

用公开凝聚改革力量

□ 李 拯

北京等地采用公车贴标的方式，在车窗右下角贴上标识和监督电话；浙江等地采用车身喷涂的方式，执法执勤用车按规定喷涂统一图案以及监督电话……目前，全国31个省区市均已启动或完成公车标识工作。公车标识全面铺开，以公开进一步释放改革的诚意，更标志着公车改革取得阶段性成效。

公车改革涉及面广、利益关系复杂，被视为全面深化改革的试金石。党的十八大以来，从中央印发《关于全面推进公务用车制度改革的指导意见》，到公车改革在全国范围自上而下、全面铺开，再到财政部近日印发《关于进一步完善公车改革财政配套制度的通知》，公车改革步步为营、由浅入深扎实推进，体现了“攻克体制机制上的顽瘴痼疾，突破利益固化的藩篱”的改革决心，也彰显

了“从群众最期盼的领域改起，从制约经济社会发展最突出的问题改起”的改革智慧。公车改革呈现出的新气象，正是党的十八大以来全面深化改革不断取得实效的一个剖面。

一段时间里，人民群众对“车轮上的浪费”和“车轮上的腐败”反映强烈，公车滥用不仅涉及公款使用问题，更损害了政府形象和公信力。由此看来，公车改革正是深化改革和反腐倡廉的一个结合点，通过推进公车改革，既可以用反腐倡廉来助力公车管理制度的改革，也可以用配套制度建设为改进作风保驾护航。当完成标识的公车在全国31个省区市上路，为人民群众提供了看得见、可监督的公车改革，这实际上就形成了政府形象的一个流动窗口，不仅宣示着公私分明的现代治理价值，更用开展出现改革的底气、凝聚起改革的力量，并倒逼公车管理和公款使用的逐步完善。

《人民日报》评论认为，纵观这些年公车改革的历程，成效来之不易。为什么久推不转的公车改革能够向纵深推进？一个重要经验，就是善于通过公开的方式吸纳群众有序参与改革、支持改革，从而形成了自上而下与自下而上的改革合力。事实上，不仅是公车改革，从分级诊疗、医药分开、基本医保的全国联网，到环境督察制度注重整改措施公开、吸纳群众监督，正是让改革在阳光下运行，通过信息公开让中央决策和群众期待结合起来，才形成了啃硬骨头、涉险滩的强大合力。可以说，引导广大群众理解改革、投身改革、支持改革、参与改革，全面深化改革就能稳步推进、不断向前。

当然，“改革是由问题倒逼而产生，又在不断解决问题中得以深化”。就拿公车标识工作来说，有的地方仍在小范围“造盆景”或者走过场，有的地

方查处和监督跟不上，这些都是对改革落实的软抵制。同时，公车改革之后，如何解决去偏远和交通不便地区下乡等新情况、新问题？如何做好差旅费等现行制度与公车改革制度的衔接工作？面对改革过程中出现的新情况新问题，只有通过深化改革才能最终解决。从全面深化改革的大局而言，不能指望一次改革就能一劳永逸解决所有问题，改革是一个持续不断的深入过程。保持“永远在路上”的状态，砥砺“没有完成时”的决心，推出一批管用见效的重大改革举措，才能引领全面深化改革不断打开新局面、取得新成效。

实践永无止境，改革未有穷期。能啃下公车改革这样的硬骨头，本身就说明全面深化改革决心之坚、力度之大。以公车改革的深入推进为标志，全面深化改革将在解决问题中砥砺前行，给人民群众带来更多看得见的获得感。



给补习班降降温 徐 骏 作(新华社发)

微言堂

贫困县要珍惜每一分钱

□ 柯 锐

湖南省汝城县是国家级贫困县，在两个自然村的一些村民家中没有通电，25户67人仅靠山泉水发电和点煤油灯照明的情况下，却大规模举债修建大批“形象工程”，花4800万元修广场，6株银杏树(靠两人手拉手才能环抱住一株)就花了285万元，8根图腾石柱花了120万元。

一边是地方经济发展落后，民众生活困苦；一边却享受着国家优厚的资金政策照顾，大肆铺张，花巨资修广场。作为国家级贫困县，湖南省汝城县的表现堪称“奇葩”，但也不是唯一。

贫困县大搞“形象工程”，看似荒谬的背后却有可以追溯的逻辑和驱动力。脱贫攻坚是三大重点工作之一，贫困县的身份能够吸引巨大的资源。但如果贫困县没有将吸引来的资源用

在真正的刀刃上，用在发展产业、助力农民增收上，而是大兴修建广场，建造地方标志性设施，甚至是贪污，那么这样的县将会永远贫困下去。因为这样的政治生态失了政府的信、伤了百姓的心，这里已经全然没有为人民服务、带领人民奔小康的基础。

因此，在当下扶贫攻坚的关键时刻，各地一定要防止贫困县出现奢侈浪费的情况。要监督督促他们将资金优先用于民众更急需的危房改造、困难补助、医疗补助、教育补助等领域，合理利用国家的扶贫优惠政策和资金。

对于贫困县的退出，各地坚持正向激励机制，对提前退出的贫困县，给予相应奖励政策。对于已不符合条件，或者脱离地方实际大搞奢侈浪费的贫困县，必须对有关负责人予以问责，重建一个健康的生态。

电商“专供”需要市场“专管”

□ 张西流

随着网购的普及，人们经常会发现网上有些商品标明电商“专供”或者电商“定制”。表面上看，一些企业推出“专供”或“定制”经营模式，是一种有助于商品促销的创新举措，但实际上，电商“专供”的商品往往偷工减料，成为忽悠消费者的一种“套路”。

媒体调查发现，有的电商“专供”产品以低价博眼球，拿“价廉物美”当卖点，明知道销售的是两种不同产品，却刻意混淆两种商品的概念，也不尽到告知义务，使消费者频频落入“专供”的陷阱，导致消费者利益受损。这样的电商“专供”产品属于不实促销，涉嫌变相消费欺诈，踩到了不正当竞争的红线。

随着我国网络经济异军突起，消费领域出现了许多新情况、新问题，给消费者维权造成

了困难。特别是网购“两高两低”现象，即电商失信收益高，失信成本低；消费者维权成本高，维权收益低。这已经成为消费者考虑维权时必须面临的老大难问题。在电商“专供”促销活动中，一旦发生消费纠纷，消费者要承担举证义务，维权成本很高，让不少人望而却步。

因此，电商“专供”需要市场“专管”。首先，规范电商“专供”行为，应成为一种监管常态，要将不法企业产品失真和价格违法行为列入失信“黑名单”，并予以公示，方便消费者监督。其次，加强电商平台商品质量和价格管理，落实诚实守信经营责任。特别是电商平台要加强自身管理，建立健全促销期间质量和价格监控机制，利用技术手段预防商家涉嫌违法的调价行为。此外，消费者也要培养质量意识和价格意识，坚持理性消费。

电信资费“套餐”别成“套路”

□ 陈 颖

很多用户反映，经常接到电信运营商的电话，或赠送流量包，或介绍新套餐。不接或者挂断后，同一号码还会反复拨打，给生活和工作带来很多麻烦。

且不说这是否构成“电话骚扰”。单就“套餐”本身来说，往也不乏“套路”，让用户一不小心就会入“坑”。比如，说是限量套餐，实为“限量限速套餐”；说是免费赠送，几个月后在用户不知情的情况下，开始自动续订收费。电信消费套餐中存在着规则复杂要“精算”、客服推荐“升多降少”、流量“加油”价格高、“不限量”套餐“达量降速”、捆绑销售或资费只准升不准降等怪现象，而这类类似的“套路”，让人防不胜防，也损害着商业诚信。

中国消费者协会公布的数据显示，今年上半年，全国消协组织受理电信服务类投诉超过1.6万件，同比增加26.3%；主要投诉内容是套餐资费不明确、告知不详实、收费名目繁多等问题。北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌也表示，提速降费整体是不断取得进展的，但有的运营商在设计资费过程中，利用与消费者之间的信息不对称设计种种“套路”。不解决这个问题，降费就难以落到实处。

今年以来，电信运营商在新一轮提速降费后，企业收入、利润都会有一些压力。在此背景下，提升企业竞争力，不能靠与改革方向、群众意愿相背离的经营策略，而要靠实打实的企业创新、更加优质的信息服务。毕竟，用户和市场才是企业发展的根本。

应对自然灾害 责任心是关键

□ 盖博铭 张 超

8月11日，北京市房山区大安山乡军红路K18+350处发生较大规模山体崩塌灾害。山体如同瞬间破裂的气球般崩裂，三万方石块同时滚落，公路瞬间被淹没。

就在灾害发生前的十分钟，地质灾害群测群防员安宏三在巡查地质灾害隐患点时，发现山体有石块掉落。凭借经验，他立刻判断此处将出现险情，于是果断将即将通过该路段的15辆车、28人拦截下来。灾害未造成任何人员伤亡和车辆损失。

当前，极端天气多发。连日来，全国暴雨、台风、塌方等自然灾害时有发生。这起自然灾害的有效处置提醒人们，一方面，必须提高警惕，仔细观察、及时预警，将损失降至最低。另一方面，不仅事后奋力救灾，更要事前做好防灾减灾。暴雨也好，台风也罢，各种自然灾害无法避免，但只要预防充分，责任到位，就能减少损失。

首先，必须增强责任意识。时刻绷紧防灾减灾工作这根弦，

提高警惕，对于可能发生的隐患绝不麻痹大意，绝不懈怠。立足最不利的情况，做最充分的思想准备，争取最好的结果，将工作做好、做实、做细。

其次，做好事先预防，重在机制落实。在自然灾害发生之前，第一时间发布准确的气象信息和提示信息、设立符合当地特色的巡查巡防机制，建立及时完善的灾情发现处理工作方案，而不是将方案写在纸上，挂在墙上，说在嘴上。

我国是世界上自然灾害最为严重的国家之一。近年来，我国不断探索，确立了以防为主、防抗救相结合的工作方针，建成了一支专业的消防救援队伍，综合防灾减灾救灾能力得到全面提升。但是，还应尽快补齐防灾减灾基础设施建设的短板，强化基层防灾能力建设，在关键时刻发挥效力，成为人民群众生命财产的有效保护伞。

预警预防制度是我们应对自然灾害的“先招”，同时还应进一步加强对防灾减灾科技手段的开发与利用。全民也需提高避险意识和安全意识，在关键时刻能够积极配合，保护自我。



诉讼调解“手牵手” 价格争议“庭下解”

《2版

据介绍，为保障价格争议诉调对接工作顺利开展，仪征市价格争议调解驻人民法院调解室自挂牌以来，紧密联动法院立案庭，指派1名专职调解员全天进驻调解室办公，使其在熟悉了解法院处理案件情况的同时，及时介入相关价格纠纷的调解。同时，调解室聘请司法、综治等老同志作为兼职调解员，及时梳排相关案件适用价格争议调解的可行性，以保证介入涉及价格争议案件的时效性。

此外，仪征市法院还按照“1员额法官+1价格争议调解员+1法官助理+1书记员”的配置，从简案中心抽调一个速裁团队，落实案件分流、调解指导、辅助调查等对口联系制度；并通过出台《仪征市人民法院价格争议诉调对接实施细则》，

建立调解前置、联合化解、司法确认等一揽子诉调对接工作机制，推动价格争议规范开展。

“面对日益复杂的各类社会矛盾，仅仅依靠法院‘单打独斗’难以收到较好成效。多元化纠纷解决机制既满足人民群众的现实需求，又契合共建共治共享的社会治理理念，是深化司法体制改革，实现司法为民、公正司法的重要举措。”单华东谈道。

以顶层设计破解“体量小”“不规范”

“价格争议调解是一项综合性很强的工作，价格认定机构必须与其他部门建立联动机制，综合运用法律、政策、经济、行政等手段以及教育、协商、疏导等办法，形成合力，促进调解协议的转化落实，扩大调解范围。”扬州

市物价局局长吴顺文表示。

扬州市中级人民法院院长薛剑祥深有同感，“事实上现在的诉调对接范围依然过窄，如何有效凝聚其他纠纷解决力量，推动价格争议在更广泛的领域内实现共建共治共享，需要在现有工作的基础上不断创新突破。”

薛剑祥说，今后将通过加强价格争议诉调对接工作分析研判，进一步找准诉调对接的主攻方向，并通过加强与房管部门、消费者协会的联系对接，探索建立多方联动的价格争议联动化解机制，推进物业纠纷、消费者权益等类案纠纷通过价格争议诉调对接妥善化解。

“例如，充分运用大数据，或对立案、审判和执行各阶段的价格争议案件类型、解决方法、处理效果进行调研，就可以进一步把纠纷化解重心精准聚

焦到审判、执行环节中的资产评估，通过加强‘询价’在资产评估中的深度应用，着力克服价格争议诉调对接体量小的实践障碍，推动价格争议诉调对接工作更加高质、高效开展。”薛剑祥举例说。

吴顺文指出，目前各地价格争议调解工作还处在摸索阶段，尽管江苏出台了《江苏省价格争议调解处理办法》，对一些重大原则性问题进行了明确，但依然缺少配套的实施细则和操作规范。

“涉诉价格争议因其普适性，容易形成统一的工作模式、机制和制度，而价格认定机构所拥有的价格认定技术优势和工作基础也为顺利、快速开展这项工作创造了有利的条件。”吴顺文建议，国家或省可加强顶层设计加以指引，在建立规

范化价格争议调解站点的基础上，进一步制定和完善相关实施细则和操作规范，逐步实现价格争议调解的标准化。

国家发改委价格认证中心副主任成钢向记者透露，价格争议纠纷调解是各级价格主管部门面向社会打造的一项公共服务品牌，引领、指导价格争议纠纷调解工作在全国范围内系统开展的指导性文件有望于近期出台。基层价格认定机构和基层法院推动建立诉调对接机制，既是一种创新，又为全国提供了可参考、可复制的经验，有利于价格认定机构和法院各用其长，通过资源共享、资源整合共同推进价格争议纠纷调解。“关于诉调对接机制，我们也和最高人民法院有关方面进行了讨论，双方都希望今后在此领域开展更多合作。”