



# 公费出国要纳入有效监督

钱兆成



中央部门预计从7月19日起将向社会公开2011年部门决算,并同时公开“三公经费”和行政经费等有关数据。

日前,国务院南水北调办率先公布了去年“三公”经费决算,其中人均每次出国费用5.63万元,每辆公车年均运行费6.3万元。(7月19日《新京报》)

出国的目的是什么?新闻中说道:主要用于学习借鉴国外调水工程关键技术、先进设备和建设管理经验等出国业务培训和考察支出。这个可以看做是师出有名。然而,人均5.63万的出国费用是多还是少?笔者以为纳入规范审批,有理由的5.63万不算多;如果出国目的不明确,而是游山玩水,那么这远远高于大部分地区年人均工资的5.63万,多

还是少,数目自在人心。

近年来,媒体和舆论经常批评公费出国游,而这种公费出国游正是借助冠冕堂皇的出国考察制度而实现的。因此,如果这种内部制度缺乏约束力的预算管理,诸如公款出国旅游这类职务消费、行政成本,没有在预算的源头得到有效的监督制约,那就会有可乘之机。

笔者以为对公费出国不能一棍子打死,但出国习惯性地加上旅游则另当别论。确属需要出国考察学习的单位,也应有严格的指标限制,一旦指标用完不准追加。凡属一般性考察、学习和没有明确公务目的及实质内容的出国活动,要坚决停下来。政府有关部门要组织专门人员,对要求出国考察的单位提出的出国理由进行认定,认定不符合要求者不予批准。

从预算管理、政务公开等制度源头着手。各级政府每年编制出国费用的财政预算,并向纳税人进行公示。要用纪律手段来保证不得突破出国费用的财政预算,纪检监察部门每年要对出国费用的财政预算执行情况进行检查。

只有相关政府部门认真重视这一现象,还公众的知情权,同时加大人大及媒体的监督力度,在全社会形成一种正确的舆论氛围,才能在最大程度上遏止出国学习变出国旅游。

我们必须看到的是,“晒三公”,实际上是政府自身改革的大势所趋,不仅有利于降低行政成本、提高行政效率,而且有助于公务的透明化公开化。相反,很大程度上,正是因为时下许多内部规则,仍然是封闭性操作的,才为一些上下其手的行为提供了丰厚的土壤。

W 微评论  
weipinglun

## 食品不合格也安全 是“误读”还是“误导”?

赵勇

在中国连锁经营协会举行的食品安全年会上,中国农业大学食品学院教授何计国表示:当前,我国发生的食品安全事件有不少是外界误读了,其实不合格的食品并非就是不安全的。(7月19日《京华时报》)

很明显,在这场由政府部门、协会、企业界等代表参与的年会上,何计国教授的“误读”论想必是会博得一阵热烈掌声的——大家一听教授这话,都会大大松了一口气,原来不是我们生产管理上问题太多,才弄得消费者现在几乎什么都不敢放心吃,而是人们的“误读”,才搞得所谓的食品安全事故屡屡出现。

不错,何教授的“误读论”,从理论上讲是说得通的,有些不合格食品,的确只是非安全指标不合格,比如说营养不达标、含量不合格等等,这些问题食品,确实不等于不安全食品。食品中所含的致癌物质,是不是都会对人体致癌,同样也需要数据来证明。但我想提醒何教授的一点是,现在我国食品安全事故多发,很多知名的大企业也身陷其中,消费者对食品安全已经有了近乎本能的警惕,这一点,是任何一个研究食品安全的专家学者都不能忽视的前提。

“不合格食品不等于不安全食品”,这样的常识不是不能说,但作为一个普通消费者,我更想听到的,是专家们剖析食品安全事故频发的根源,比如食品安全标准偏低、食品添加剂准入门槛过低、政府部门监管上有漏洞,等等。对于保障食品安全而言,专家们对这些问题的剖析和反思,才是提升社会整体利益的正能量,至于“不合格食品不等于不安全食品”这种讨巧的话,除了让相关部门、协会、企业听了大大松了一口气之外,对消费者和食品安全而言,又有什么意义呢?

在一个食品安全事故多发的年代,整个社会对食品安全保持警惕心,甚至多一分鸡蛋里面挑骨头的苛刻,对企业和监管部门,是一种无形的倒逼,作为知识分子,更应该体现出为民生代言的风骨。也只有在这种舆论的持续倒逼之下,食品生产企业和监管部门才不敢过于懈怠,保障食品安全的相关制度,也才有不断改善的动力。遗憾的是,总有一些专家,动辄就冒出“食品安全事故是媒体报导出来的”、“我们的食品安全标准世界领先”、“食品安全事件多为误读”这样的悦耳之声。真相问问那些尽挑好话说的专家们,你们,能安心吗?

S 时事乱炖  
shishiluan dun

## “生态贡献奖”不能有奶便是娘

池墨

针对控烟协会致函要求撤销中国烟草总公司获生态贡献奖一事,该奖项的主办方中国绿化基金会外联部费勇表示,此次评选中并未从科学角度将企业和行业对生态环境的影响因素纳入其中,而主要依据企业对绿化公益事业的捐款数额,中国烟草总公司去年共捐了1亿元用于促进绿化,同时,自2010年起,中国烟草基金每年捐资500万元,设立了“金叶生态基金”。(《京华时报》7月19日)

虽然吸烟有害健康,虽然中国烟草企业备受诟病,但是,对于烟草企业所做的这些善事,还是应该给予鼓励与肯定的,这也算是“良心未泯”,多少为烟草企业挽回了一些“印象分”。

然而,虽然近年来烟草企业致力于做善事做好事,但毕竟吸烟有害健康,烟草对于人类健康来说不是好东西,这是社会共识,因此,烟草企业还谈不上是慈善企业。控烟组织一直在控制吸烟,目的就是减少烟草对人体健康的损害。从这个角度来说,不应该为烟草企业颁发“生态贡献奖”。

中国烟草总公司在世界环保日上获颁“2011生态中国贡献奖”,这大大出乎人们的意料,让人感到惊讶的同时,甚至觉得这

是一个讽刺。损害人体健康的烟草,其实在破坏生态,生产企业岂能获得“生态中国贡献奖”?

而颁奖单位的颁奖理由是“主要依据企业对绿化公益事业的捐款数额”,这让人对“生态中国贡献奖”的权威性和公正性都产生了怀疑,是不是花钱就可以买个“生态贡献奖”呢?若是如此,这与那些收钱卖证书的骗子公司颁发的奖项有何区别?

烟草企业做慈善,虽然也是对社会的一种贡献,但功不抵过,与烟草对人体健康的危害相比,烟草企业做的这些善事还远远不够。可以说,烟草公司所做的这些善事,是烟草企业的一种“自我救赎”,我们应该肯定烟草公司的这种做法,但烟草公司离“生态贡献”还很远,离“生态贡献奖”也还有距离。

仅仅因为烟草公司对绿化公益事业的捐款数额多,中国绿化基金会就为烟草企业颁发了“生态贡献奖”,这让人产生“有奶便是娘”的感觉。捐款多就可以获奖?如果这个理由成立,那么,假如那些种植、制售、贩卖毒品的毒贩也对社会绿化公益事业进行捐款,他们是不是也可以获得“生态贡献奖”呢?

F 非常道  
feichangdao

这已是自己两年内第5次因监督公车接受治疗了。

——广州市民区伯是一名“公车私用监督达人”,6年曝光了100多辆涉嫌私用的公车,微博粉丝超过4万。而他,也因监督而屡受伤害。两天前,区伯在一次监督公车私用的过程中,被人推倒受伤。他如是说。

这名公务员需要向上级提建议,不然的话就别抱怨,抱怨的话显得不阳刚不阳光。

——日前,一名绵阳基层公务员向当地市委反映,称当地基层单位形式主义盛行,政治学习几乎就是打麻将喝酒,除了浪费时间外没有用处。当地市委书记回应称。

“网站副管理员权力大,能管人,能让自己临近退休时还能过一把权力瘾。”

——7月17日,江苏省南通市公安局对外公布,该局在全国各地公安机关的大力协助下,破获了一起由全国“扫黄打非”办公室、公安部联合督办的特大网络传播淫秽物品案件。据悉,该网站版主和副管理员是一名如东当地政府在公职公务员,59岁,再过一年便到龄退休。他之所以参与黄色网站的管理,原因很简单。

# 美的全直流变频空调:首家通过国家“长效节能评定”,将省电进行到底!

——买空调,到美的专卖店,即买即送即安装! 800元电费补贴等您拿!

买空调 就要一步到位!

敬请关注 7月9日-22日

## 美的专卖店 首届空调节

夏日酷暑,要清凉,不要炎热;要舒适,不要“空调病”;要省电,不要“电老虎”,买空调一步到位就选美的全直流变频空调吧!中国质量认证中心对市场多个品牌空调进行了实地测试,最终美的全直流变频空调脱颖而出,首家通过了“空调长效节能评定”,成为今夏空调最热销的宠儿。

风速从1%~100%之间的无级调整,满足用户使用的最大体验。

美的对用户用户体验的深度关注,也获得来自市场和消费者的回报。自从去年美的“全直流”变频空调上市

以来,就受到了广大消费者的认可和热捧。回顾这半年来,美的空调的销售比例显示,全直流系列空调销售的占有率达到了60%以上,甚至部分卖场和区域的占有率达到了80%。而美的全直流变频空调在海外同样热销,截止目前,美的全直流变频空调出口日本已经超过200万套,美的全直流变频空调在对产品节能性能和品质要求极为严苛的高端国际市场广泛认同。

节能惠民 美的先行

7月9日至22日美的专卖店首届空调节清爽上演!

为祝贺美的全直流变频空调首家通过中国行业内“空调长效节能评定”,让更多的消费者炎夏都能用上更凉爽、更舒适、更长久省电的全直流变频空调,7月9日至22日美的空调专卖店“首届空调节”即将清爽上演!

据悉,本次空调节美的空调优惠很大,惊喜不断。买直流F/K系列空调,送

800元电费,再加送美的电风扇;活动期间买全直流F系列空调,还送移动空调呢。买空调,趁现在!旺季来临,最后巅峰盛惠不容错过!买空调,建议您去美的专卖店,省时、省心还省钱,享受“即买即送即安装”优质服务,市区内24小时完成送货及安装。

美的专卖店“首届空调节”已进入倒计时阶段,空调旺季来临,最后巅峰盛惠,买到就是赚到,今夏需要购买空调的顾客一定不容错过!买空调一步到位,就买美的全直流变频空调——首获国家“空调长效节能评定”,跳出实验室,接受最严酷的实地考验,长期使用后还真正能省电的好空调!

关注客户需求

美的全直流变频空调获全球青睐

作为连续三年荣获国内变频空调销量冠军、七年荣获空调出口第一的美的空调,正是借助“核心技术”与“全产

业链”的二元化战略架构,让美的通过全直流变频空调完成对用户体验的战略突破。仅在消费者最关心的空调送风,一般空调多是三档或七档固定送风,正是借助全直流变频调速技术,美的空调实现送

风风速从1%~100%之间的无级调整,满足用户使用的最大体验。美的对用户用户体验的深度关注,也获得来自市场和消费者的回报。自从去年美的“全直流”变频空调上市