

# 期待修法助红十字会正本清源

公众期望修法时,重点考虑红会“去行政化”的问题,给予红十字会更准确的定位,为其设置更明晰的权责界限,为其改革提供更充分的动力和保障,推动它与权力做切割,回归慈善组织的本质。

## 评论员观察

□本报评论员 赵丽

据新华社报道,十二届全国人大常委会第二次委员长会议日前通过了全国人大常委会2013年立法工作计划。“修改红十字会法”被列入立法预备项目,视情况在2013年或者以后年度安排审议。芦山地震以来,中国红十字会再次被推到舆论的风口浪尖。有媒体报道,中国红十字会社会监督委员会新闻发言人王永24日表示,将于5月中

下旬重新调查“郭美美事件”;中国红十字会总会表示,愿意配合这次调查。此消息传出后引起广泛关注,不过日前重查一事又现转折——中国红十字会秘书长王汝鹏在个人微博上表示,“红会没有任何人说要重查GMM,社会监督委目前也没有开会作出决定要重查GMM,真实情况是社监委王永、刘姝威两位委员的个人提议。”对此,王永表示,红会确实没人说过要查,重查是社监委委员的个人建议,目前重查尚停留在建议阶段。之前,舆论普遍将“重启

调查”视作红会释放的一个积极信号,事情发展至此,不少民众感到失望。不过,红会面临的信任危机,并非只是一个“郭美美事件”造就的,即使重启调查,也只是“头痛医头”式的做法,无法从根本上挽回公信力。要想重塑形象,红会必须在体制、机制上动大手术。捐赠信息和财务管理不透明,缺乏有效的监督和约束机制,这些是红会近年来集中暴露的问题,红会要实现“救赎”,除了要解决这些表面的弊病,更根本的是摆脱行政化的体制。与欧美国家的红十字会相比,我国的

红会本质上更像一个自上而下的政府机构。按照红十字会法规定,中国红十字会是“从事人道主义工作的社会救助团体”。不过,与一般社会团体不同,红会的工作人员参照公务员管理,享有部分财政拨款。凭借官方背景,红会已习惯于通过权力资源做慈善,甚至习惯于“命令式慈善”。这种官办慈善,基础不是公众的信任,而是权力的荫蔽,这可以说是红会遭遇信任危机的根源。正因如此,在为红会开出的药方上,不少专家都提到了“去行政化”、“去官僚

化”,建议其在政府、企业和社会的三元互动之中找到自己的位置,能够破除行政依附,凭借为公民服务提升竞争力。不过,要实现这一目标,仅期待红十字会自身发力肯定不够,毕竟“触动利益比触动灵魂还难”,而且说到底,红会仍是体制内的一环,真鼓起勇气给自己“动手术”,恐怕也会受到一些限制。去年8月,国务院正式发布《关于促进红十字事业发展的指导意见》,这体现了国家对红会、对慈善组织的重视,也为红会的未来进行了大的规划设计。这次“修改红十字

会法”列入立法预备项目,也让人充满期待。公众期望修法时,重点考虑红会“去行政化”的问题,给予红十字会更准确的定位,为其设置更明晰的权责界限,为其改革提供更充分的动力和保障,推动它与权力做切割,回归慈善组织的本质。毕竟,在这个民间慈善迅猛发展、社会组织逐渐展现力量的时代,红会的改革不但关乎自身是否能重获生机,而且深受外界关注,公众希望它能成为社会组织改革的引领者。针对红十字会的修法是一次契机,公众对此拭目以待。

# 集体涨价的快递更应集体“涨服务”

## 公民论坛

□龙敏飞

日前,国家邮政局提出快递企业应该缴纳邮政普遍服务基金,征收标准为国内同城快递0.1元/件、国内异地0.2元/件、港澳台1元/件、国际2元/件。民营快递企业称目前生存状况已经相当艰难,只能涨价应对。(4月27日《南方日报》)之前,国家邮政局要向快递公司征收“份子钱”的事情引发极大争议,但一直未

有最后的论断。如今,一切探讨尚未尘埃落定,“收份子钱”便已成为板上钉钉的事实了。当木已成舟,我们必须发问的是,按着权责与义务对等的原则,既然要收“份子钱”了,既然要涨价了,那么相应的服务水平是否也应跟进呢?我们先抛开合理性不探讨,而基于现实的境况做讨论,既然国家邮政局收取“份子钱”了,既然快递公司拟“集体涨价”了,那快递行业一直存在的一些弊端,理应给予纠正吧?一者,当前不少快递公司仍面临高额物流费的困境,这种事情国家邮政局是不是该有所作为呢?二

者,快递行业仍然存在一些现实问题,如丢件、拖延、调换包裹甚至贩卖用户信息等,对这些行为,国家邮政局是不是也要管管呢?不管有多少“份子钱”,最终的买单者都是公众,不可能是任何一家企业或任何一家快递公司。从这个角度来说,既然“份子钱”已经成为一种事实,那我们唯一的呼吁是,相关部门应该既要拿钱还要干事,不能“光拿钱不干事”,这不符合最起码的契约伦理。于快递公司而言,于国家邮政局而言,既然当下快递涨价成为一种事实,那“涨服务”也应是“必选动作”。只

有不断地提高服务水平,快递涨价才能让公众接受,不然,在同等服务水平的情况下,为何要让公众多付款呢?这样的话,便完全没有公平与正义可言了。既然国家邮政局要收“份子钱”,那更应做好分内的工作,一方面,要扶持中小微快递公司的发展,另一方面,也应对快递公司的一些不良行为进行纠正,甚至完全可以诉诸法律。快递公司集体涨价,这个可以有,但涨价之后更应集体“涨服务”,同时国家邮政局应做好监管工作。唯有如此,快递企业集体涨价,才能让公众信服。

## >>媒体观点

### 农村房屋质量不能再“不堪一震”

农村房屋质量“不堪一震”,这一悲剧不应该再继续下去。房子是农民一生的资产,关系一家老小的生存,在农村,没有比这更重要的事情了,国家有必要对农村房屋质量安全进行指导和监督。农村房屋质量“不堪一震”,是从汶川到芦山加剧人员伤亡的一大根源,说它是中国抗震减灾的最大短板,毫不为过。因此,建议政府公共服务将保障农村房屋质量作为重中之重,彻底终结农村建房的混乱无序。(摘自《新京报》)

### 不良贷款是怎样形成的

商业银行要有一个健康的运营环境,政府必须改变继续将商业银行当作信贷政策工具的做法。对银监会来说,固然需要提醒商业银行严控不良贷款,但是与此同时,不能继续要求商业银行对某些行业、某些领域加大信贷支持,以此作为对政府经济调控的配合。如果商业银行在信贷上缺少独立自主的经营环境,那么,今天为配合政府要求而投放的信贷,很可能明天就成为商业银行的包袱。(摘自《东方早报》)

# 3级能效空调即将淘汰 买空调要选高效产品

# 空调比能效 我就选美的

美的空调热销山东系列之四

今年3月份开始,山东空调市场由美的空调领衔,掀起了一场以“一晚一度电”变频空调为代表的节能升级风暴,在引发市场同行的相继跟进、模仿同时,也迅速演变成一场空调行业的节能消费热潮。

“很多消费者错过了美的3月份、4月份的促销,纷纷打电话来咨询,为了满足山东消费者对美的空调的厚望,我们紧急跟总部争取资源,备足了货源,安装人员也严阵以待,尤其值得欣喜的是,我们主推的1、2级能效空调货源相对充足,消费者有了更多的选择空间。在此,我们郑重提醒消费者:选空调一定要比较能效,不要选择即将淘汰的3级能效产品,认准美的“一晚一度电”,认准美的高能效产品!不要再错失良机了,请抓住最后机会抢美的!”山东美的空调市场负责人如此提醒消费者。

□文隽

## 美的提醒消费者:

### 3级能效空调不享受国家补贴

自国家推出家电节能补贴以来,消费者在挑选空调时,往往更注重是否为节能产品。正在历山路美的空调专卖店挑选空调产品的市民王先生告诉笔者:“家里的新房正在装修,听说节能补贴有可能马上结束了,打算提前购买空调。选来选去还是觉得美的空调省电,就先预订了美的‘一晚一度电’的2级能效机。”

“现在大家都爱能效补贴,1、2级能效的节能空调最受欢迎,特别是变频的”。在一家大型卖场销售人员告诉笔者,“美的空调‘一晚一度电’变频技术领先,节能效果比较突出,而且是厚积薄发的大品牌,更受消费者的信赖,销量也很好。”

近两年国家针对一二级能效产品进行节能补贴,因此众多消费者在购买空调时,对能效等级、耗电量等方面非常关注。业内人士表示,目前市场几乎看不到4级和5级能效等级的变频空调,大部分是2级、3级,在正在销售的1-3级变频空调中,1级和2级空调在购买时享受国家补贴,3级空调没有补贴。

山东美的空调负责人介绍,目前美的节能环保空调占据了较大比例,美的“一晚一度电”系列新款空调作为主推的节能产品,仅3月至4月,销量占总量销售的60%左



右。“5.1期间,美的主推的将是2级能效的空调产品,不仅能享受国家节能补贴,而且使用起来十分节能舒适。再次呼吁消费者,5.1买空调就要选2级能效的产品,3级能效的变频空调即将淘汰了,不要要国家补贴!就要选美的1、2级能效空调。”

## 美的见证大使

### 实地直击“节能内幕”

今年9月1日,美的空调宣布将在全国范围内招募500名用户作为见证大使,并在他们的监督下实地测试ECO节能系列产品的“一晚一度电”节能效果。山东美的的负责人介绍,成为“见证大使”的用户,美的公司将指派专业人员,在

用户的全程监督之下,实际测试实际使用耗电量是否符合厂家宣传承诺的节能数据。

“9月初,我看到美的空调招募见证大使,我正好需要买空调,就跟便报了名。美的工作人员告诉我,5月份他们会携带专业测量电表上门,会将电表安装,并现场贴上‘一晚一度电效果测试中’字样的封条。我正还想要一台空调,就趁趁假期再去定一台。”济南消费者王先生向笔者表示,自己一直是美的的忠实粉丝,家里的电器大部分都是美的品牌的,尤其青睐美的空调。

山东美的空调负责人告诉笔者,之所以敢于成为第一个吃螃蟹的人,是因为美的真正掌握变频核心技术,真正能够为消费者创造实际使用价值。行业内其他空调品牌

宣传的一些技术点都没有开展过类似的实际上门用户见证方式,是没有胆到还是没有底气不露而彰,但是美的空调此次的信心和决心可以说是前所未有的,必将赢得广大消费者的广泛认可。

## 美的“一晚一度电”

### 是空调行业节能的标杆

今年9月份,随着美的空调“一晚一度电”产品登上中国空调业十大畅销型号的榜首,并以“上市9个月新品、产品能效为二级节能、市场平均售价达到每台4099元”的全新形象,颠覆了此前独揽畅销榜的空调多为“噪音大、产品能效低、市场售价低”的市场传统。这也直接证明了,美的空调“一晚一度电”产品已经赢得了市场和消费者的认可。

“空调的节能省电是民心所向、大势所趋。美的空调‘一晚一度电’系列产品在市场上的‘叫好又叫座’再证实了,好的产品从来都不缺少市场。与此同时,我们也足够的实力和信心,让用户亲眼见证‘一晚一度电’的空调节能新标准。山东美的空调负责人满怀信心地表示。”

“5.1期间,美的第三波制冷节同时盛大开幕,美的在保障产品品质的同时,消费者到美的专卖店购买空调,不用排队等待,即买即美,还有专享的特惠礼包可供选购。老用户还能够享受空调的免费体检、清洗和保养,赠送精美大礼。”山东美的空调负责人如此介绍。