

评论

“蛇年”，应是一条怎样的“蛇”

吴江

相比不乏溢美之词的“龙”，对于即将到来的“蛇”年来说，想要找出几个与蛇有关的好词儿来，还真是相当不易，相反，负面的词儿倒是信手拈来，以至于民俗专家，都对蛇年该如何说蛇，颇有些犯愁。

的确，尽管受环境变化的影响，这年头田间地头的蛇已经并不多见，而把蛇当宠物养的也不乏其人，但对于蛇，终究还是心存恐惧和排斥的人占了大多数，想让人们与蛇亲密起来，甚至去盘蛇的好处，自然是太过为难。不过，这显然并不能影响人们对于农历“蛇年”心怀美好的期盼，蛇的吉祥形象也已摆上了年货柜台。

事实上，蛇的形象虽然令人避而远之，但“金蛇狂舞”却仍然给人以喜庆与振奋的强烈感受。尤其是放在龙年的经济不振，增长乏力，甚至多行业出现增幅下降乃至行业性亏损的背景下，中国的经济，的确比任何时候都更期待活力。蛇年中国的宏观经济能否迎来“金蛇狂舞”般的转机，显然也是被寄予厚望的。其中最被挂念的莫过于楼市，维持并低迷了多年的房价，据说被集体看好报复性反弹，这从龙年年底的翘尾行情，似乎也初露“金蛇狂舞”端倪。不过，中国宏观经济能否获得转机，的确不能

寄望于房价“狂舞”，而更需经济和发展模式的转型，这更需旧有的发展模式作出转型，并激发更多民间的创新动力。从这个意义上说，“金蛇狂舞”的确更需消除臃肿的腰身，显露出中国宏观经济灵动的身段来，才能游刃有余。

当然，蛇年不仅要期待中国的宏观经济能展现出曼妙的身段，更期待中国的公众能真正从中获益。即便是受国际经济大环境的影响，宏观经济未必能迅速走出低迷，但老百姓的生活却并非没有迎来“金蛇狂舞”之年的可能。宏观经济说白了是做蛋糕的问题，但把蛋糕做大是一回事，公众能够分得多少，则是另一回事。从近年来的形势来看，蛋糕做大不少，分到公众碗里的却并不多。而从近日国务院发布的关于分配制度改革的意见来看，至少在如何“分蛋糕”这件事儿上，“蛇年”其实大有文章可做，也蕴含着十足的利好。“蛇年”能否让“蛋糕”分得更合理，更公正？人们理应有个良好的期盼。

微评论

火车票理应全国通退

刘鹏

近日，有旅客持异地购买的车票在北京退票，被告知无法办理。12306客服回应称，车票可以全国通退但不意味着可以全国通退。业内人士表示，实名制车票丢失后的退票办法、因临时更改行程而需要异地退票，类似情况从技术角度上说不是无法解决，但有一些细节需要完善。(2月6日《京华时报》)

旅客从其出发地，经过中转地，然后到达目的地，显然一直是在不断地移动过程中的，如果火车票异地可取，却非得到发售站或者列车出发站退票，显然是不现实的。比如一名旅客，从哈尔滨去广州，打算从郑州中转，在哈尔滨就拿到了郑州到广州的火车票。可是因为计划有变，这位旅客到北京后提前下车，并不再去广州。郑州到广州的车票不可以在北京退，而如果赶回哈尔滨或者再到郑州去退票，对旅客来说是麻烦，时间上也未必来得及。而对铁路部门而言，旅客持票不上车，或者无法及时退票，坐席不能及时发售给他人，无疑也是运力资源的浪费！

实名制加上火车票售票系统全国联网，从技术层面而言，火车票异地退票并不是什么难题，而从提升服务水平、方便旅客与有效利用运力等方面而言，无疑都是需要异地退票的。因此，铁道部相关部门有必要尽快完善相关信息系统，推出火车票全国通退服务！

春晚节目单公布
兴焉？衰焉？

刘义杰

2月6日上午11时，春晚总导演哈文及2013央视春节联欢晚会官方微博公布央视蛇年春节联欢晚会最终节目单。此节目单与第五次春晚联排之后网传的节目单差别不大，仅有两处不同，央视春晚公布的名单中郭德纲与于谦的相声名字未公布，第二则是傅琰东的穿越魔术不见了，李云迪的名字也未在名单之上。(本报今日18版)

央视节目单一直以来以神秘著称，每到春晚播出之日，往往难以窥见全貌，如今央视公布春晚节目单，从历史来说，未尝不是一件新鲜事。从一个角度来说，这也是央视在努力和创新，从另一个角度来说，这何尝不是无奈之举呢？

实际上，从彩排之日春晚的节目就已经被时不时曝出，其中一些精彩段子甚至也已经在网上传开，到了前些日，各种版本的央视节目单已经在网上“出炉”。现在央视官方版出来，网友一对比发现大同小异也，当春晚节目单已经不能保密，央视顺势将其曝出也是“形势所逼”了。

春晚节目单曝出引发了很多人的感慨。我的第一反应是，想起了《左传·庄公十一年》的一句话“其兴也勃焉，其亡也忽焉”，春晚节目单公布，兴焉？衰焉？对央视来说，恐怕是衰吧。观看了春晚的节目单，尽管有48位央视主持人的豪华阵容，也有席琳·迪翁等国际巨星，有孔子学院的留学生等等，但这不过是一些“雕虫小技”，整个节目单中几乎并没有让人眼前一亮的东西了。正如一个网友的留言，赵本山都退出了，一个历史节点已经到来，央视也该歇歇了。这句话虽偏激，却也十分中肯吧。

其实，正如那句古话，没有什么是永恒的。一个事物的衰亡，何尝不是另一个事物的兴盛呢？

时事乱炖

快递传送公文也是“中国式”行政浪费

钱兆成

一份文件绕行十多公里后竟又回到了原点，文件的曲折经历让人费解，但一个非常直截了当的事实是，这20元的快递费很有可能是由行政支出买单。

如果不是在南通市行政中心大院工作的董姓女士多长一个心眼，恐怕这种浪费一直是潜伏状态。可见，“中国式”行政浪费除饱受诟病的“三公浪费”(公款吃喝、公车私用、公款旅游)外，各种“隐性浪费”同样令人担忧。

面对隐性浪费，期待公众的偶然发现显然不是长久之计，社会公众充其量能有一个模糊观感，只能从经验作出判断，而对于实际的支出情况并不清楚。而基本的知情权得不到实质性保障，有效的制约和监督也就无从谈起。

另外，《中华人民共和国政府信息公开条例》对政府信息公开的范围和内容的界定中，也并没有关于公务消费等关于行政成本及其信息公开的具体规定和说明。并且，再细致的法律也不会规定到快递这一环节。

综上所述，透视“隐性浪费”的治理困境，其成因无疑是相当复杂的，这种浪费有深刻而复杂的法律与制度上的根源与漏洞。因此，转型中国



“快”递 漫画/王恒

的行政浪费治理，必须充分考虑到对法律的完善，进而寻求整体考量基础上的制度突破。

笔者认为，破解当下“隐性浪费”的治理困境，概括起来，一曰公开，二曰监督，三曰问责，四曰激励。而重点是，只有在行政公开做足文章，在监督体制下的民众有效参与，在立法上进一步推进浪费入罪，并且厉行节俭的激励机制，将开源节流同绩效考核挂钩。这几个方面如果能取得实质性突破与进展，那么就有希望真正破解行政浪费的治理困境。

时评

叫停送礼广告 回归法律本意

舒锐

广告对公众之影响是潜移默化的，这不仅体现在商品的选择上，也体现在价值观形成上。

我们不能要求每个商业广告都能像公益广告那样发出诸如“没有买卖，就没有杀害”的“好声音”，为社会传播正能量。但是“不助长不良社会风气”应当成为所有广告的底线。这在《广告法》上也有明确规定，“广告内容应当有利于人民的身心健康，遵守社会公德。”

不得不说，当前诸多送礼广告已经违背了《广告法》的宗旨。各种价值不菲的所谓“礼品”已经远超出普通百姓出于礼仪、馈赠往来的需要。“送领导”、“上级有面子”等广告语直接就是在鼓励人们行贿，更给领导干部营造了过节收礼是“应有之义”的恶性气氛。所谓“送礼首选”，说白了就是“行贿首选”。

诸多送礼广告所宣传的商品并不是靠质量和服

务取胜，而是在一味地鼓吹价格本身所“体现”出来的“地位”和“品位”，大有鼓励人们送礼“只送贵的，不送对的”之势。这不仅涉嫌虚假广告，让消费者买到物缺所值的商品，更可能会让商品成为“礼品”后，找不到合适的主人，进而使其使用价值无端减少甚至沦为一大堆废品。这也与社会节俭之风背道而驰。

叫停送礼广告回归了法律的本意，弘扬了社会正气。广电总局本次亮剑值得称道。同时，我们还应该认识到还有诸多类型的广告正在助长不良社会风气，侵犯消费者利益。如充满欺诈、伪劣商品的电视购物广告，不堪入目、让人听之须临水洗耳的沾黄广告，给中小学生带来学习障碍的谐音仿造广告等等都是广告界的重灾区。广电总局何不乘着叫停送礼广告的东风，对于广告重灾区来个集中整顿呢？

“与女下属在客房内彻夜座谈是因为酒喝多了，需要人照顾。”

近日，南京某网络有网帖爆料“南京一处级男领导，与多名美女下属的夜谈秘密之事”，还公布了彻夜“座谈”的时间、地点。记者经多方了解，该监控截图中的主人公，为省级汤山工人疗养院张姓书记。对此事张书记承认就是他本人，他表明这纯属内部人搞的恶作剧，并解释称。

“小偷同志，我家值钱的东西已经被你伙伙偷完了，我的笔记本电脑、相机都被偷了，已经很可怜了。”

市民方女士在广西南宁琅东四组租房住，家里一个多月内被小偷“惦记”5次，其中3次被偷两部笔记本电脑、一部相机，另外两次因家中有人而幸免。无奈之下，她给小偷写了一封信，贴在大门上求饶。

非常道