

部长谈“硬骨头”，群众更有盼头

■评论员观察

本报评论员 沙元森

在走过极不平凡的五年之后，让改革发展成果更多更公平惠及人民，仍然是民心所向。这就需要各个部门再加把劲、添把火，一件事情接着一件事情办，一年接着一年干。现在，部长们纷纷摆出“硬骨头”，让人看到了准备打硬仗的姿态，群众也就更有盼头了。

十九大新闻中心昨日迎来“超强”阵容，教育部、民政部、人力资源和社会保障部、住房和城乡建设部、国家卫生计生委等五部委负责人一起出席记者会并回答有关提问。以上五部委都是直接关系民生的部门，所以这次的记者会也就格外引人注目。从五部委负责人的回答可以看出，过去五年所取得的历史性成就在民生领域体现得尤为明显，在“幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶”上不断取得新进展，部长们为此感到骄傲，群众对此也有显著的获得感。但是，五部委负责人并没有满足于已有的成就，他们十分清醒地认识到在民生领域全面深化改革还有很多没有啃掉的“硬骨头”。比如教育部部长陈宝生坦言，入园难、入园贵的问题，控辍保学以及到

2020年建立中国特色的高考招生制度是难啃的三个“硬骨头”。而国家卫生计生委主任李斌则谈到了，人民群众对医疗卫生健康的新需求和目前医疗服务供给的不平衡、不充分的矛盾。部长们的看法与十九大对社会主要矛盾作出的判断是一致的，“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”，如何解决“不平衡不充分”的问题应该是以上五个部委今后最重要的工作内容。尽管在过去的五年教育事业全面发展，覆盖城乡居民的社会保障体系基本建立，人民健康和医疗卫生水平大幅提高，保障性住房建设稳步推进，但是民生短板也是不容回避的。自改革开放以来，由于市场经济体制不健全，分配制度不够完善，城

乡差距、地区差距、行业差距等情况是客观存在的，不同区域、不同行业、不同人群在生活水平和发展机会上至今仍有很大差距。让数千万贫困人口“脱真贫、真脱贫”，让为数不少的失学或辍学儿童回归校园，让更多的大学毕业生找到满意的工作，让挤挤挨挨的棚户区改变面貌和居住环境，让“看病难、看病贵”不再成为居民的焦虑……仍是未来几年内不得不面对的难题。就整体而言，因为民生短板出现的问题通常都是很小的概率，但是无论是失业还是失学，对每个当事人来说都是极大的不幸。党既然坚持把人民群众的小事当作自己的大事，就必须着力解决大局中的“小概率”。这些看似不大的问题其实已经成为当前主要矛盾的重要内容，为了让发展更

平衡更充分也不能绕过这些民生难题。如果不能打赢脱贫攻坚战，实现全部脱贫，我们就不可能胸有成竹地跨越“中等收入陷阱”，如果不能在民生领域里不断满足人民日益增长的美好生活需要，使人民群众的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续，我们也很难理直气壮地说改革没有成为“夹生饭”。习近平总书记在十九大报告中强调，行百里者半九十。在走过极不平凡的五年之后，让改革发展成果更多更公平惠及人民，仍然是民心所向。这就需要各个部门再加把劲、添把火，破除制度瓶颈，打破固有利利益格局，一件事情接着一件事情办，一年接着一年干。现在，部长们纷纷摆出“硬骨头”，让人看到了准备打硬仗的姿态，群众也就更有盼头了。

期待网贷信披标准升级为“国标”

■一家之言

□冯海宁

近日，中国互联网金融协会(以下称“互金协会”)发布《互联网金融信息披露个体网络借贷》(T/NIFA 1—2017)团体标准。与此前的标准不同，新标准将强制性披露项由原来的65项增至109项，其中包括与投资者息息相关的网贷平台安全问题及借款人信息透明等问题。借助互联网工具快速成长起来的网贷业，由于具有成本低、效率高、覆盖广等特点，解决了不少人的借贷难题，推动了消费增长。另一方面，网贷机构从少到多、从小到大，也获得快速成长，目前网贷机构多达4129家。在快速发展的背后，这个行业存在的问题不少。比如之

前大多数网贷机构都向大学生提供贷款服务，存在高利息、高收费、乱催债等现象，受到有关方面严厉整治。再如，主动关闭、提现困难、失联跑路的问题平台不少。数据显示，已有3925家停业及问题网贷平台，这类平台扰乱金融市场秩序，损害了投资人等的权益。为此，国办去年4月份印发《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，治理成效比较显著。而“互金协会”此次发布的网贷信息披露新标准，不仅有利于保障网贷相关权利人的知情权和监督权，也能倒逼网贷机构规范化经营，因为信息披露可以让阳光充分照进网贷行业。此前，网贷信息披露也是有标准的，缺点就在于强制性标准偏少，作用有限。而新标准将强制性披露项由原来的65项增至109项，显然是一种巨大进步。如果网贷平台严格

按照这个新标准披露相关信息，我国网贷行业信息透明度必然大幅提升，有望遏制该行业的很多乱象。根据新标准，今后平台停业、整顿、关闭情况及主要负责人变更等信息均需披露，就能避免客户因信息不对称蒙受损失。至于曾出现过暴力催收问题，新标准则要求平台应披露其采用的催收方式。这就是说，新标准是以问题为导向进行制定的，通过信息披露来规范行业发展，具有多种现实意义。不过，这个新标准能否落地，让人有些担忧。因为该标准发布者行业协会，新标准更像协会标准。众所周知，行业协会只能约束会员，有时则连自己的会员也不能有效约束。那么，非会员机构未必会执行这个新标准。假如会员机构不严格执行，好像没有办法约束。虽然新标准中有109项

强制性披露项，但似乎没有相应的惩罚性措施。换言之，如果部分网贷机构不执行新标准，行业协会似乎也没有办法。如此，这个标准有可能沦为“花瓶标准”。因此，这样的新标准，需要由行业主管部门加以确认，以增强标准的权威性；同时，需要围绕新标准制定配套制度，增加标准执行的强制力。在这方面可以借鉴上市公司信息披露：一者，证监会发布了《上市公司信息披露管理办法》；二者，该管理办法中有相应罚则。一旦网贷信披新标准也由行业主管部门发布，有配套制度且有明确的罚则，相信落实效果会大不一样。这样的标准才更像“国标”。目前则是一种协会标准，似乎连行业标准都够不上。鉴于网贷在我国经济金融活动中发挥的作用越来越大，期待有关方面能提升新标准“级别”。

■读者来信

“兰小草”的可贵不只是匿名捐款

20日晚，48岁的王珏因病去世，直到此时人们才知道，这个和家人坚守浙江温州洞头海岛渔村28年的乡村医生，就是缺席了无数次公益奖项颁奖，却坚持公益捐款十多年的神秘捐赠人“兰小草”。而且，“兰小草”身份的曝光，并不是他的家人想借机炒作，而是因为“兰小草”去世之后，他的家庭断了收入来源，无法继续践行捐款33年的承诺，他的家人才不得不公开身份。“兰小草”及其家人如此低调和默默无闻的行善行为，毫无疑问，令人心十分尊敬，符合慈善事业的初心。众所周知，慈善的基本前提就是自愿和不求回报，慈善是出于个人内心，是给自己心灵一次提升和净化的机会，而不是作秀给别人围观，这是慈善事业的基本价值观。“兰小草”默默无闻的匿名捐款，虽然累计金额不算特别高，与那些动辄捐款上百万、上千万的富豪没法比，但与少数人把做慈善事业当成商业广告宣传形成了鲜明对比，更显得弥足珍贵。所以，我们希望更多的人响应“兰小草”匿名捐款的选择，争当“兰小草”，默默无闻地献爱心、做好事。一旦身边有人遭遇困难时，就毫不犹豫地伸出援助之手。只有这样，社会上心怀爱心和感恩之心的人才会越来越多，我们的慈善事业才会更加成熟，我们的社会才会越来越和谐。事实上，“兰小草”王珏的可贵不只是匿名捐款，还有他坚持守护海岛28年当村医成为小岛老百姓的“生命守护神”，这种扎根基层、无私奉献、不求回报的高尚品格，同样值得我们学习和传承。这种奉献与他的匿名捐款如出一辙，有着相同的精神脉络，同样是默默无闻的。这种扎根基层、无私奉献的高尚品格和职业精神尤为可贵。(读者 何勇)

■投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

应利用经济杠杆推广“绿色包裹”

■公民论坛

□史洪举

近日，苏宁易购推出一款塑料快递盒，使用时是一个方形的塑料箱，买家签收后，快递小哥就会将它折叠起来，带回仓库重复使用，预计单个快递盒使用寿命可达1000次以上。京东也推出了循环包装袋，这种包装袋以抽拉绳密封，买家到自提点带走商品后，包装袋由配送员回收，返回仓储再次使用。菜鸟网络也即将与合作伙伴、商家一起，在全球启用20个“绿仓”。(10月22日《都市时报》)

从报道可知，很多电商平台推出循环包装袋、塑料快递盒的主要原因，是今年以来原料纸价“一路高歌”，导致纸质

快递箱成本大增。循环包装袋、可降解快递袋以及可重复利用的快递盒随之诞生，这是经营成本提高倒逼企业更加“重视环保”的实例。毋庸置疑，在网络购物高速发展的今天，“绿色包裹”的使用客观上将大大减少环保压力，值得推广。

众所周知，在我国已成为名副其实的网购大国的背景下，快递包裹的使用也大量增加。据统计，2016年中国产生了300亿个快递包裹，这一数字在2018年将达到500亿。而很多商家为避免商品运送途中损坏，则不惜层层包装，一些商品被裹得像个“粽子”。快递包裹基数的增多以及单个快递的过度包装，既浪费自然资源，同时消费者不能二次利用的包裹又成了只能丢弃的垃圾，进而对环境保护形成更大压力。2016年10月，国家邮政局发布的《中国快递领域

绿色包装发展现状及趋势报告》显示，2015年我国快递仅包装使用的胶带总长就可以绕地球赤道425圈。

数量如此庞大的快递包裹和胶带，对环境资源的危害可想而知。特别是，不像一些塑料袋那样可以被居民作为垃圾袋二次利用，很多快递包裹在消费者拆封后就直接当作垃圾抛弃。因此，使用循环快递盒、循环包装袋、百分百可降解快递袋等环保包装也就成了当务之急。据报道，一些塑料包装盒虽然制作成本较高，但是结实耐用，可在节省胶带和包装的前提下对内部商品形成保护。而且折算下来，其使用成本比纸质包装箱要低很多。

换言之，无论是从保护环境角度还是从降低企业运营成本角度出发，“绿色快递包

裹”都值得大力推广。条件成熟时，相关部门有必要出台统一的行业标准，加大“绿色包裹”的覆盖率。当然，具体推广过程中可能还面临消费者不习惯、快递员难以接受等阻碍。如使用“绿色包裹”需要快递员当着买家拆开包裹，将商品交给消费者后收回包裹，但一些消费者不愿意快递员看到其购买的商品，或者一些商品本身就是隐私物品。加之快递员拆包装、回收包装会占用其投递时间，快递员的积极性可能也不高。

这样一来，推行绿色快递包裹时，还应对消费者及快递员进行适当激励。如不妨以积分、优惠券、减免运费等形式对主动选择绿色包裹的消费者进行奖励，并按件奖励回收绿色包裹的快递员。这样才能让“绿色包裹”成为商家、消费者和快递企业的自觉选择。