

假专供背后的畸形消费

社会热点

□ 魏英杰

据央视《每周质量报告》报道,从10月份开始,国家工商总局等部门开展了集中清理整顿假借国家机关名义生产销售特供、专供品的专项行动。

滥用特供、专供涉嫌夸大宣传,假冒特供、专供商品更可能存在质量隐患,近年来成为相关部门

清理整顿的重点。去年9月,国家有关部门就曾联合开展整治专项行动。本期节目也重点报道了贵阳市工商执法部门查获一批假冒武警特供、专供酒的情况。既然如此,为何形形色色的特供、专供产品仍未绝迹,尤其是在网上使用专供标识推销商品的现象仍大量存在?

不可否认,假专供大行其道,与真专供的事实存在不无关系。真专供是一种特别消费,或者可说是特权消费。普通消费者热衷于追逐专供商品,其心理根源是对权力的崇拜与模仿。与其说消费者购买专供是为了享受其品质,不如说是为了从中寻求与获得某种满足感。有

需求就有供给,正是这种消费心理为那些假专供提供了生存空间。

但只要认真一想,并不难看穿这些滥用或假冒专供、特供的真面目。所谓专供、特供,本身就意味着稀缺性,至少眼下不可能“飞入寻常百姓家”。再说了,那些真正的专供、特供,也不会在商品包装上打上专供等字眼。事实如此,各种假冒专供却还大有市场,可见这种畸形消费观已经绑架了部分人群。这些人购买假冒专供商品,更多的是为了满足别人的虚荣心理。这就像月饼消费一样,其质量好不好已经不重要,关键是包装和价格要上档次。

无论消费者是上当受骗还是主动上钩,滥用和假冒专供都是违法行为,侵害了消费者权益。清理整治相关违法行为,除了加强日常执法外,也有必要反思其产生的社会心理背景,并采取措施加以遏制。

简而言之,一是提高政府机关事务管理透明度,揭开专供、特供的神秘面纱。专供、特供虽只是民间说法,政府机关的采购标准、采购渠道及其招标方式,却有必要让公众知情。其二,禁止任何国家机关及其下属单位(如大会堂、国宾馆)进行任何形式的专供授权。据悉,去年开始已对此进行清理。其三,扩大企业生产规模,从市场生产销售的角度取

消专供、特供。市场经济社会不该存在特权产品,凡属民用品均应纳入市场化轨道,否则有悖于社会进步。如果普通消费者拿钱就可以买到真正的专供、特供,自然就不存在特权消费这回事了。

值得一提的是,眼下许多人热衷于专供、特供产品,还在于这是质量安全的信心保证。但如上所述,只要包装上有专供、特供等标识,非但未必是正品,反倒可能是假冒伪劣的代名词。市场上假专供泛滥成灾,或表明这种拙劣的产品促销手段已离“烂大街”不远。只要消费者认清本质、不再轻信,假专供的好日子也就到头了。

画中有话

□ 文/胡印斌 图/李宏宇

“我们发出去1000多份邀请函,却没有一家企业或者个人肯回应我们。”记者从贵州省教育厅下属分支机构贵州省教育发展基金会了解到,自2011年6月30日成立以来,该基金遭遇“零捐助”尴尬,发出千余封邀请函无一回应。该基金会秘书长周忆江表示,希望社会公众不要对公益慈善机构“一棒子打死”,多伸出援助之手,以爱心为贫困学子撑起一片蓝天。

千余份邀请函与零捐助,这样的反差确实很大,工作人员有一些失落情绪也很正常。只是,仅仅因为无人回应邀请函,就认定社会公众不愿意伸出援手,甚至缺乏爱心,显然失之草率。

其一,贵州省教育基金会以发邀请函的方式劝募,方式比较

简单,手段过于粗放,不仅没能体现慈善事业固有的柔性特征,反倒延续了政府机关自上而下发出号施令的强硬和冰冷。殊不知,既然从事的是慈善事业,就应该按照慈善事业的规律去感召、去渗透,春雨润物,大爱无声,不能动辄还搞行政命令那一套。

2011年由民间人士发起的“免费午餐计划”,就引起了社会的积极响应。其中,贵州一些孩子吃不上午饭的报道,牵动了很多人的心,也吸引了相当多爱心人士、爱心企业的捐助。可见,民间并不缺乏爱心。

其二,诚如该基金会负责人所言,贵州853万全日制学生中,家庭经济困难的学生高达400多万人。这样一个比例确实让人心痛,但是,仅仅是开列出贫困生的比例,不过是一种宏观的、泛泛的印象而已,似乎并不足以打动社会公众出手援助。

当下之计,贵州省教育发展

零捐助



基金会不应该坐等企业上门捐款,更不应该抱怨社会公众缺乏爱心,而是应该反思工作中存在的不当之处。从具体的项目做起,从改变自身形象做起,让社会公众看到其改善、发展贵州教

育事业的诚意。即便是其正在开展的教育系统爱心捐助活动,也应该尊重民众的意愿,要想办法让人家自觉自愿地捐款,而不是依然坚持以往的指令性捐款模式。

“约架”是在维护少数京籍家长特权

□ 王昱

10月18日,20余名京籍家长代表到北京市教委信访办,对异地高考的改革方向提出抗议,认为外地孩子素质极差,打架斗殴带坏了本地孩子。

此消息一出,自然招致支持异地高考者的讨伐。其中一名京籍家长或许是恼羞成怒,公然在微博上发文,不仅口出秽语,更宣称要找“异闹”们约架。

前一天还说“外地孩子”打架斗殴带坏“本地小孩”,后一天就打算亲自实践一把“打架斗殴”,请问,身为家长如此“以身作则”,就不怕把自己的孩子“带坏”了吗?如果说“打架斗殴带坏本地孩子”还只是欲加之罪,“外地孩子素质极差”根本就是赤裸裸的歧视,然而这些都不过是借口而已,“外地孩子不断涌入,占用了过多的本地教育资源”,这才是几名家长想说的重点。也许在这些家长看来,“本地教育资源”是他们不愿与“外地人”分享的权利。只是当他们想要维护这个“权利”的时候,却发现自己的孩子没有多少道理可讲,毕竟公民享有平等的受教育权是写进宪法的,于是他们只能通过“歧视”的说辞乃至“暴力”的手段,进行他们所谓的“维权”。

其实,这种讲不出道理的“权利”有个更贴近的名字——“特权”,自古以来所有特权都是没有什么道理可讲的,对其唯一有效的解释就是“生而高贵”的歧视或“拳头比

你硬”的武力威胁。这名参与者在这场争论中选择这两种方式并非巧合,恰恰说明了他所要维护的正是一种与我们所要建设的公平社会格格不入的“特权”。

改革就是利益调整的过程,在这一过程中,每个人或群体都可能遇到既得利益受损的时候,表达不同意见的行为自然应被允许,但表达的过程中绝不能掺杂歧视和暴力,坚守这一合理的底线,对中国未来的深化改革之路至关重要。

如此信息公开不是进步是倒退

□ 董碧辉

北京知名维权律师董正伟向铁道部发函,申请公开12306网站建设、设计以及招投标过程中的全部信息一事有了最新进展。10月21日,董正伟表示,收到了铁道部回复,但申请公开的信息都没有答复。

在回复中,铁道部称:新一代铁路客票系统是12306网站功能的组成部分,由独立法人单位铁道部信息技术中心作为招标人,依据《中华人民共和国招标投标法》和《中华人民共和国招标投标法实施条例》公开招标,并依法在中国采购与招标网和招标代理网站上履行了法定公告义务。对其他相关问题,已通过新华网、中国网等媒体作了进一步解释说明,建议您通过上述网站和媒体查询相关信息。

如果自己上网能查到的话,还需要向铁道部申请公开吗?跟董正伟一样,网友也要求铁道部公开12306网站的相关信息,比如哪些企业投标、各自的报价、方案、2家企业中标原因、3亿投入的预算情况、评审专家名单等信息,而铁道部的回复跟董正伟收到的如出一辙。相关的信息都没有公开,唯一的建议是自己上网查。12306网站造价3.29亿,据业内人士的说法,一般客票系统的建设费用合计不超过3000万元。如此巨大价差让人生疑,而与巨大的造价形成鲜明对比的是糟糕的用户体验。为什么要花这么多钱?钱都花到哪了?这些信息有什么不可以公开的呢?按照铁道部一贯的口径,其实应该这么回复,花了3个多亿,不管你信不信,反正我是信了。现在学会了打太极推手,这已经算是一种进步了。你还能苛求什么呢?

铁道部政务公开领导小组办公室的回复中,铁道部称呼董正伟为“公民”。董正伟说,“公民”这个称呼让他感到意外。在他此前向很多部委申请信息公开得到的回复中,多半是“董正伟同志”。你都知道用“公民”两字了,那么也应该了解公开的“公”是同样的写法吧?为什么写起这个“公”来笔画就这么别扭呢?拍一个5分钟的形象宣传片花了1850万元,高铁上的卫生间纸盒每个1125元、15寸液晶显示器每台1.3万元……有这样的大手笔,要公之于众确实是扭扭捏捏、羞羞答答了。

不过在越来越多公民的围观下,铁道部还能自遮其丑到几时?

1.4万元拖车费,亟须规范的天价

的案例。

其实,拖车收费有章可循。2010年9月19日,国家发改委和交通运输部下发通知,要求各地对高速公路车辆救援服务和收费进行清理规范:公安交管部门拖移违章车辆属于行政执法行为,不得向当事人收取费用,也不得指定社会救援机构实施拖移并收取费用;对于高速公路交通事故车、故障车的救援,各地价格主管部门要统一规范收费标准,合理制定收费标准。车主可以自主

选择社会救援机构实施救助,任何单位和个人都不得强制指定。两部的通知被公众视为拖车收费的“紧箍咒”。然而,通知“很丰满”,执行“很骨感”;抑或,通知“亮红灯”,利益“绕道走”。

解决天价拖车问题不能“一拖再拖”。像拖车服务业务这种融市场化与垄断性于一体的“怪胎”,完全可能用市场化来定价,用垄断来挟持,被利益链捆绑。车主也越来越多像“弱势群体”——一旦出现故障

或事故就惨了,天价救援与拖车接踵而至,“被拖车”、“被救援”、“被修理”迅速云集。“自主选择”实际上仍是“别无选择”,“收费标准”依然由拖车公司“合理制定”。

天价救援费,亟待“救援”。有关既得利益者可不是一个“听话的孩子”,斩断“利益链”,唯有亮出“追责剑”。针对天价救援费,不能坐视不管,至少可以通过“司法解释”来予以“救援”,打破利益链,规范收费。

□ 冬雪草

辽宁一起交通事故中,事故方被开出1.45万元的天价救援费,同时高速交警要求事故责任方车主给修理厂10万元“修理费”押金的做法,令公众将视线转移到交警与清障企业之间的千丝万缕的利益关联之上。天价救援费,或称天价拖车费,一直遵循着“存在即合理”的生存哲理,也不时有媒体报道发生在各地