

# 用发展的眼光重新打量春运难题

□ 易艳刚

中国春运,似乎已经成为“回家难”的代名词。翻开近期的报纸和杂志,随处可见的是旅客们各种“人在囧途”的艰难表情;打开新闻网站和微博,各种抢票攻略、春运“神器”备受追捧。年年春运年年难,至少从短期来看,动辄牵涉数十亿人次异地迁徙的春运,仍将是每年春节前后一个举国关注的老大难问题。

难归难,但实事求是地说,近些年的春运,其实已经慢慢不再像以前那样“面目狰狞”了。最典型的例子是,铁路先后六次大提速以及高铁通车,让我们不用再像过去那样,动辄要在火车上煎熬几十个小时;还有几年前饱受诟病的春运浮动票价,实际上是涨价,也已经被取消了。

进一步说,如果我们试着以发展的眼光重新打量春运,不再局限于将春运当作一个交通问题,或许对这个“史上最大规模的周期性迁徙”,会有一些新认识。

用发展的眼光打量春运,我们可以发现,春运中的“中国速度”,其实是中国整体发展形势的一种表征。从1991年到2013年,中国春运客流量已从8.5亿人次,飙升至34.07亿人次,而且仍在逐年递增。与如此庞大的出行需求相匹配的,是中国发展交通运能的超级速度——截至目前,中国铁路运营里程已居世界第二位,高铁里程世界第一,高速公路里程世界第二,民航市场全球增长最快。

铁路、公路、民航等事业迅猛发展,是满足民众出行需求的必需,也是中国综合国力提升后的必然选择。毋庸赘言的是,解决出行问题是最基础的民生投入,无论是速度的不断刷新,还是技术的更新换代,都离不开中国总体实力的不断发展。

用发展的眼光打量春运,我们可以发现,春运的核心问题,其实正是转型期中国关键议题的典型映射。春运问题不仅是一个交通问题,它在本质上是一

个发展问题。之所以会出现如此大规模的异地迁徙潮,关键原因是中国目前的城乡差距鸿沟和地域发展失衡的现实,让数以亿计的劳动者不得不离开本土谋求发展,而森严的户籍壁垒、昂贵的房价物价成本,让他们很难在城市立足扎根。

由此可知,求解春运难题,思路不能局限于交通领域,举措也不能止于增加运力 and 调配运能。必须将春运问题融入中国社会转型的大背景之中,才能真正从根源上找到对症的良方。如果不能从顶层设计的高度,在统筹城乡发展、深化户籍改革、推进新农村建设等方面,拿出行之有效的举措,春运问题难以“治本”。

用发展的眼光打量春运,我们还可以发现,公众的吐槽其实也是求解春运难题的正能量。每年春运,从买票太难到乘车太挤,从购票流程不合理到列车服务有待改进,各种抱怨不绝于耳,春运简直成了“春怨”。然而,无论是相关职能部门还是铁路工作者,对此都应多一份理解。没有谁会故意给春运“找茬”,抱怨是因为春运不尽如人意之处还很多,而公众的抱怨其实是最真实的民意反馈,是各方改进工作的指南。

事实上,诸如网络购票系统登录难、退票手续费偏高等问题,能够得到改进和解决,正是铁路部门善待公众吐槽的结果。春运是个集合概念,春运难题是由一个个具体而细微的问题组成的。职能部门越是能认真聆听乘客的意见和建议,越是能及时回应民众关切和诉求,才越能更有针对性地将春运问题各个击破,春运离“和谐”也就越能更近一步。

春运路上的中国,正是发展路上的中国的缩影。用发展的眼光重新打量春运,我们能够看见的不仅有问题和困难,还有方向和希望。虽然春运不见得会像某些媒体所说的那样,“成为我们这代人独有的美好回忆”,但可以预期的是,这个伴随着中国的工业化发展和城市化进程而出现的问题,最终会在中国整体发展的框架中逐步得到缓解和解决。



## 保管压岁钱

□ 文/木须虫 图/李宏宇

有网友发帖说:一提到压岁钱,5岁的女儿就跟我闹起来,说我每年都侵犯了她的权利。今年必须把压岁钱给她,这是她的财产,我没有权利用!还说她可以去法院告我!真是把我气死了,她居然这样对我说话。

孩子的权利概念让做父母的很受伤:一方面,认为孩子的压岁钱属于人情往来,是自己的钱转了个弯到了孩子手里;另一方面,孩子的花费都是自己的钱,没收的压岁钱还是用在了孩子身上。此外,孩子还小不具备支配和管理压岁钱的能力,让孩子拿着压岁钱,有孩子乱花钱的担忧。

父母与孩子之间关于压岁钱

的“分歧”,潜意识里还是父母如何对待孩子的问题,即孩子作为独立的个体,有没有独立的空间,一些意愿能不能得到尊重。事实上,现实中,相当多做父母的,都习惯于大包大揽,把孩子当成自己的附属,替孩子解决物质和精神层面上的一切,甚至把自己的意愿强加给孩子,大到为孩子设计成长“路线图”,小到孩子吃什么、穿什么,事无巨细。

压岁钱是孩子教育的一面镜子,也是中国式教育的一个缩影。事实上,压岁钱本是孩子成长很好的道具,应该明白白告诉孩子享有钱的支配权,让孩子感到被尊重,用适当的方式,教会孩子独立合理地使用压岁钱,树立对钱理性的认识。其实,压岁钱的“分歧”并非权利的争议,倒是父母“莫名惊诧”背后权威思维和教育陋习,更值得思考。

## 别让户外广告成为“法外之地”

□ 连海平

1月31日,广州市城市管理综合执法局召开2012年度会议。根据会议通报,备受关注的户外广告整治,成为2013年度城管工作重点,广州将为此出台符合市场需求的户外广告设置规范,在新规出台前暂停所有户外广告审批工作。

如果不是媒体不断地揭户外广告的种种内幕,普通市民根本不知道,广州市数以千计的户外广告中大多数是没有经过审批的,80%都是没有《户外广告登记证》的“黑孩子”。如此多的“黑广告”,产生多少“灰经济”、“黑经济”,公众无从得知。

业内人士认为,规划进度跟不上需求、违法成本低是户外广告管理的两大症结。与巨大的市场需求相比,设置规划显然处于滞后状态,管理部门对户外广告设置了诸多条条框框,诸如楼顶一律不能搞、不能落地只能做墙面等。守法成本高,违法成本低,人

们当然愿意选择后者。设置规划与实际需求脱节,不管是什么原因造成,给权力留足寻租空间是不争的事实。有业内人士曾告诉记者,“现在其他广告公司要保住广告牌位,就只能找有关系的公司,与其‘合作’,交纳巨额‘合作费’保平安”。这“合作费”其实就是“公关费”,甚至是“腐败费”。

户外非法广告成为“法外之地”,既纵容了非法商人,又滋养了违法干部,实在不应该。加强户外广告管理,迫在眉睫。一者,面对业已存在的非法户外广告,要拿出有效的管理办法,或拆除,或“转正”,要有强有力的手段,并公开、公平地进行,而不是选择性执法;二者,未来的管理方向,既要简政放权,减少不必要的审批,消除权力寻租的机会,加快广告业的发展,同时又要兼顾各方利益,尤其是业主、公众,弱势一方的利益。总之,不能是管理的口子愈收愈紧,给某些不法分子预留的空间越来越大。

## 中石化除了解释更须进取

□ 徐立凡

雾霾天气数次侵袭,中国石化企业被推上风口浪尖。国产油品脱硫率是否远低于国际标准?是否为了追求利润有意压低油品质量?质疑声如潮汹涌。1月31日,中石化董事长傅成玉承认,炼油企业是雾霾天气直接责任者之一,但这并非因油品质量不达标,而是我国标准不够,只有北京推行含硫量在10ppm以下的京V标准,全国普遍为150ppm的国III,标准不提高,设备改造就上不去。

正面回应而非缄默不语,对中石化来说实属不易。中石化所说的客观情况也都是事实,不过油品国标低不是炼油企业可以免责的充足理由。

诚然,从政策层面看,确实存在“打架”现象。国家有严格的减排标准,却实施较低的油品标准,这是机动车排放成为雾霾“元凶”的一个重要因素。企业产品不高于国标即应视为合格。从企业利益考量,如果缺乏强大的外在压力,比如竞争,就不会有提高产品至国标以上的冲动。因为这样做通常意味着成本的增加。为了保持利润率,虽然提高油品质量不存在大的技术难关,企业通常也会将技术“雪藏”。

但是,如果从企业应履行的社会责任出发,不主

动提高油品质量是经不起细问的。央企该不该做治污减排的带头人?下属销售企业存在的以次充好等行为该不该管理?当雾霾成为持续的公共挑战,该不该主动承担起应该承担的责任,而不是用低国标做“防火墙”?众所周知,对于行业政策、标准的制定和确立,央企拥有相当强的议价能力。如果确实是公共利益考量,理应主动参与到推进油品国标提高的进程中来。

诚然,“京V”标准与北京之外的“国III”标准不兼容,许多京牌车辆不敢驶到外地,以防加上低标准汽油可能造成的发动机损坏。空气污染没有地域、城市之分,北京实施高标油品也不可能独善其身。但要看到,这种情况也给了炼油企业尽公共义务的大好机会。如果按照目前的行政区域规划治理空气污染,协调成本过高,操作难度大。中石化具有全国性的企业布局和销售网络,具有用较低成本打破区域限制减少机动车污染的独有优势。中石化主动提高油品质量,效果最直接,成本最低。即使这样做意味着炼油亏损,但公众利益远大于一个企业的经济利益,更何况,经济受损可以通过申请财政补贴补偿。

在中石化解释了炼油企业与雾霾的关系后,下一次,能否听到主动担当社会责任的进取之举?

## 爱心顺风车启程 多项措施保安全

□ 蒋萌

由央视多位名嘴联合公益人士发起的“温暖2013——春节回家顺风车”活动启动,旨在让买不到车票的人们通过短信、微博、网站、手机客户端报名,免费搭车回家。据悉,去年该活动促成1100人配对成功。

浓浓的乡愁,集中地释放。当公共交通无法满足人们的归家诉求,群众性的爱心顺风车的出现,是社会公益与文明程度提升的体

现。无偿表明了善举的纯粹,素不相识者的帮助倍显人性温度。

当然,好的初衷也需要机制保障。车主与乘客都需实名,让互信有了认证前提。双方均要填写搭载协议,从法律层面划定双向权责。爱心企业提供免费保险,让车主与乘客吃下定心丸。如遇黑车收费,投诉选项使维权有门。

予人玫瑰手有余香,受助感怀爱心接力。和谐不是空唱的高调,社会的正能量就是在一点一滴中积累凝聚、传播释放……

## 招聘

周口博世汽车维修服务有限公司携手世界五百强博世品牌,两店同建,打造周口汽车维修领军品牌,2013年诚邀行业精英,有志之士加盟。

招聘岗位:车间主管5名,企划主管5名,导购10名,仓管5名,前台收银5名,维修技师10名,喷漆技师5名,钣金技师5名,美容技师10名,服务顾问10名。

条件要求:

1. 敬业爱岗,具有竞争意识和拼搏奉献精神,团队协作能力强。
2. 具有较好的语言表达能力,善于沟通。
3. 责任心强,工作态度好,能出色完成本职工作。

一旦录用,待遇全行业最优!

报名电话:8906888 周口店 13949989876 项城店 15003947029