

“螃蟹上餐桌”，反腐红利看得见

下馆子点菜在人们的生活中不算什么稀罕事，但就是这样的常事、小事，最能让人感知到身边的变化。那些曾经被权力捧上天的商品“飞入寻常百姓家”，更坚定了群众对反腐的信心。



QILU EVENING NEWS

齐鲁晚报

www.qilwb.com.cn

本报地址
济南泺源大街6号

邮编
250014

传真(0531)
86993336 86991208

报纸发行(0531)
85196329 85196361

报纸广告(0531)
82963166 82963188
82963199

差错投诉
96706

发行投诉(0531)
85196528

邮政投递投诉
11185

即时互动平台



“壹点”官方APP



新浪官方微博
weibo.com/qilwb



齐鲁晚报微信
qiluwbanbao002



读者服务中心
家有难事找晚报
96706
www.qilwb.com



娄士强

评论员观察

日前接受采访时，央视名嘴白岩松提到了一件事，去年11月回老家时在饭店里点了螃蟹。这是多年来的第一次，因为以前饭店里的螃蟹“太贵了，贵得离谱”，是“反腐让价格变成老百姓能接受的”。

的确，在中央着力反腐的大背景之下，一些曾长期被公款推成“天价”的商品，回到了百姓的购物车中。按理说，下馆子点菜在人们

的生活中不算什么稀罕事，但就是这样的常事、小事，最能让人感知到身边的变化。那些曾经被权力捧上天的商品“飞入寻常百姓家”，不仅改善了普通人的生活品质，更坚定了群众对反腐的信心。

平心而论，像螃蟹这样一度被刻上权力符号、被公款“惯坏”的商品，在以往的生活并不罕见，比如“天价”的高档烟酒，又如公园内奢华的会所。由于权力缺乏约束，公款消费也没能得到有效管理，一些商家也把目光瞄准了好赚的“公家钱”。于是，恶性循环就开始了，生活中出现了越来越多人看得见，卖不起的日用品，就连月饼都曾有过“黄金岁月”。

这让人感触最深的自然是权力的任性，当作为公共资源的公款被少数有权者挥霍，普通人的消费自然也遭到了压制。正因如此，当“八项规定”等接连下发，中央反腐力度不断加强，不仅把无形的权力装进了笼子，也给老百姓的生活带来实实在在的好处。最近这两年来，包括高档白酒频频“跳水”，星级酒店卖起盒饭之类的变化，是显而易见的。诚如美国贝恩公司描述个人奢侈品在华销售情况时所说的，“由昂贵礼品带来的旺盛消费已经结束了，现在谁才是真正的消费者。”

其实，不光是一些商品重新回到市场的轨道之上，吃拿卡要等权力寻租行为的减少，同样也让很多

普通百姓的生活成本降低了。反腐就是以这样可见可感的形式释放着红利，人们也由此坚定了对反腐的支持和信心。更重要的是，这些变化无形中影响着人们的心理，引人去反思以往一些助长权力任性的行为方式，比如找领导不找法律，比如遇事就拿红包开道。当这种心理上的变化与行动上的改变发生“化学反应”，那些以“积习难改”为由对反腐大泼冷水的人，恐怕也得改口了。

像“螃蟹上餐桌”这些生活中能够感受到的反腐红利，也将推动反腐的深入，从而形成良性循环，由此形成上下一心的合力，不断压缩腐败的空间。

取消车模易，消除恶俗难



吴金豹

评论员观察

上海车展将取消车模的消息最近在网络上热传，一些人“拍手称快”，一些人则心有戚戚，认为取消车模后，车展没啥看头了。

其实，要求取消或限制车模的声音不是从今天开始的。这些年来，每逢车展都能听到对车模低俗表演的批评之声。人们之所以对车展车模不满，并非对“美女”有意见，而是对汽车厂商的恶俗营销反感。

车展配车模，作为商家的一种营销手段，本无可厚非，不过这些年，一些汽车厂商“学习国外经验”走向了极端，车展营销也变了味，为了吸引眼球，车模的衣着越来越暴露。车展中的主角本应是车，然而衣着越来越暴露的车模却抢了展车的风头，成为了各地车展的主角。以至于车展时，人们讨论更多的不是哪款车怎么样，而满屏都是车模如何如何。车模“反客为主”，肯定不是一种正常状态。

车展成为穿着暴露车模的“肉市”，反映了当下一些商家营销手段的匮乏和社会风气的浮躁。在缺乏创新营销手段的情况下，为了吸引眼球，一些汽车厂商放弃了“主

业”，却都在比拼车模，比谁的车模穿得少。如此一来，车展也就离车越来越远。当然，比拼车模的做法也与整个社会的风气浮躁有很大关系。如今一些电视剧为了提高收视率，不是也在比拼“事业线”吗？

真正看车买车的人估计不会因为有没有车模或者车模长得漂亮不漂亮来决定是否掏钱买车。靠车模吸引眼球的做法可能会获得顾客暂时的关注，但是并不持久。长远来看，汽车厂商还得依靠科技创新，依靠产品质量才能留住顾客。上海车展已经开了一个头，假以时日，逛车展等于看车模的情形肯定会越来越少，车展总有一天会回归理性。

上海车展决定取消车模后，有模特从业者也表达了“委屈”：车展穿什么都是展商决定的。的确，在一定条件下，车展配车模能让车展锦上添花，车展该不该有车模，并不能统而言之，也是一个见仁见智的话题。人们反感的并不是某个车模，而只是那些恶俗的车模展销。上海车展取消车模可能有安全方面的考虑，其他的车展并不一定要仿效，但是让那些“低露透”的车模远离车展却是大势所趋。当然，彻底扭转这种恶俗的审美观不是办场无车模的车展就能做到的，它更需要全社会努力涵养公序良俗，使更多的人分清美和丑。

一语中的

人可能会做错事，重要的是即使做了错事，也能够预测受到什么样的惩罚。

北京航空航天大学高研院院长高全喜表示，国家期待赶超、个人渴望财富和权力，都是很正常的，但这些理想需建立在免于恐惧的自由之上。如果没有这种自由，任何“高大上”的想法都会落空，而这种自由只有法治能够保障。

要欢迎低增长红利，不要人为把经济增长速度拉到不可持续的地步。

经济学家沈明高认为，从政府

和市场角度来说，一定要容忍经济波动幅度加大，才可能找到新的经济增长动力。如果说增长只能加快不能变慢，那么，这样的动力是不存在的。

混合所有制本身与私有化没有关系。

中国经济体制改革研究会顾问宋晓梧认为，混合所有制是市场经济条件下企业的一种产权组织方式，本身并没有扩大私有资本或扩大公有资本的内涵，要根据实际情况，实现平等、公平的市场交易，建立有序、公正的市场体系。

公民论坛

“学生齐跪父母”只为学校“露脸”

温国鹏

1月11日上午，在嘉定区民办斌心学校举办的“孝敬文化节”上，800多名学生齐刷刷在父母面前下拜磕头，在父母的头上拔下一根白头发，永远留念。(1月12日《新闻晨报》)

以让学生跪拜的形式来进行所谓的孝道教育，这已经不是什么新鲜事儿了，以至于很难激起民众围观的欲望，这一次大家之所以这么“赏脸”，更多还是被800多名学生一齐跪拜的大场面所吸引。毕竟，招数虽然老套，但场面却足够壮观，颇具“观赏性”。

按理说，学校教育学生们孝

敬父母懂得感恩，这没有错，但一场跪拜能起多大作用，仍令人怀疑。这样800多人齐刷刷地跪拜到底是缘于发自内心的爱意，还是为了配合学校完成宣传任务的压力才不得已而为之，迫使孩子们下跪又会不会使他们产生逆反心理，都是值得思考的问题。

如此简单的道理，学校怎能不知，之所以乐此不疲，恐怕是在教学上找不到好方法，只能靠作秀实现“露脸”的目标。从这场孝道秀倒是能看出来了一点，我们的教育还停留在靠摆花架子给自己涂脂抹粉的阶段，或许这才是明知没有作用却依然组织800多人集体跪拜的真正原因。

牵住“倒奶杀牛”的“牛鼻子”

张绪才

针对近期“卖奶难”问题，农业部11日表示，将通过协调乳品企业增加收购、启动奶业生产监测、加大政策扶持和救助力度，全力以赴处理“卖奶难”。(1月12日《湖北日报》)

透视今年的“倒奶杀牛”风波，从表面上看，是奶源过剩、消费低迷下的市场无情，但其背后却是信息不对称，奶农与奶企间关系失衡，甚至不排除地方政府“越位”不“补位”所留下了后遗症——盲目组织奶农大规模发展奶牛，搞“政绩牛”、“政绩奶”，产前、产中、产后服务却没能及时跟上。

更深层次原因则在于，我国奶牛养殖和乳品加工脱节，相互独立，乳品企业掌控生鲜乳的收

购权和定价权，奶农在价格上没有发言权。而在国内，企业一般是先有养殖场再进行加工，奶农是乳品企业的股东，二者构成紧密联系的利益共同体。

打破“倒奶杀牛”魔咒，也要牵住“牛鼻子”。从短期看，则是要出台应急政策，督促乳品企业履行收购合同，落实奶农救助补贴。从长远考虑，一方面，要构建现代奶业生产经营体制，向规模化养殖转变，提高奶农组织化程度和整体竞争力；另一方面，构建合理的企业奶农的利益共担机制，实行养、加、销一体化经营。唯有如此，才能从根本上避免“倒奶杀牛”现象。

本版投稿邮箱：
qilujinglun@sina.com



自我点赞

2014年12月下旬，中国政府网在首页挂出专题，总结2014年政府信息公开工作要点落实情况。近日，中国社会科学院法学研究所出具报告梳理上述公开信息，赞许各省、各部门初次公开成果之余也指出不足：部分政府部门在总结时“寥寥数语，底气不足”，或停留在“表扬与自我表扬”之上。(1月12日人民网)

漫画/张建辉