

“央企职务消费”应置于阳光下

周锦尉



今日论语

近日,中纪委、监察部、国务院国资委在北京召开规范央企负责人职务消费座谈会,引起舆论的反映。国家预防腐败局局长马馼强调,央企负责人职务消费预算纳入年度广义财务预算管理,推动职务消费公开透明。

职务消费是职场中的概念。职业活动理应承担消费,狭义是指工作条件的提供,办公场所、用具的配给,配车,招待费,考察的交通费,培训费用等等,公众很重视的“三公经费(用车、招待、出国费用)”是其中主要部分。广义观察,所有职场活动中的消

费,都是职务消费。有的海外管理著作描述,职业活动毕竟是职业过程中的主要经历,职务消费是职业人士的重要“享用部分”。对职场“老总”来说,优越的办公环境(包括气派的配车)、称职而“赏心悦目”的女秘书、无限大而丰富的活动圈,被称为“职务消费”的三大“追求”。

央企是国有资产,由于其实力的强大,开放年月在国际经济界驰骋,与跨国公司竞争和合作,眼界宽了,视野广了,“正效应”恕不赘言,“负效应”很有可能是,职务消费也“开了眼界”,甚至会引发腐败。而央企是我国经济的支柱和引领者,央企的风格和所为,给其他企业提供着“风向标”。职务消费简朴些、艰苦

奋斗,还是奢华些、派头十足,一举一动,会起到“示范”效应,也会在社会公众中造成一定的影响。

对央企负责人的职务消费,国家有关部门在2009年就将其纳入监督的视野,有专门文件的规定。职务消费作为企业领导人员的一种隐性收益,适当必需,有助于履职,但过头了,会被扭曲成变相福利,而且演变成不必要的“炫耀”。被依法判处死缓的中石化原老总陈同海就“雷人”地说过:“每月实际花一二百万算什么,公司一年上缴税款二百多亿。不会花钱,就不会赚钱。”此人在“圈内”挥霍出了名,粗略计算,他每日均挥霍的钱超过4万元。这种“劲头”若得不到

阻止和查处,恐怕难平民心哦!

如何加强对央企负责人职务消费的监督?在这个会议上,中纪委负责人强调了完善制度规范的要求。笔者解读这位领导的这段讲话,主要在这样几方面加强监督:一是明确将职务消费纳入财务预算。二是声明职务消费“公开透明”,在阳光下进行。三是“规范合适”,有章可循、有规可依。四是以制度保证职工群众有知情权、监督权。我想,四条以外,是否再加一条,因为是央企,不少是“上市公司”,除了央企内部职工的监督以外,“透明度”要扩大到社会,广大股民要有知情权、有监督权,这样才能真正做到“在阳光下”进行。

新民随笔

早餐味道

晏秋秋

双休日,第一次吃了某快餐品牌的早餐。一个小汉堡,一杯饮料,吃下去,饱了,又没饱。

早餐,该有早餐的味道。

桂林人早上可吃米粉,加点辣椒,或站、或坐,不论西装革履还是汗衫背心。

北京人有的吃炒肝。大清早一碗下去,浓、厚,外来人有的受不了。

一碗馄饨,在广东叫云吞,福建名扁食,到了四川就是抄手。形式接近,内容不同。上海人早上有喜欢大馄饨,有喜欢小馄饨。小时吃早餐,就知道大馄饨多菜,小馄饨少肉,人世间没有完美。

河南人吃早餐,往往有一碗胡辣汤。味冲、微辣。初尝易却步,而坚持下去,最后一口下肚,口鼻和心情一样通畅。

广东人喝早茶,茶点细巧,让人眼花缭乱。一气吃三五个,不在话下。但再怎么风卷残云,吃上几笼,不饱也饱了。到最后,拇指大的一个蒸饺,愣是吃不下。

英国早餐世界闻名,豆类、香肠、面包、果汁……缺点是一成不变。吃3天如在天堂,7天就回了人间。中国人吃多了,难免思乡。

西班牙的早餐很晚,晚到午餐安排在下午3点半!西班牙人早上把番茄切成两半,在面包上不停地擦,再加上大蒜和橄榄油,就是美味了。

在意大利,早上吃什么不重要,一杯“卡布基诺”不可少。就像美国人的咖啡。在韩国,一些白领每天上班前喜欢喝一杯小杯红酒,老派的则是泡菜汤。我还在日本见过,清晨5时农户喝一小口烧酒,然后下田干活!

现代人对早餐越来越重视了。台湾有个年轻人叫卢广仲,写了首关于早餐的流行歌曲。因为他觉得,健康和吃早餐,都是很有“摇滚范”的事情。美国有一名女诗人写过《早餐的歌》,写爱人之间的相互凝视。这些,都给早餐注入了新的内容。

前几天参加一个活动,与一个颇有些名气的企业家共进早餐,看他吃得又多又快,如火车头吞吐煤炭般痛快,感到好奇。他说,吃早餐是健康之事。能按时吃早餐,多吃早餐,说明生活规律,前一天晚上休息得好,体内代谢正常。

听后不禁莞尔。原来真正的早餐味道,是从前一天晚上开始的。

媒体视点

学习时报《公共政策参与呼唤制度与理性》

新公共服务理论提出,“公共管理者的重要作用并不是体现在对社会的控制或驾驭,而是在于帮助公民表达和实现他们的共同利益”。这表明构建一个有利于实现公众有序参与公共政策的机制和平台是政府的重要职责。(郑琦)

新华每日电讯《应尽快补上全民应急教育这一课》

制度化、系统化、全民性的国民应急教育体系的建构必须纳入议事日程。只有这样,全社会才能更加自觉、更加严格地开展应急教育,更加有效地提高公众应急处置能力……(尹于世)

长江日报《一场窥淫的伤害》

我想,去指责一个人衣着不当和拍摄、传送、把玩衣着不雅照完全是两回事。前者是维护传统社会道德,后者是道德败坏甚至犯罪。现实中,这种判断常因批评者抢占了道德制高点而模糊……(刘林德)

观点圆桌

请领导来比赛 敢公开花费吗

新闻焦点:日前,广西领导干部夫妻乒乓球邀请赛在天等县举行,由广西天等县委县政府、广西球类运动发展中心等单位承办。比赛要求参赛夫妻一方有一方为在职或离退的副厅级以上领导干部,共有18对夫妻参加。

比赛变味了

为领导专设的比赛,想必是相当隆重的,其花费自然不是小数目,不管你拿到什么样的名次,奖品肯定少不了。这样的“自娱自乐”,花费敢公开吗? 郭文斌

“强领导”没基础

“副厅级以上领导干部”才能报名?高级官员固然需要身体健康,级别低的公务人员就不需要了?这种“强领导”的体育活动,哪有民意基础? 毕晓哲

应坚决禁止

是不是还要组织书法绘画大赛、文学创作大赛呢?这样的比赛越多,越让人情与贿赂充斥官场,越会影响国家制度法规的落实。基层部门邀请上级领导来比赛,应坚决禁止。 殷建光

愿书院制丰满大学生人格

新民网论

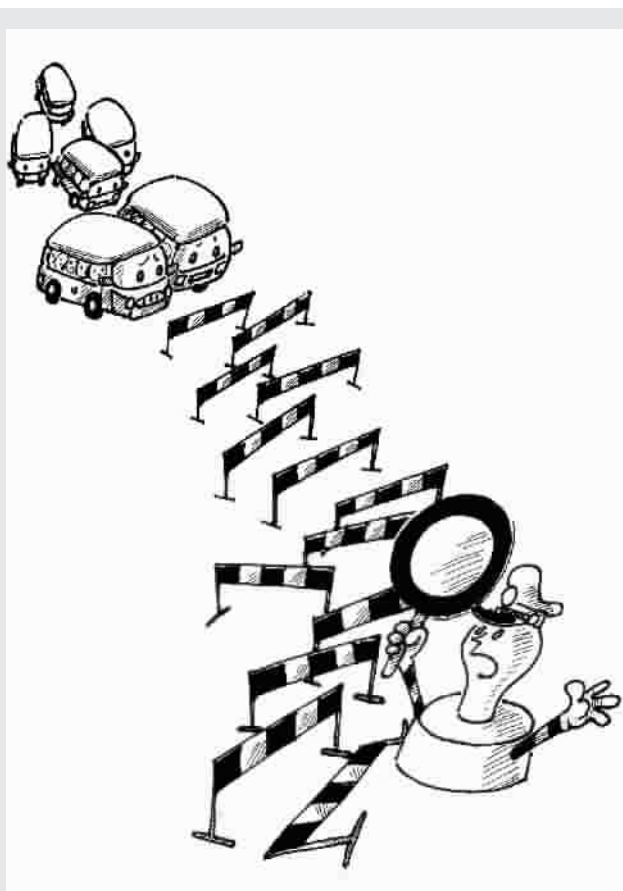
近日,复旦大学宣布,将全面推行四年制“本科生住宿书院”建设,打破过去学生按系按专业居住的旧例,分设5大书院,由自然科学、医学、人文科学、社会科学和技术科学五大领域的教授担任院长,再由学生自行申请愿意居住的书院。各书院内还将由学生组建自我管理委员会。

大学除了教书还有很重要的育人责任,通过精心安排跨学科的学生聚居书院,可以让学生们从生活中去体会差异,感悟包容、平等理念对思想交流、人与人和谐相处的重要性。

今天,中国高校改革正需要从简单追求就业率当中转身,引进书院制不失为一个务实的方向,希望复旦的书院制改革能丰满大学生的人格教育和个性教育。人格要健全,最起码的是拥有独立性。培养独立人格,首先就得让个性得到正常施展。海外高校在这方面其实有许多成功经验可资借鉴,比如安排跨专业的教授、讲师与学生聚餐、生活,不是本专业,但是确实对本专业知识有兴趣的学生可以当面请教,长期旁听相关课程等。

学生的人格要健全,更需要身教。这无疑是对五位院长和众多参与书院制实践的教职员工的考验,除了传授学识外,希望师长以自身的人格魅力,为学子示范。

(新民网评论员,网址 www.xinmin.cn)



校车上路快不了?

多地反映新校车上牌难,最多的需经12个部门审批,流程复杂耗时。希望这种状况得到改变,让校车能早日上路。 杜建国 画

网视舆情

“表哥”已被标签化,陕西省安监局长杨达才引发的“多表门”尚未淡出人们视线,湖北麻城版“表哥”再掀波澜。有媒体报道称,麻城不少农村小学新生自带课桌上学,教育基础资源之贫乏引发网民关注。麻城是国家级贫困县,然而,本着“再穷不能穷教育”的心态,不少网友质疑麻城对教育投入不足,网友经过搜索,以下资料逐渐浮出水面:今年上半年麻城市固定资产投资、财政收入、7项经济指标位居黄冈第一;而更为引人注目的是,麻城颇具标志性的政府大楼装潢豪华,甚至被称为“麻城白宫”。麻城市委书记杨某也因此走进民众视线,不少网友因袭此前陕西“表哥”的爆料路径,发现杨某的手表颇为可观。麻城方面反应迅速,杨某本人

反腐败不能单靠网民火眼金睛

何小手

通过微博回应了网民对麻城部分小学生自带课桌上学的现象,针对网友指其佩戴名表,则澄清称所戴为6年以前购买的一块浪琴牌电子石英表。麻城版“表哥”看来是一场误会,但以官员手表为导火线的爆料,已使得“表哥”颇具象征意味。这种看似移花接木的检举方法技术含量不高,且容易误伤,然而,网民屡屡得手,可见部分官员腐败已经渗透到生活细节,表面上看是防范意识不足,实则可能是对腐败习以为常。

反腐败不能单纯依靠网民的火眼金睛,民间智慧再强大也只能偶尔为之,而即便是这羸弱的民间智

慧,也可能经由各种途径遭到扼杀。“表哥”成为舆论热点后,已经有公关公司接到了代删官员戴表照片的业务,部分公司甚至也顺势而为,打出“专删表哥照片”的广告。鉴于此,有网友建议建立网站专门存放领导戴表照片,这让人想起此前复旦大学学生建立的“毒食品地图”,腐败之毒或甚至毒食品之毒。

网络为地方营销提供的新的途径,网络营销意味着创意决定了影响力,炒作因此成为网络生活的一部分,尽管经常受到批评,却很好地概括了网络创意的实质含义——炒作都无一例外地以吸引眼球为目的,追求传播度而忽视美誉度。此前由山西山阴县举办的首

届“奶牛选美大赛”,因为聘请比基尼“牛模特”一事引发争议。近日该县县长回应称,“有‘车模’就可以有‘牛模’”,并“感谢对山阴奶牛的关注”。此营销之得失尚难以估量,放在当前的网络背景下,其技巧并不高明。

江西省宜春市为宣传当地旅游资源,曾经打出“一座叫春的城市”的口号,而湖北利川则宣扬“我靠重庆”,而近日所谓的湖北高校校花选美,则提出“乳间距”的要求。诸如此类牵人眼球的细节已成为网络营销的重要元素。短期内它们可能夺人眼球,甚至因此取得一定的经济利益,但恶俗背后的低品位是不能换来公众认同的。