

生活杂谈

百姓观点

维权不是过节
监管应当常态

□蔡朝阳

今年的两会,会场内外,频现的“幸福”二字,像阳光一样洒进人们的心里。

幸福是什么?有人说,幸福是一种感悟;有人说,幸福是一种感觉;还有人说,幸福是一种内心感动。教师的幸福是桃李满天下,医生的幸福是天下无疾,农民的幸福是五谷丰登……幸福,词典里有准确的定义,但每个人心中又有个性鲜明、千差万别的答案。

有“好事者”列出了“幸福方程式”:幸福=个性+需要+生存状况,这是科学家的“方程式”;幸福=效用/欲望,这是经济学家的“方程式”;幸福=感恩+知足,这是社会学家的“方程式”。尽管见仁见智,但都传递了人们追求幸福的

朴素愿望。

其实,幸福不是 GDP,不能用数字来衡量,更无法像解答数学题一样来解析“方程式”。当然,无法用数字衡量并不意味着不可衡量。幸福不是写在纸上的东西,它藏在老百姓的日子里,绽放在老百姓的笑脸上。自然,老百姓也有自己的定义和答案,并用他们的“加减乘除”,去求解心中的“幸福方程式”——

增加财富,夯实幸福的“九层之台”。“九层之台,起于垒土”。幸福是人类社会的终极目标,而物质财富是人类幸福的首要来源。或许,有人会怀念“短缺经济”年代的生活平静、环境良好以及产品质量的可靠,但同时,也没有多少人会否认当时生活的窘迫,以及改革开放以来高速增长经济增长给国民带来

的巨大幸福。“十二五”时期收入增长快过 GDP 的预期,将让老百姓的幸福“九层台”更加牢固。

减少成本,提升幸福的“享受指数”。梳理改革开放走过的路径,我们清晰看到,中国的发展目标从以物为中心到以人中心,科学发展理念越来越深入人心。同时,环境破坏、生态失衡、贫富差距、假冒伪劣、诚信缺失、道德滑坡等不良现象,也在不断侵蚀物质财富的增长带给国人的幸福感。减少和降低这些成本支出,幸福的“享受指数”才能大大提升。

信心倍增,获取幸福的“乘数效益”。改革开放的“成绩单”令人鼓舞,两会披露的“十二五”规划纲要草案,更加突出民生,近半发展指标直指民生,强调让民众收获更多幸福。这些,必将产生“乘数效

益”,极大激发人们对幸福的向往和信心。逻辑如此简单,又如此深刻:既然人的幸福是发展的起点也是发展的根本归宿,那么,幸福就应该由人通过科学发展来创造。

除去烦恼,走上幸福的康庄大道。发展为了人民,发展成果由人民群众共享。着眼于人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题,重民意、解民瘼、帮民难,真正实现好、维护好、发展好人民群众的切身利益,才能不断提高人民群众的幸福感,汇集成聚精会神搞建设、一心一意谋发展的强大动力。

“笨人寻找远处的幸福,聪明人在脚下播种幸福。”面朝通往幸福的康庄大道,我们才刚刚出发。幸福就在你、我、他的手中,就在你、我、他的脚下。让我们抖擞精神,整装再发……

□张丽娜

“3·15”是消费者期待的日子。每年这个日子前后,工商、质监等部门、消费者协会都会主动接受投诉,并举办多种维护消费者权益活动,媒体也积极加入“打假”行动,曝光典型侵权案例。然而,广大消费者更盼望一年 365 天都是消费维权日,而不是仅仅在“节日”前后。

近年来,消费维权问题已不仅是简单的退换货纠纷,涉及金额之大、问题之多、情况之复杂,对有关部门的工作提出了更高的要求,从消费者角度来说,最重要的是构建起消费维权的长效机制,使维护消费者权益常态化。

从工商部门和一些媒体发布的案例分析来看,当前消费者维权问题突出表现在汽车买卖、网络购物、医疗、美容等领域,2010 年全国消协组织受理的汽车问题投诉同比增幅达到 51.1%,汽车成为投诉量升幅最大的商品。

究其原因,主要是这些领域消费者权益缺乏专门法律作依据,消费者往往中冤无果。

消费维权问题处理不好,不仅损害群众利益,还会对经济社会发展产生不良影响。相关部门应积极推进消费者权益保护法、反不正当竞争法、广告法等现行法律法规的执行和完善,并积极加强新行业、新领域的立法,为维护消费者权益、促进经济社会发展提供法制保障。

维护消费者权益,还需要执法工作更到位、更有力。执法人员既要不断提高监管执法能力、调解纠纷能力、综合协调能力以及应急处置能力,更要严格执法,积极作为,做到有法必依、执法必严、违法必究。

有法不依、执法不严形成的对违法行为处罚偏轻问题,既伤害消费者权益和感情,又助长不法生产和商业行为,二者叠加还损害监管部门公信力。比如在当前消费者投诉集中的汽车产品问题上,有关《缺陷汽车产品召回管理规定》已经实施 8 年,但在举证责任以及监管力度方面却始终乏力,令消费者失望。

工商总局日前发布的“十二五”时期消费者权益保护工作规划提出,更新消费维权工作理念,实现消费维权“关口”前移,也就是执法人员进企业、进商场、进市场、进学校、进景区主动开展工作。这无疑是一个积极信号。监管人员只有经常“逛逛”商场、市场,使监督检查常态化,才能有效震慑和打击假冒伪劣商品,切实维护消费者权益。

□吴向东

淮阳县因在一年一度的朝祖会公祭伏羲大典上烧出了 118 万元的天价香而倍受诟病,几大网站纷纷以《国家级贫困县烧出天价香》为题对此事进行渲染,一时间,网上一片责难之声。一篇名为《别让“天价香”烧疼了民众的心》的评论更是在多个网站转载,把天价香与象征腐败的天价香烟、天价过路费联系在一起,直指淮阳这个“年财政收入只有 2.7 亿”的“国家级贫困县”大行奢侈之风,靡费公帑,罔顾民生。

然而,事实真是如此吗?淮阳朝祖会已有 2000 多年历史。因三皇之首——太昊伏羲氏被葬与此,每年的农历二月初二至三月初三,附近县市的群众都会到淮

阳太昊陵祭拜中华始祖,形成为期一个月的朝祖会。期间,太昊陵人山人海,游人摩肩接踵,为一时之胜景。“公祭太昊伏羲大典”曾创下单日超过 82 万人次祭拜的吉尼斯世界纪录。而“太昊伏羲大典”和“二月古庙会”也因此被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

作为国家级贫困县,淮阳县政府很好地利用了这一文化品牌,早在 1999 年,就采取市场化运作的方式,拍卖经营摊位所得用于经营朝祖会。自 2008 年起,又开始拍卖朝祖会第一炷香,每次都有数十家企业参与竞拍。中标者将在农历二月初二——朝祖会第一天的公祭大典上,为中华始祖奉上第一炷香。拍卖所得款项全部用于发展淮阳的慈善和教育事业。

为什么这样一件好事,今年却被传得变了样呢?笔者仔细搜索了网上新闻,发现这皆因某些媒体不负责任所致。

某媒体在报道中,故意模糊事实:“记者现场看到,向伏羲敬献第一炷香的是一名中年男子,而祭献第一爵酒的则是一名中年女子。这两个环节前后不足十分钟时间,短短几分钟‘烧’了 100 多万,此举令不少同场祭拜的羲皇子孙哑舌”。既不点明“男子”和“女子”的身份(让人怀疑是政府官员),又不指明“哑舌”的原因(让人以为群众反感)。作为一个企业,竞拍第一炷香是一种商业行为,犹如央视的“天价”广告一样,本无可厚非;可该媒体故意不点明烧香者的身份,只是“意味深长”地指出淮阳是个“国家级贫困县”,“年财政收入

不到 2.7 亿”,让普通读者以为主办方靡费公帑,大搞奢侈之风。

现在,有个别媒体热衷于批评、曝光来赚取民众眼球。批评、曝光无可厚非,但是,这种监督和批评要建立在尊重事实的基础上。由于媒体的公众影响力,看似只是一条无关紧要的报道,却往往导致严重后果。众口铄金、积毁销骨。就像这次“天价香”事件,对淮阳这个国家级贫困县多年来利用本地优势发展文化旅游产业的努力无疑是一次沉重打击。新闻媒体肩负着重要的社会责任,在批评监督别人的同时,更要讲究自律,增强责任意识。特别是影响力大的知名媒体,更应加强自律。

名气越大、影响越大,责任也就越大。

不吐不快

超低价“家属楼”为何屡禁不止

□成彪

时下陕西韩城市高层住宅每平方米价格直逼 5000 元,可藏在韩城市交警大队新办公大楼背后却有 2000 多元一平方米的房子。据知情人说,交警大队斥资数千万元建办公大楼时,顺带盖了两栋住宅楼,买主不是普通百姓。(3 月 15 日《华商报》)

在“一房难求”的时下,一幢房子比“高邻”多付一倍钱,“比较幸

福”的指数不知跌落多少倍:韩城交警的待遇真让人眼红!非常房价,必有非常隐情。然而,诸如此类的“家属楼”太多了,并不仅仅在基层部门存在。比如,去年某部委被曝光在北京四环内建房,以市面的一半价出售给“内部人”。要知道,早在多年前,中央就叫停单位自建“家属楼”,可自上而下那么多单位仍在建,从规划到立项、监理、验收那么多环节,您是没能挡住违规的手,真乃咄咄怪事!

其中,最令我难以理解的,是最后一关——缴税关,他们是如何通过的?笔者日前替亲戚办理房屋过户,因买卖双方是亲戚,交易价格比周边偏低,可驻点房产局的税官不答应了,认为有串通压价、逃避税收的嫌疑,要重新估价。那么,韩城等超低价“家属楼”,他们最终如何纳税的?难道税务部门坐视他们在享受“内部福利”之后又偷逃掉一笔税收吗?

审视韩城等超低价“家属楼”,

有钱有势的单位“请客”是个问题,那么多掌权执法的把关部门又“送礼”,这是悖国家之慨、让人民之利,也是“为虎作伥”,应被问责。

九大疾病 只需一台海氧机

春季吸海氧 远离中风、猝死！

进入春季,由于天气忽冷忽热,昼夜温差大,加上中老年人身体摄氧功能条件下降,造成体内严重缺氧,并导致多种慢性疾病发生,一早一晚更是中风、猝死和呼吸衰竭等严重疾病的高发时刻。因此,中老年人要及时吸氧,以防不测!

医学专家提示:患有心脏病、脑中风、肺心病、肺气肿、哮喘、慢阻肺、高血压、糖尿病以及老年痴呆症等九大类疾病的中老年人,一定要及时吸氧。日常补海氧可使头不晕、胸不闷、气不短、心不慌、睡眠好、不疲劳,促进身体疾病的康复,同时,也可以避免憋气、心梗、脑梗、中风、猝死等疾病的发生!

专家建议:日前,市场上制氧产品很多,由海氧之家制氧机制取的海氧是利用现代尖端物理技术制取的生命级氧气,具有活性好、易吸收、更纯净的优点,特别适合患有以上九大慢性疾病的中老年人进行日常氧疗。所以,早、晚各吸补海氧 30 分钟,可保证全天的血氧供应。吸补海氧具有三大好处:一是可以预防突发中风、猝死和呼吸

衰竭等疾病的发生,二是可以促进疾病快速康复,三是增加血氧含量,使机体组织年轻化,延年益寿!

专为老家庭氧疗设计的新一代制氧机

- 一、插电即出氧,不加药,不加水,无副作用;
- 二、生成生命级海氧,30%~90%氧浓度,根据需要进行一键调谐;
- 三、释放使人健康长寿、净化室内空气的负离子;
- 四、体积小、重量轻、无噪音。

海氧之家制氧机适用于

地址:周口市眼科医院对面
电话:6080810 15938697998

创立大家电清洗标准 美的破解白电服务瓶颈

□记者 徐如景

本报讯 当白电产品内部逐渐变成滋生细菌、传染疾病、发生故障的场所之时,对其清洗保养的重要性不言而喻。而由于清洗保养方法不当造成产品损坏、废弃以及引发的各类事故,一直在频繁发生。如何突破根治这一顽疾?日前,美的荣获了由中国家用电器服务维修协会颁发的“全国首家家电清洗服务示范企业”荣誉称号,并一举推出“空冰洗中央空调业内首例全套清洗服务标准”、“春季保养大升级”、“赠送清洁养护大礼包”等多项举措,突破了白电服务瓶颈。

为什么美的要投入大量的人力、物力和财力去做白色家电的清洗保养工作呢?安徽工业大学李德俊教授向记者道破其中玄机:从价值链环节看,中国家电行业的高价值环节正在从“以制造环节为主”向“以服务环节为主”转变。在产品同质化越来越严重的今天,具有竞争优势的家电企业往

往是能够提供优质的差异化服务的企业,甚至于服务正在成为家电企业获得更高销售额和利润的制胜法宝。美的也不例外,美的领衔起草白电业清洗保养行业标准,成为首家家电清洗服务示范企业,在今年 3 月份推出春季保养大行动,是美的“品质为本,服务制胜”竞争理念的体现。

美的全产品线的春季保养大行动能够顺利推出,得益于美的对白电四大品类营销平台的完美整合。2009 年底,美的在全国范围内强势启动空调、冰箱、洗衣机三大类产品的营销整合,通过三个产品各具优势的渠道体系的整合,在渠道的渗透率、网点的覆盖率、品牌影响力方面都实现了跨越式的提升。从去年年中开始,美的又将中央空调纳入到白电的营销平台中。上述变革大幅提升了美的大白电的综合竞争实力。

这就是美的能够突破白电业服务瓶颈的资本,也是美的在中国白电业所独有的整合营销优势。