



信息透明是现代政治文明一个不可或缺的要素，政府信息公开是打造现代政府、“阳光政府”的内在必然要求。只有信息公开透明，才能最快平息争议、消除误解，发动各方面力量把问题解决好。

本期“经济日报 中央电视台联席评论”关注话题——用“公开”提升“公信”。



“跑马圈地”不好使

刚刚度过50周年“生日”的家乐福，眼下的日子却有些不大好过。日前，北京某家乐福超市所卖的牛肉丸被检测出根本不含牛肉，这是家乐福近年来再次爆出质量问题，此事也给家乐福在中国为庆祝“生日”而开展的降价促销活动蒙上阴影。

【微评】作为世界第二大零售连锁集团，家乐福在进入中国市场之初口碑不错，其先进的管理模式也是当时业内的标杆。但随后不久，家乐福粗放式扩张的后遗症逐渐显现，频繁出现的质量问题更是挑战着消费者敏感的神经。不仅是家乐福，由于质量管控能力明显跟不上规模扩张速度，不少零售企业都已经开始凸显食品安全弊端，发展方式的调整和转型是必然。不过，目前摆在家乐福面前的更重要问题是如何挽回消费者的信赖。失去信赖仅靠一时，能否重获信赖却是未知数，希望家乐福的遭遇能给其他零售业大佬们提个醒。

互谅才能心平气顺

因航班延误，上海三名旅客近日打伤地勤人员，这只是近段时间乘客与机场工作人员发生肢体冲突的一个例子。根据相关法规，因天气原因和航空管制情况导致航班延误，航空公司不承担责任。

【微评】航班一延误，旅客与航空公司就势同水火，甚至发生扰乱机场秩序、相互殴打等情况。航空涉及航空管理部门、机场等诸多环节，每个环节都有可能造成延误，很多因素航空公司也无法控制，航班因不可抗力延误在所难免。航班延误是谁也不愿意看到的结果，面对误机，冲突无法解决问题，应从双方互相沟通和理解开始。航空公司应增强服务意识，及时准确告知乘客航班延误原因并进行妥善安置，而不是无动于衷或只告知一鳞半爪。乘客也需对航空安全多一分理解，文明、理性维护自身正当权益。只有相互尊重、相互理解，才能让行程变成一段愉快的记忆，不给自己添堵闹心。

茶叶市场乱象待解

近日，某茶叶网站花5万元购得的一普洱老茶饼，却被不少业内人士鉴定为仿品，引来了众多茶友担忧：“专业网站都无法辨别真假，消费者又如何买放心茶？”中国茶叶流通协会相关负责人表示，由于缺乏权威的行业专家与严格的认证标准，消费者维权很困难。

【微评】近些年，从专业茶友圈到普通消费市场，频频曝出以假乱真、以次充好等乱象，却鲜见权威的鉴定结果与起作用的惩处。那么，茶叶真假究竟谁说了算？市场乱象究竟谁来管？茶叶市场乱象的根源一方面在于中国茶产业“散小乱弱”，小茶企为了生存难免以次充好、以旧掺新。另一方面，混乱的行业标准让消费者难以判断茶叶是否质价相符，有的经销商趁机投机，使茶价更加扑朔迷离。解决之道在于提高茶产业的集中度，建立标准化的生产模式，同时通过大企业来整合市场、规范标准，打造有影响力的茶叶品牌，让消费者以品牌选茶。

(更多内容请浏览经济日报腾讯法人微博 <http://e.t.qq.com/jingjiribao>)

解决农民看报难

孟国

笔者身处农村基层，因工作关系经常进村入户。每到一村，常会看到一个现象，那就是村委会办公室到处都是过期的报纸和杂志。不少农民说，虽说现在家里有电视，但好多东西看过后记不住，还是报刊好，既全面准确，又能作为资料摘抄收藏使用。但是，当前农村的报刊订阅状况并不景气，许多农民因经济原因无力订阅。这样一来，农村里基本上只有村委会才会订报，但在如何使用管理上不尽如人意，并没能让它们真正发挥作用，不少村集体订的报刊躺在村委会“睡大觉”，农民群众很难看到。

笔者认为，要切实解决好农民群众看报难的问题，需要抓好报纸发行和订阅工作。建议政府相关部门结合“农家书屋”政策，将更多的党报党刊纳入书屋建设计划范围，这样就能使党报党刊更顺利地直达农民手中。要让报刊真正面向广大农民，最经济的办法就是在农村设置固定的户外读报栏。村里可根据人群分布和流动的情况，在村委会、卫生室、学校附近或场镇、居民点等人群相对集中的地方开设户外读报栏，聘请热心公益事业的老党员、老干部承担起取报、放报、收报和看护读报栏的工作，让村里订的报纸走出房间，走向农民群众。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 张伟 杨开新

用“公开”提升“公信”

中央、国务院对政府信息公开工作高度重视，各地区、各部门做了很多工作，受到了群众欢迎。尤其是一些行政服务和审批事项，在公开办事程序、办事标准、办事人员和办事时限后，行政效率和廉政程度明显提高。新闻发言人制度在全国各地普遍存在，也是一个明证。这项制度推广的初衷，就是要通过发布会、提供新闻采访服务等多种形式来发布党务、政务信息。在今天，政府单位及官员勤政上网、关注微博，同样也是与时俱进促进政务公开透明的生动体现。

但也要看到，由于对哪些信息应该公开、哪些信息可以公开、哪些信息不能公开，并未作出非常清晰的界定，也未给出明确的时间表，使得“家丑不可外扬”的忌讳有了制度空子，一些地方和部门信息不公开、不透明，报喜不报忧，隐瞒公共事件等现象时有发生。信息公开是对政府公信力的有力保

护。政府大量公开信息，表面上会增加政府工作压力，舆论监督也会对政府形成一定压力，但实际上，通过加强政府与群众之间的信息沟通，更有助于增强政府与群众的互动，提高群众对政府权威和政策的认同度，优化治理环境，提高政府的公信力。而且对各种突发灾难，政府有关职能部门对相关信息的及时公开，使之通过各种渠道迅速传播，在客观上有利于稳定人们的心理预期，促进社会和谐稳定与健康发展。相反，如果信息不透明，即使政府工作有条不紊、廉洁高效，部分公众仍可能会产生这样那样的误解，甚至会认为存在“暗箱操作”。现在，之所以出现个别地方政府公信力下降的情况，无不与信息不透明或公开不及时有关。谣言止于智者，谣言更止于公开。在现今信息化社会里，瞒报、缓报、少报、漏报，只能使各类“小道消息”满天飞，以讹传讹，从而影响社会心

态和思想的稳定。这些年，应对食品安全事件的实践就已经充分表明，只有信息公开透明，才能最快平息争议、消除误解，发动各方面力量把问题解决好。

《当前政府信息公开重点工作安排》的印发，让政府信息公开脉络更加清晰，减少了规定的弹性空间，增加了执行操作性。方向已经明确，任务已经清晰。各地区、各部门要把做好这项工作摆上重要日程，不仅要细化任务，明确责任，强化落实，确保各项工作任务按要求落实到位；还要准确发布权威信息，加强平台和渠道建设，确保公众及时知晓和有效获取公开的政府信息。可以想象，当这种法制化的信息发布成为一种社会习惯时，政府就拥有了更强的公信力和凝聚力，就能更有效地领导人民群众应对各种风险和挑战，社会和谐也就有了更坚实的基础。

(本文执笔：马志刚)

汽车产销 破纪录不足喜

杨忠阳

中国汽车工业协会日前发布数据显示，今年上半年，我国汽车产销量首次双双突破1000万辆大关，分别达1075.17万辆和1078.22万辆。按照往年规律，下半年产销量将高于上半年，这意味着如果没有限制产业发展的特殊政策出台，今年全年我国汽车产销将双双突破2000万辆。

在复杂多变的国内外经济环境、个别城市采取限购措施等影响下，我国汽车企业仅用半年时间，就创造了1000万辆的产销新纪录，市场集中度明显提升，着实让人欣喜，说明当前汽车工业总体经济运行良好。

欣喜之余，也有忧虑。在乘用车产销增长明显的同时，自主品牌的市场份额不仅没有同步增长，反而略有下降。这表明，自主品牌汽车的综合竞争力虽然有所提升，但与外资品牌相比仍有较大差距。如果梳理一下排名前10位的乘用车企业名单，便不难发现问题的严峻性。除了长城销量位居第7位外，其他席位全部被上海大众、上海通用等合资企业占据。作为自主品牌“两面旗帜”的吉利、奇瑞，早已跌出前10位之外。而且上半年我国汽车出口率仅为4.5%，不仅远低于德、日等国的汽车出口水平，产品结构也仍旧停留在较低层次。

更让人担忧的是，按照中汽协的分析，天津、深圳等8个城市存在实施限购政策的可能。一旦这些城市实施限购，汽车销量将下降25%左右，这将严重影响自主品牌汽车的发展。从消费者的角度而言，摇号获得的购车机会非常难得，使其重视购车机会，往往会选择中级车或以上的车型。对于通过拍卖获得的牌照，由于拍卖已花掉数万元，很少有人会选择比牌照价格还低的汽车。而由于品牌、技术等方面的劣势，自主品牌车型大多集中在小排量市场和低价位市场，往往最先受到“限购”伤害。数据显示，上海、北京、广州宣布实施限购小客车政策之后，自主品牌占有率下降近一半。

问题还在于，自产业革命以来，除了中国汽车产业，还没有一个国家在制造业的物理规模达到全球第一，却没能培养出相应世界级企业和世界级品牌的。中国汽车产业经过两年的调整，目前已迎来了两位数增长的新机遇，如果自主品牌不能在此期间实现比合资品牌更快的增长，占有较大市场份额，就很难获得足够利润，从而无法保证持续的研发投入，制约企业研发能力和品牌的提升，束缚我国从汽车大国迈向汽车强国。

全员卖酒



许滔作

据报道，受公款吃喝经费大幅压缩等因素影响，白酒行业全面进入调整期。一些知名白酒品牌销量明显下滑，纷纷调整策略寻求突围之道。为了完成销售目标，部分企业甚至动员职工全员卖酒。

职能错位种下“苦味”黄花菜

张传发

政府牵头倡导，企业出资回收，确保农民受益。去年秋收后，河南省淮阳县农民在得到当地政府这样的郑重承诺后，种下了近万亩黄花菜。如今，由于企业资金不足未能及时收购，丰收的黄花菜却成了“没娘孩儿”。气愤的菜农拉着2000多斤黄花菜到该县行政服务中心抛撒，以此抗议“政府失职”。

企业收购也好、政府补偿也罢，无论此次“抛撒黄花菜”风波如何结局，都是给部分地方政府官员上了一堂市场经济基础理论课。

市场经济环境下，企业和农户选择生产什么、销售什么，最终决定

权在他们自己。而企业与农户之间，要不要选择合作以及如何合作，也更多是产销双方的事儿。这其中，一旦有一方失信，另一方完全可以通过法院去追责，政府部门更多是维护市场的秩序，对失约者处以严惩。如果在这场合作中，地方政府插上一脚，并且信誓旦旦要为企业收购提供担保，等于是“裁判员变身运动员”，“看得见的手”干扰了“看不见的手”。并且政府担保，等于拿财政的钱为企业和少数农户“包销售”。这么做，广大的纳税人同意吗？可见，“担保收购黄花菜”，实属一些政府部门没能摆正自身位

置、职权越位的结果。

地方政府期待加快经济发展、助农惠农的心情可以理解，但正确的做法应该是“多引导，别担保”。比如，要做到“多引导”，可以宣传种植某种作物的市场前景，在农民选种、种植、管理乃至销售等方面予以适当扶持，或者帮助农民建立合作社。可以引导农户与公司“面对面”、“手拉手”，在市场外扶持帮助，制定规则。而不是对具体交易行为提供“担保”，因为政府“保”不了市场的风险，要切记“谁的农田谁做主，谁的公司谁做主”，否则就容易“许下诺言、自咽苦果”。

中速区间的GDP贵在“成色”

陈力

既不能不顾客观条件盲目追求高速度，又不能无所作为坐视增速滑出底线。其中的关键，就是追求有质量、有效益、可持续的增长

的大形势下，在各地逐步从高速增长转为平稳较快增长的情况下，我国经济增长已步入中速区间。这时，我们既不能不顾客观条件盲目追求高增速，又不能无所作为坐视增速滑出底线。在现阶段，更要求提高GDP的“成色”，追求尊重经济规律、有质量、有效益、可持续的增长。

保持在中速区间最现实的选项就是防止GDP走低。

GDP的“成色”不外乎发展的平衡性、协调性和可持续性。从外部来看，经济建设单兵突进带来的GDP增长必然“成色”不足，只有追求经济建设、政治建设、文化建设、社会建设和生态文明建设的“五位一体”带来的GDP才能兼顾扩内需、稳增长、调结构、促改革、惠民生。正如习近平总书记近日所强调的，“把民生改善、社会进步、生态效益等指标和实绩作为重要考核内容，再也

不能简单地以国内生产总值增长率来论英雄了。”

以内蒙古为例，今后3年，自治区保障性住房和农村牧区危房改造将完成投资1400亿元，预计将消耗钢材300万吨、水泥1500万吨以上，增加工资性收入340亿元。从内部看，提高GDP“成色”必须转换“动力结构”，改变过去依赖投资、依赖第二产业、依赖物质消耗的增长，更多依靠消费需求拉动，更多依靠现代服务业和战略性新兴产业带动，更多依靠科技进步、提高劳动者素质、管理创新驱动，更多依靠节约资源和循环经济推动，更多依靠城乡一体、区域协调互动。



日前，李克强总理在广西主持召开部分省区经济形势座谈会时强调，宏观调控要立足当前、着眼长远，使经济运行处于合理区间，经济增长率、就业水平不滑出“下限”，物价涨幅等不超出“上限”。在这样一个合理区间内，要着力调结构、促改革，推动经济转型升级。

今年已经过半，虽然各地的增速快慢不一，但从全国看，经济发展已进入个位数增长阶段。在世界经济依旧低迷