

# 去行政化,足改关键的“临门一脚”

足球可能算不上“国之大事”,但是中央依然从国家层面谋划足球改革方案,或许也正是期待足球改革的连锁反应,用成功的“临门一脚”打开全面深化改革的胜利局面。

## 评论员观察

本报评论员 沙元森

昨日,中国政府网公布了《中国足球改革总体方案》,方案共有50条改革措施,其中亮点颇多,改革力度之大超乎想象,很多人对此感叹“中国足球的春天来了”。其实,中国足球改革的成败不只关乎足球,由此引发的连锁反应将带动其他体育项目以及体育产业、素质教育、城市规划等很多领域发生重大变化。

足球改革总体方案实行三步走战略,最让球迷兴奋的大概是“成功申办世界杯足球赛,男足打

进世界杯、进入奥运会”,但是能否实现这个远期目标还是要看近期目标“理顺足球管理体制”能否落实。中国足球职业化以来不乏远大目标,早在1993年制定第一个十年规划时就喊出了“男足世界杯打进16强,奥运会进入8强”口号,在制定第二个十年规划时又提出了“连续三届打进世界杯,北京奥运会争进前八”的目标。遗憾的是,这些目标无一得到实现,究其原因,最根本的症结显然是体制不顺。因为管办不分家,中国足球的职业化百病丛生,投入与产出严重失调,被很多球迷称为“伪职业化”。

这次的改革明确提出要改变中国足协与体育总局足管中心两块牌子、一套人马的组织构架,中

国足协与体育总局脱钩,不设行政级别,按照社团法人机制运行。这一招确实击中要害,也将解开限制中国足球顺利发展的死结。对足球改革的大方向,无论体制内外都无太多异议,基本都认同管办分离、去行政化,但是与此形成鲜明对比的是,二十多年来足球改革基本是原地踏步。无论口号喊得多响亮,只要具体方案迟迟不能落地,最终还是会让人感到泄气。中国足球虽然曾经是体制改革先行者,但是“改革懈怠症”的症状在这个领域也有鲜明体现。在全面深改革的关键之年,由中央深改小组敲定足球改革的总体方案,不只是因为足球具有广泛的社会影响,通过足球改革

推动体育强国梦的实现,更有为全面深化改革啃“硬骨头”的考虑。

不仅仅是足球,目前很多领域的改革都面临去行政化,比如教育、司法、慈善、社会组织等。与足球相似的是,这些领域的去行政化同样进展不大。现在以足球改革为突破点,使之引发骨牌效应,不但可以举一反三推动篮球、乒乓球等体育项目的改革,也可以撬动其他行业加快改革。在一些人看来,与经济、司法、文化、教育等相比,足球可能算不上“国之大事”,但是中央依然从国家层面谋划足球改革方案,或许也正是期待足球改革的连锁反应,用成功的“临门一脚”打开全面深化改革的胜利局面。

## 公民论坛

### PS照“照”出畸形政绩观

乔志峰

近日,广东梅州五华县政府刊登的一幅图片引发吐槽,内容系华阳镇党委、政府领导春节期间慰问福利院老人,网友发现慰问物资是被PS上去的。(3月16日《南方都市报》)

类似的PS照笑话,隔三差五就会被曝光一次,真是让人哭笑不得。虚假照片“照”出来的,其实是某些官员弄虚作假的工作作风和畸形的政绩观。明明没有干那么多活儿,却还想表现“成绩显著”;或者干了一分活儿,非要挤出十分的宣传效果来,怎么办?只好造假。

类似现象泛滥,恐怕也并非仅仅是由于个别官员素质不高、官德不佳、脱离群众造成的,还是要从深

层次上找原因。现行的政绩评价体系、官员选拔机制特别是监督制约机制存在的问题,都导致官民之间“两张皮”的现象愈来愈严重。政绩评价体系过度依赖那些表面上的东西,重形式轻效果,干得多不如宣传得多,干得好不如总结写得好,难免造成表面文章大行其道,真正为老百姓干实事却往往陷入“出力不讨好”的尴尬境地。

跟老百姓利益脱节的所谓“政绩”和宣传,最终极有可能沦为“皇帝的新衣”,甚至会对老百姓的利益造成伤害。惟有将官员的利益同老百姓的利益连在一起,惟有将对官员的评价权和决定权真正交到老百姓的手里,某些官员中流行的好大喜功、热衷形式主义的歪风方能得到遏制。

### 治霾“军令状”前不能沉默

金海燕

“立军令状、铁腕治污……”在治理大气污染的过程中,地方政府的豪言壮语早已不再新鲜。然而,据国家统计局一份公报显示,重点监测的全国161个城市中,空气质量未达标城市超过90%。(3月16日新华网)

雾霾降临,成了城市居民的一大心病,因此治理大气污染也成了地方政府追求“看得见的政绩”的一大捷径,于是“铁腕治污”等豪言壮语,就成了地方政府共同的心声,这些言之凿凿的“承诺”,让百姓对蓝天白云充满了期待。然而,经过一年的“铁腕治霾”,总体情况仍不尽

如人意。不可否认,治霾确实是一个复杂的系统工程,不是立一纸“军令状”,说几句狠话就可以实现的。以京津冀地区为例,一些地方政府对治霾不可谓不重视,对工作的落实也不可谓不努力,但成效还是差强人意。

治霾“军令状”未能兑现,可能有各种原因,甚至存在一时无法克服的客观原因,但这决不能成为政府对此保持沉默的理由,更不能忘记了自己曾经有过的承诺,出现不了了之的结果。地方政府只有把原因找准、向公众解释清楚,才能制订出符合实际的、科学的治霾规划路线图、时间表,才能让百姓重燃起对蓝天白云的希望和信心。

## “能官”落马不是为官不为的理由

### 记者来信

宋立山

如果说在反腐大潮之下,被查的省部级以上官员才能称得上老虎,那么官居副省级的云南省委副书记仇和无疑是笼中的底层,但他的落马所引起的舆论震荡似乎比许多更高级别的老虎还大得多。这多半要归因于他被贴上的诸多标签:“最富争议市委书记”、“铁腕书记”、“仇和现象”、“明星官员”……

“最富争议”显然并不是一个褒义词,但这起码意味着有褒有贬,只不过,仇和甫一落马,曾经的争议就被讨伐的声音淹没。对于腐败问题自当严查严惩,不论成绩有多大,反腐都不存在将功赎罪之说,但是这并不意味仇和一路走来全都是错。作为时下中国“能官”的一个样本,仇和的落马引人深思。想当年,仇和刚赴任沭阳,就力抓社会治安,一句“治安的问题就是警匪一家”,与公安局局长公开争论。随后一年,全县就

破获各类刑事案件4656起。

当地出租车司机在接受媒体采访时评价仇和,“治安好了,经济发展了,他是个好人,办了不少实事。”沭阳的一家小裁缝店甚至挂出了这样一副对联:“求天求地不如仇和,治脏治乱不如治安。”

如今,再回味这些陈年旧评,绝不是为仇和开脱,而是试图以此探究群众对官员的期望。群众对贪官自然咬牙切齿,但他们内心的好官绝不仅仅是贪,还要能干。民间对仇和的“褒”,恰恰就是因为他做过一些有助民生的实事。而一个懒政怠政、举步不前的庸官,不论多么清廉,也绝非百姓所期待的好官。

从安徽省原副省长倪发科,到南京市委书记杨卫泽、原市长季建业,再到名气更大的仇和,这些落马高官都是“能官”。贪腐被查自是罪有应得,但这同时也警示我们,在鼓励勤政的同时,把反腐工作做在前头,提前把他们手中的权力关进制度的笼子,让“能官”的能不至于触碰党纪国法的红线。(作者为本报时政新闻中心记者)

### 媒体视点

#### 低层次价格战 助长电商假货

与市场经济和商业零售业30多年的发展历程相比,零售渠道的网络化、移动终端化和底层化,在我国应该算一个新生事物。在信用制度不完善,监管不到位、虚拟空间监管难度大的情况下,出现如此惊人的增长,不出现问题是不可能的,甚至在某种程度上可以归结为行业迈向成熟过程中必经的“野蛮生长”阶段。

在收入比较低的情况下,出于对现代城市消费品的向往,绝大多数电商消费者只能从价格最低廉的物品里选择,这就倒逼C2C商家只能采取最原始,最血腥的手段——低价竞争。

在电商平台这种商业模式下,流量以及通过流量带来的点击量和订单量是电商商家们最核心的竞争力,靠低价吸引流量是品牌建立初期最稳妥也最无奈的选择,这就是造假商家的来源。而一款低价消费品在出现热销之后,“山寨”之风又会立即把该产品推向更多的平台。

只要性价比还过得去,消费者主动投诉的概率比较低。即便有问题、不满意,退了货就可以了,至多损失十几元快递费。在涉及买卖双方、第三方平台、快递公司等多方参与主体的情况下,维权程序相对冗长,显然无助于更好地打击假货。(摘自《每日经济新闻》)

#### 帮企业“拉壮丁” 同城待遇最有效

拥有一支稳定、高效、经验丰富的员工队伍,是制造业企业走向成熟的必备要素。然而,在人口结构变化和社会流动加大的今天,做到这点实为不易。

留下工人,待遇是绕不过去的。企业与员工,本是利益共同体。工人待遇好了,积极性提高了,创造的利润会更多;企业利润高了,才有能力涨工资,也就更能留住人心。劳动的环境条件、企业的诚信程度都左右着工人“用脚投票”的选择。不少企业打出包吃住、夫妻宿舍等“情感牌”,归根就是要给工人“家一样”的感觉。

工人紧缺,也倒逼着企业转型升级。更新设备、机器换人,虽把员工数量减下去了,但劳动强度的降低、生产专业化的提高,却能让企业更有吸引力。

当然,除了企业,城市的决策者也应转变观念。过去,有关部门习惯了向企业承诺解决“用工荒”,费尽周折“拉壮丁”,今后不妨在营造合法合规的就业环境、建立合理的工资协商机制、赋予农民工同城待遇等方面多下些功夫。工人的心气儿顺了,劲头儿足了,归属感有了,恐怕也就不会一次次地奔向不确定的未来。(摘自《人民日报》,作者刘志强)

本版投稿邮箱: qilupinglun@sina.com



### “掩护”

北京市西城区纪委一位相关负责人介绍,一些部门、单位通过越来越巧妙的“马甲”,寻找新的公款旅游“线路”。一些旅行社还帮忙做两份行程单,一份完全按照公务形式走,内容包括看上去很合理的各种学习、交流和参观,但实际却按另外一份。(3月16日《北京青年报》) 漫画/勾森



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

