

>>评论员观察

>>公民论坛

管理公务卡,要“办法”也要监督

仅凭支付方式的变化很难解决涉及公务消费的腐败问题,信息公开、群众监督等配套内容,都是不容忽视的。

□本报评论员 姜士强

近日,《山东省省级预算单位实施公务卡制度监督管理暂行办法》出台。《办法》规定,预算单位单日提取现金一般不应超过3万元,年度提取现金一般不应超过当年基本支出预算的3%。

公务消费一直是老百姓关注的问题,相关的腐败问题也屡屡见诸报端。《办法》的出台体现了我省加强财政监管和廉政工作的力度。同时也应看到,公务卡的全面推行面临不少困难,仅凭支

付方式的变化很难从根本上解决涉及公务消费的腐败问题,信息公开、群众监督等配套内容,都是不容忽视的。

公务卡是个好东西,要想发挥作用,首先要考虑的就是如何推广,打破现金消费和刷卡消费并存的“双轨制”。实际上,公务卡早已不是新鲜事物了,2007年就有多个省份开始试点,我省2012年已经完成17市全覆盖。就执行情况来看,公务卡的推广困难重重:2012年我省使用公务卡的省级预算单位只有82个,还不到总数的十

分之一;一些预算单位还常常拿出刷卡场所少等理由,变相抵制公务卡。如果现金形式的公务消费还是大量存在的话,公务卡再好也只能是个摆设。按照要求,全省市县所有预算单位要在今年年底前全面实施公务卡制度,出台《办法》规范省级预算单位,显然开了个好头。

当然,从目前的情况来看,公务卡消费主要是加强了内部的财务管理,要想遏制制卡过程中的腐败问题,外部监督也是不可或缺的。很多预算单位公务卡消费的

钱,既能震慑腐败行为,也是阳光财政的题中之意。除了遏制公务消费中的腐败问题,公务卡的使用对于非现金支付工具的推广也有促进作用,公务卡本身就是银行卡业发展的产物。就像中共中央组织部开设“12380”举报网站、公车管理运用GPS卫星监控系统一样,现代科技也能在监督政府工作方面起到作用。这也是在提醒各个领域的职能部门,遏制腐败也要与时俱进,让更多的新技术手段发挥积极作用。

钱,既能震慑腐败行为,也是阳光财政的题中之意。

除了遏制公务消费中的腐败问题,公务卡的使用对于非现金支付工具的推广也有促进作用,公务卡本身就是银行卡业发展的产物。就像中共中央组织部开设“12380”举报网站、公车管理运用GPS卫星监控系统一样,现代科技也能在监督政府工作方面起到作用。这也是在提醒各个领域的职能部门,遏制腐败也要与时俱进,让更多的新技术手段发挥积极作用。

放开房企再融资
有条件也不行

□余丰慧

近期,关于房地产再融资问题,市场较为关心和敏感。A股市场也多次因此话题炒作而使得房地产板块股票飘红上涨。

之所以如此,背后是对国家房地产调控政策走势的关心,是对高房价是继续走高还是有所回头的极度敏感。也可以说,社会民众、投资者把上市房企再融资政策的变化看做是国家房地产调控的风向标。

追根溯源,证监会在2010年10月发布消息称,为坚决贯彻执行国务院房地产调控政策,证监会已暂缓受理房地产开发企业重组申请,并对已受理的房地产类重组申请征求国土资源部意见。就此,自2010年以来,房地产企业上市、再融资和重大资产重组等事项已连续三年步履维艰。“停止”房企再融资是为了配合房地产调控政策,如果重启,就必然使得投资者认为是房地产调控政策有变化。

因此,决不能打着房地产融资市场化的旗号,在房地产行业“不差钱”的情况下,贸然放开再融资。决不能一边收紧货币信贷,另一边却在资本市场开了口子。在房地产调控危机重重、高房价宛如脱缰野马难以驯服、民众意见越来越大的情况下,即便有条件,房企再融资也不该放开。

■本版投稿邮箱:
qilupinglun@sina.com

密切联系群众先得办好分内事

群众的需求是多样的,逮着几位困难群众送米送油的做法,有图省事、走形式的嫌疑,算不上真正的联系群众。

□本报评论员 赵丽

日前,广州市市长陈建华在一次公开会议上谈到了联系群众中的走过场现象,“一说密切联系群众,就带了一帮人到五保户那里慰问,弄袋大米两瓶花生油一床棉被,就叫密切联系群众,基本上还是属于形式主义”。

陈建华直言不讳,批评到了点上。群众的需求是多样的,那些单纯逮着几位困难群众送米送油的做法,有图省事、摆造型、走形式的嫌疑,算不上真正的联系群众。

现实中,不同的群众有不同的需求和盼望,他们可能为家人的医疗花费烦恼,可能为做小生意办不下执照发愁……真正的联系群众,肯定得关注这些多样的民生诉求,多做些和群众贴心窝子的实事。给困难家庭送米送油确实是关心群众、帮助群众的一种方式,但要是把搞慰问当成“万金油”,把送米送油当成固定的“表演动作”,一说联系群众就跑到固定的几个家庭去送爱心,那实在是离“密切联系群众”的本意太远了。

为什么有些干部习惯于

“慰问送米送油”?恐怕还是形式主义、官僚主义在作怪。常见的情况,一是怕麻烦,随大流。有的干部平时老是围着领导转,围着文件转,大会小会开不完,很少和老百姓打交道。听到上级强调要联系群众,自己不想多动脑子,扑下身子去做点实事,而是因循惯例搞个慰问应付了事。二是摆造型、搞宣传。说实话,党员干部真要给群众办实事,机会肯定不少,送米送油之外的事也很多……遗憾的是,有些干部不屑于做“慢活”、“笨活”,眼睛只盯着

镜头感强的事,有的甚至搞摆拍,把群众当成道具支使来支使去。

这种刻意“装样子”的做法,说到底是从官本位出发,不考虑群众的真实需求,实际是走到了“联系群众”的反面,只会让老百姓反感。其实,真正的联系群众,不需要有多么戏剧性,不需要多么兴师动众,只要把“为民务实清廉”贯彻好就行。群众盼望的无非是行政权力运行足够规范透明,特权和潜规则不再,自己办事不用再担心“吃拿卡要”、“门难进、脸难

看、事难办”这些难题。这些要求其实并不高,正如陈建华所言,作为职能部门,如果做好分内事,在办事大厅能让群众高效把事办好,这其实就是联系群众、服务群众。

当前,党的群众路线教育实践活动正在深入开展,老百姓盼望各级党员干部都能牢记中央的要求,始终把人民放在心中最高的位置。一说联系群众就“送米送油”的做法,确实应该改正了,那些脱离实际、虚头巴脑的东西,只会让群众感觉离自己越来越远。

盛夏空调季 百姓好口碑”系列专题

口碑成就品牌 山东消费者亲眼见证美的空调“一晚0.94度电”

技术实力、市场业绩,这些都不足以完全说明品牌的成功,消费者的信任,消费者的口碑和市场美誉度才是检验品牌成功的关键要素。口碑成就品牌,而口碑来自品牌的力量,在空调销售旺季,近期将推出“盛夏空调季 百姓好口碑”系列专题,走进各大空调品牌,领略其明星产品和技术亮点,本期将走进美的空调,亲眼见证美的空调“一晚1度电”的节能效果。

□张开宇

盛夏来临,空调永远是必不可少的消费利器,但一直以来,空调耗电量大,费电扰民,也让消费者大呼消费不黏。而美的金直驱变频空调“一晚1度电”ECO节能系列产品自2012年9月上市以来即引发业内关注,以其省电和舒适的效果再次成为消费者关注的焦点。

今年9月份,正值美的空调“一晚1度电”ECO节能系列产品引发高度关注之时,为充分消除消费者的顾虑,更大规模的推广节能产品,美的空调开行业之先河,在9月全国品牌服务月期间启动“一晚1度电”用户见证大行动,见证“一晚1度电”系列空调的节能实效。据美的制冷产品销售有限公司总经理张仁介绍,山东地区报名人数为9704人,其中济南市有2名用户被选为见证大使,参与此次见证,来自济南市高新区董大名小区的金先生,便是经过筛选成为家中实地见证“一晚1度电”节能实效的用户见证大使之一。

百闻不如一见 体验证实力

笔者也是怀着“百闻不如一见”、“眼见为实”的心态参加了这次用户实地见证活动。7月10日当晚10点左右赶到市民金先生家中,美的

空调的相关工作人员为金先生的空调安装电表。金先生表示,以前住的房子虽位安装空调,但是太耗电,他们就很少用。现在住的房子是4月份刚交房,这款美的空调是今年4月份购买的,即直安装的美的“一晚1度电”尚风系列KFR-26GW/BP3DN1Y-KB(1)挂机,经过这几天桑拿天,使用起来效果非常好,非常舒适。

7月10日晚,笔者随美的空调测量人员一起,见证了整个检测的全过程。美的工作人员把电表安装好后,与金先生一起将电表读数记为1.9度,之后工作人员对电表贴上封条,进行封存,晚上10点40分,在关闭其他家用电器的情况下,工作人员打开了空调的ECO节能过行模式制冷,并设置8小时运转,即空调将持续运行到第二天早上6点40分自动关机。如此严格的工作周期,只为了让每一个数据都是最原始、最真实的呈现。

7月11日一大早,笔者与美的空调工作人员一起赶到金先生家,在笔者、金先生以及家人的关注与期待中,工作人员当场打开了被封的电表,工作人员再次与金先生一起记录了电表读数为2.24度,即计算可得:空调连续制冷运行8小时的耗电量为0.94度。【耗电量计算公式:检测后显示数值(2.24)-检测前显示数值(1.3)=0.94度电】

金先生告诉笔者,当初买美的“一晚1度电”空调,就是看中美的大品牌,相信

“一晚1度电”真的能够做到,经历了这次见证之后,他们一家将更加相信美的空调的品质了,他们还主动将自己身边的亲朋好友介绍这款节能空调。

金杯不如口碑 口碑成就品牌

据美的制冷产品销售有限公司售后负责人张新泉介绍,整个测试过程公开、严谨,均在用户的亲眼见证下进行,且测试结果均由用户亲笔签字并测试结果,填写见证卡并亲笔签名,交与工作人员存档,每一位用户见证大使所见证的数据,都是真实可信的。

据悉,美的空调“一晚1度电”ECO节能科技已通过国家专业机构检测认证,并已申请国家发明专利,并已全部通过了国内最顶尖的四大空调检测机构认可,如今更是获得了消费者的实地见证。

据济南泉城路苏宁易购卖场美的专柜销售人员介绍,目前前来购买空调的人大多会在美的空调专区停留较久的时间,并且几乎都会询问“一晚1度电”ECO节能系列产品,不少消费者选择的正是“一晚1度电”节能系列产品。各大卖场的实时销售情况也显示,“一晚1度电”系列产品的日均销量与成交量逐步攀高,超过三分之二的消费者对于见证活动十分感兴趣。这些数据表明,美的空调“一晚1度电”消费者口碑效应已带来了更好的市场效果。



①安装人员在用户家中安装电表



②7月10日22点30分电表读数为1.3度



③安装人员对电表进行封条处理



④安装人员启动空调,打开ECO节能模式



⑤空调进入ECO节能模式,8小时后自动断电



⑥7月11日8点40分,电表读数为2.24度