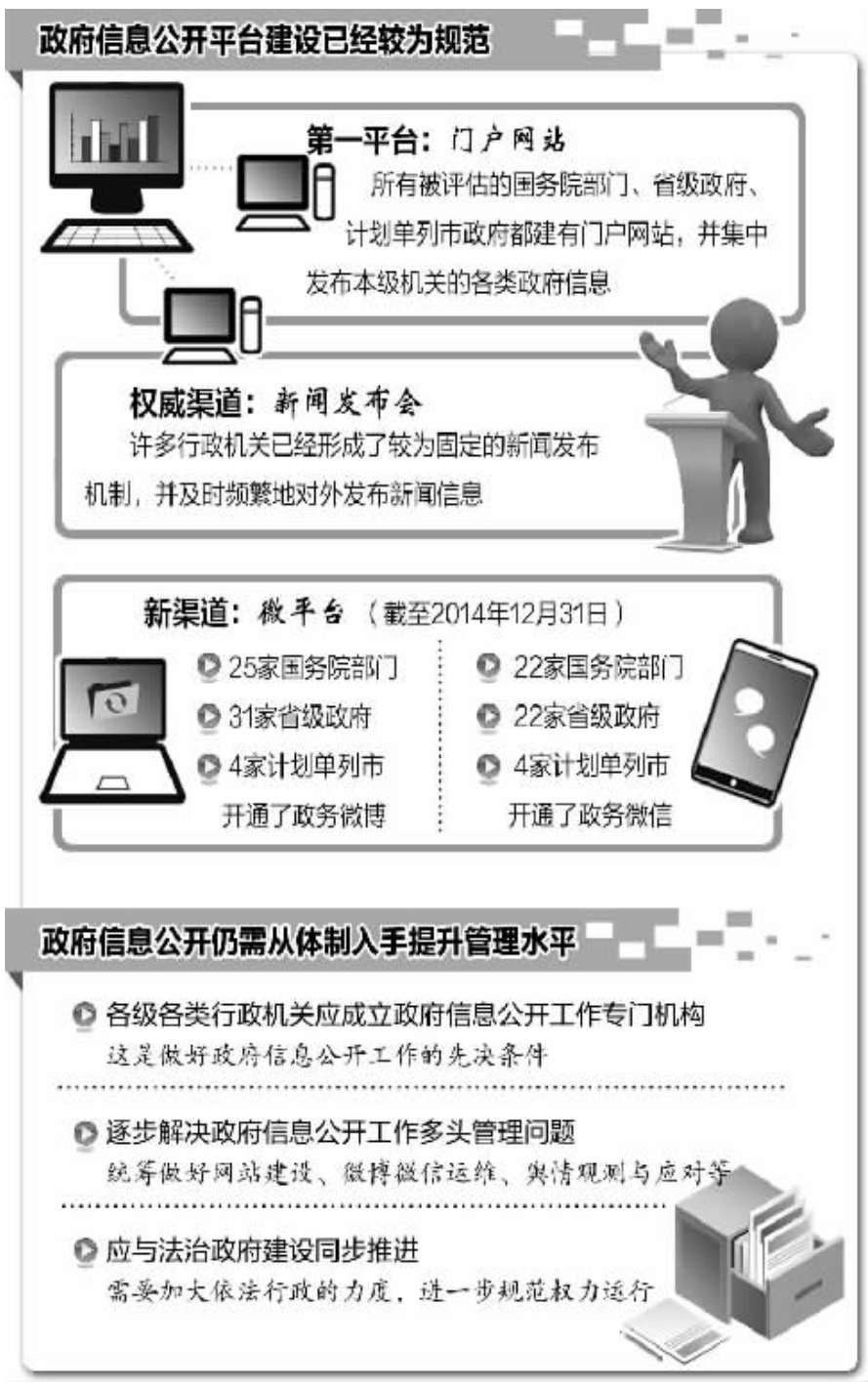
政府信息公开第三方评估报告显示——

公开范围逐步扩大 回应水平有待提升

本报记者 王薇薇

《政府信息公开条例》实施以来，政府信息公开的效果如何，政府将不再是“自说自话”。

3月30日，政府信息公开第三方机构评估报告正式出炉。此次受国务院办公厅政府信息与政务公开办公室委托，对政府信息公开工作开展第三方评估的是中国社会科学院法学研究所，他们曾经连续6年独立开展政府透明度指数评估工作。此次，该所对56家国务院部门、31家省级政府和5家计划单列市政府，就主动公开、依申请公开、政策解读与热点回应3个板块的内容进行了评估。通过科学的指标体系和考核标准，在对政府信息公开工作给出独立、客观评价的同时，也为政府科学决策和实现精细化管理提供了重要的参考依据。



发布体系初步成型

“通过项目组的评估，并通过科学的评估指标体系论证，得出的评估报告显示，目前，政府信息公开平台建设已经较为规范。”评估报告主要执笔人、中国社会科学院法学研究所副研究员吕艳滨介绍说。

评估报告显示，门户网站已经成为各级行政机关公开政府信息的第一平台，所有被评估的国务院部门、省级政府、计划单列市政府都建有门户网站，并集中发布本级机关的各类政府信息。

同时，新闻发布会成为发布政府信息的权威渠道，不少行政机关已经形成了较为固定的新闻发布机制，并及时频繁地对外发布新闻信息。

另外，微平台成为发布政府信息的新渠道，各行政机关积极适应信息传播的需要，纷纷开通微博微信。

评估报告还指出，行政机关越来越注重主动公开信息。被评估的行政机关普遍能够按照要求公开规范性文件、财政预决算信息、行政审批信息、行政处罚信息、环境保护信息、食品药品安全监管信息等。同时，绝大多数部门的依申请公开渠道是畅通的。在国务院的统一要求下，各级行政机关日益重视对重大决策的解读和对社会热点的回应。

但项目组在评估过程中也发现，目前政府信息公开工作还面临一些问题。

评估报告提出，首先，管理机制有待理顺。目前，大多数行政机关没有专门机构和专门人员负责政府信息公开工作，影响公开质量。

其次，公开质量有待提升。主动公开领域仍存在公开不全面、公开不规范、公开但信息难以查找获取等问题。

再次，依申请公开的规范化程度还有待提升。依申请公开答复的规范性还不理想，存在申请渠道单一、申请未如期获答复或不提供书面答复等问题。

最后，解读回应水平有待提升。不少行政机关的解读回应难以有效化解公众质疑等问题较为突出，制约了政府信息公开效果。比如，部分地方政府的政策解读栏目转载了大量国家相关部门的政策解读，本地文件的解读信息较为有限。而且，多数解读只是把制定有关法规、规章及规范性文件的说明和媒体报道照搬到网上，不仅形式呆板，信息量也十分有限。回应社会关切方面，则存在“回应模式化”、“回应缺乏实质内容”等现象，反而易引发公众更多的质疑与不信任。

重点领域有所突破

规范性文件、财政信息，以及涉及权力运行的行政审批、行政处罚信息等重点领域的政府信息公开，关系到政府依法行政和人民群众切身利益，逐步扩大其主动公开范围、提升公开效果，意义十分重大。吕艳滨介绍说，法学研究所的评估发现，在不断要求和督促下，各级政府在重点领域的政府信息公开工作方面成效明显。

首先，“红头文件”公开规范有效。规范性文件俗称“红头文件”，是各级政府机关执行法律法规、进行管理过程中下发的、对人民群众权益产生一定影响，但效力等级低于规章的文件总称。所有国务院部门、省级政府和计划单列市政府都在门户网站设置了规范性文件栏目，集中发布本部门制定的规范性文件，公众可以直接通过网站查询下载。此外，为了防止“红头文件”的规定违法，不少地方政府近年来加强了对规范性文件的备案审查力度，并定期公布经过备案审查的文件目录。

其次，财政信息公开推进有力。本次评估对各行政机关公开本部门2013年决算、2014年预算及2013年“三公”经费决算的情况进行了评估。结果显示，国务院部门中，除公务员局预算纳入人力资源和社会保障部集中编制、煤矿安全监察局纳入国家安全生产监督管理局集中编制外，项目组可以在门户网站或通过其他网站查询到51家部门2014年的本部门预算及说明、49家部门的2013年本部门决算及说明，44家部门对2013年“三公”经费使用情况的详细说明。地方政府中，可以在门户网站上查询到12家省级政府和3家计划单列市政府2014年预算信息，13家省级政府和3家计划单列市政府的2013年决算信息，其他地方政府普遍都在本级财政厅(局)网站公开了预决算信息。

再次，行政审批信息的透明度较高。2014年，中编办网站发布了各部门行政审批事项清单，以权力清单的方式公开了各部门现行有效的行政审批事项，对于促进国务院部门的行政审批事项公开发挥了重要的作用。地方政府则普遍在门户网站或政务服务中心网站公示了行政审批事项清单。

最后，行政处罚信息公开取得重要突破。国务院部门中，除不具备行政处罚权限的外，不少都在门户网站公开了全部类别或者部分类别的行政处罚案件信息，包含处罚依据、当事人姓名或者企业名称，以及主要违法事实、处罚结果等信息。

但是，重点领域信息公开中存在的问题也值得关注。

首先，一些信息公开不到位。以行政处罚事项公开为例，截至2014年12月下旬，仅有18家省级政府、3家计划单列市政府在门户网站公开了本级政府行政处罚事项，国务院部门均未在门户网站公开该信息。而且，行政处罚结果信息公开情况不好。

其次，一些公开信息不准确。以规范性文件的公开为例，部分规范性文件的效力难以从公开的信息中获知。最后，公开渠道不够便民，难查找。

机制建设尚待加强

评估报告建议，加强并整合政府信息公开工作机构，从管理体制入手，提高政府信息公开的管理水平；同时特别提出，政府信息公开工作应与法治政府建设同步推进，增强各级政府信息公开的底气和勇气。

在吕艳滨看来，从管理体制入手，提高政府信息公开的管理水平，是政府信息公开工作的必然要求。

评估报告建议，各级各类行政机关应成立专门的政府信息公开工作机构，由专门人员负责政府信息公开工作，这是做好政府信息公开工作的先决条件。目前，不少行政机关的政府信息公开工作机构都是议事协调性的虚设机构，无编制、无固定人员，建立政府信息公开的机构、理顺政府信息公开的机制、配备相应的工作人员，是目前深化政府信息公开工作的重要任务。

同时，逐步解决政府信息公开工作多头管理的问题也非常必要。评估报告建议，各级政府及行政机关应统筹做好包括政府信息公开、网站建设、微博微信运维、舆情观测与应对在内的各项工作，形成政府信息公开的合力。

评估报告还特别提出，政府信息公开工作应与法治政府建设同步推进。政府信息公开工作不是孤立的，其与各级政府的法治政府建设紧密相连。一些地方、部门的政府信息公开申请工作压力大、难处理，除了与目前公开与不公开的标准还不够明确、操作性不强等有关外，更多的则是因为依法行政还不到位，不少权力的运行还很难符合依法行政的要求，在一定程度上还存在管理不规范现象。在这种情况下，一旦遇到公开政府信息的申请，有关部门没有公开的自信和底气。做好政府信息公开工作除了要解决一些政府信息公开工作自身存在的问题外，还需要加大依法行政的力度，进一步规范权力运行。权力运行规范了，各级政府信息公开的底气和勇气才会更足。

我国

环境成本核

GD研究

本报北京3月30日讯 记者曹红艳今日从环保部获悉：环保部召开建立绿色GDP2.0核算体系专题会，重新启动绿色GDP研究工作。环保部政策法规司司长李庆瑞表示，绿色GDP2.0在内容上增加以环境容量核算为基础的环境承载能力研究，圈定资源消耗高强度区、环境污染和生态破坏重灾区，摸清“环境家底”；在技术上克服前期数据薄弱问题，夯实核算的数据和技术基础，充分利用卫星遥感、污染源普查等多来源数据，构建支撑绿色GDP核算的大数据平台。

绿色GDP最早由联合国统计署倡导的综合环境经济核算体系提出。推行绿色GDP核算，就是把经济活动过程中的资源环境因素反映在国民经济核算体系中，将资源耗减成本、环境退化成本、生态破坏成本，以及污染治理成本从GDP总值中予以扣除。其目的是弥补传统GDP核算未能衡量自然资源消耗和生态环境破坏的缺陷。

据介绍，绿色GDP2.0主要包括4方面的内容：一是环境成本核算，同时开展环境质量退化成本与环境改善效益核算，全面客观反映经济活动的“环境代价”；二是环境容量核算，开展以环境容量为基础的环境承载能力研究；三是生态系统生产总值核算，开展生态绩效评估；四是经济绿色转型政策研究，结合核算结果，就促进区域经济绿色转型、建立符合环境承载能力的发展模式提出中长期政策建议。

李庆瑞说，绿色GDP2.0核算体系的研究计划将分两个阶段展开。第一阶段(2014-2015年)，联合各相关部门与研究机构，开展国际经验学习借鉴、核算框架体系构建、技术规范研究，以及全国层面环境容量核算、生态系统生产总值核算，初步建立政策应用体系，形成核算技术支撑能力，组织建立绿色GDP核算的相关技术规范。第二阶段(2016-2017年)，为了检验绿色GDP2.0核算方法的可行性，选择不同地区开展试点工作，试点内容包括环境成本与环境效益核算、环境容量核算、生态系统生产总值核算，以及经济绿色转型政策试点。不同地区根据其经济发展和生态环境特征不同，可选择不同的试点内容。

阿里巴巴叩开全球贸易新大门

(上接第一版)截至目前，天猫国际已有来自美国、英国、澳大利亚、日本、韩国等25个国家和地区的5400个品牌入驻，从3月开始，还将迎来来大润发、Lottemart、麦德龙等世界连锁超市品牌。

好市多的故事足以说明阿里巴巴作为电商平台为海外商家提供的帮助。这个去年10月12日才在天猫国际上线的美国超市品牌，上线仅仅3天，就卖出了3吨坚果和近1.5吨蔓越莓干。去年“双11”，好市多实现了2200万元的单日交易额。

“通过这一平台，海外商家可以以全球同价直接服务中国消费者，并且可以引进一般进口贸易无法进入中国市场的品类、商品。”阿里巴巴B2C事业部总经理吴倩告诉记者，中国广阔的市场和消费者对消费品质要求的日益提升，是阿里巴巴向海外伸出触角的“底气”。

但在阿里巴巴看来，天猫为海外商家提供的服务并不只是一条销售渠道，还有基于整个阿里巴巴电商生态系统的数据资源。“以好市多为例，他们此前并不知道什么样的消费者喜欢什么样的产品，根据以往的销售数据，我们认为包括鱼油、坚果和蔓越莓干等在内的3款商品可能成为爆款，所以，去年‘双11’他们选择了这3款大规模备货，很好地应对了需求。”天猫国际总监荀况介绍说。

卖全球：打开外贸新窗口

阿里巴巴进军海外的另一个筹码，来自于“中国制造”的价格和效率。谢荣钿是广州的一名假发商人，他告诉记者，“在欧美，一套假发成本得500美元左右，但中国卖家通过速卖通销售的假发，均价只有100美元，渠道方便，价格低，消费者自然向你靠拢。”现在，他的两个假发品牌ROSA和LUVIN，在阿里巴巴旗下的速卖通平台上都能排进假发行业前5，每月营业额超过400万元人民币。

来自巴西民意与统计研究所的调查显示，去年第三季度，阿里速卖通在巴西的出单量达到1100万，远远领先于第二位的720万，营业额达到3.3亿雷亚尔，已成为巴西最大的网购销售平台。在包括俄罗斯在内的多个新兴市场国家，阿里速卖通同样成为网购销售平台的第一名。如今，中国大陆卖家可以通过速卖通，把自己的产品销往全球几乎所有的国家和地区。

让市场研究机构Gartner首席分析师张菊记忆最深的，并不是速卖通平台。“比起在新兴市场中大展拳脚，阿里巴巴能否真正全球化，还要看它能否在欧美国家的成熟市场中站稳脚跟。”在她看来，阿里巴巴在美国开设的电商平台“11 MAIN”是个颇有意思的创新，“它和‘脸谱’合作，用社交网络推送中高端产品，这就打破了阿里巴巴擅长的既有模式，尝试全新商业模式，探索新的路子。”

和引入国外品牌相比，让分散的中国卖家将商品远销海外，还需要搞定支付和物流等支撑环节。在支付方面，阿里旗下的蚂蚁金服在美国、新加坡、韩国、英国、卢森堡和澳大利亚6个国家设立了分支机构。在物流方面，阿里旗下的菜鸟网络则达成了与新加坡邮政、澳大利亚邮政和巴西邮政等公司的战略合作。菜鸟网络资深副总裁万霖表示，“在海外开展业务必须解决用户的‘痛点’，比如在新加坡等国，末端配送成本高昂，消费者习惯使用自提点的方式降低物流成本，因此，我们和物流合作伙伴共同设立了8000个自提点。”

阿里巴巴的全球化步伐也带动了合作伙伴的海外业务扩展。顺丰、申通、中通、圆通等原来国内传统老牌快递，也跟随菜鸟网络的国际化布局，走出国门。以速卖通需求大国俄罗斯为例，中国邮政在保证俄罗斯全境覆盖的基础上，建立了专线物流，使得俄罗斯客户的收货时效由过去的60天至90天，缩短至目前的35天以内。

精神文明创建在基层

编者按 实现中华民族伟大复兴的中国梦，物质财富要极大丰富，精神财富也要极大丰富。因此，要继续锲而不舍、一以贯之抓好社会主义精神文明建设，为全国各族人民不断前进提供坚强的思想保证、强大的精神力量、丰润的道德滋养。从今天起，本报推出“精神文明创建在基层”系列报道，聚焦第四届全国文明城市(区)、村镇和单位精神文明创建的先进做法和经验，敬请关注。

“风尚文明”看绍兴

本报记者 黄 平

一座城市的政府办公会议室，可以让出来为环卫工人纳凉——在这座城市的市区，专门为环卫工人设立的“爱心避暑点”就有300多处。

一座城市的财政支出，每年都有100多万元用于奖励“见义勇为”——包括建立起奖励和保障实施细则，为见义勇为人员的医疗救助、上学资助、就业创业等开辟“绿色通道”。

一座城市的奋斗目标，除了“经济繁荣”，更把“风尚文明”写进党代会报告，让“风尚文明”成为城市新底色……

这座城市就是浙江绍兴，一座拥有2500年历史的文明古城。

这些年，绍兴市开展精神文明创建工作，关注的不仅是“轰轰烈烈”，更看重“润物细无声”。细雨无声之中的“凡人善举”，成就了令人感佩的城市品质和文明气质。

2014年1月9日，“中国网事+感动2013”年度网络人物颁奖典礼上，作为浙江唯一入选的感动人物，46岁的绍兴盲人教师胡中祥缓步走上领奖台时，人们也许无法想象：一位盲人如何能在乡村小校的讲台上执著地坚守长达10年！

在绍兴的大街小巷，70多岁、身患肿瘤的老人何亮日复一日、年复一年地坚持铲除电线杆上的城市“牛皮癣”。老人孱弱的身躯里充满了一种怎样的力量！

同样的一幕幕，出现在绍兴各地……

从上世纪90年代开始，绍兴就持续开展“讲文明、树新风”活动，开展精神文明建设“十佳”好人好事、感动绍兴的人和事、绍兴市道德模范等评选表彰活动。活动开展至今，已经涌现出获得全国道德模范提名奖、浙江省道德模范称号的“救火阿三”阮炳炎，“当代孝女”曹秋芳等多位模范人物。这些普通的名字，已经成为绍兴精神文明的金名片。

一个开办200多期、长盛不衰的当地新闻栏目“风尚绍兴”，是绍兴精神文明创建工作的最好“注脚”：栏目开办3年多来，200多个凡人善举的爱心故事，极大地激发了绍兴人“做好事”的热情。爱心热潮不仅让这个栏目成为绍兴精神文明建设的一个窗口，更让“风尚绍兴”成为城市文明的正能量。

绍兴市委常委、宣传部长何加顺告诉记者，为了让“风尚文明”深入人心，除了高密度的舆论引导之外，绍兴还建立了全国首家网上“爱心博物馆”，通过实物照片、事迹图片、新闻报道等形式，收集全国道德模范事迹3000多例，集中展示本地300多位(件)爱心人物和爱心事件。如今，该馆已经成为全国有一定影响力的爱心主题博物馆，并获得2013度中国互联网文明传播特色栏目奖。

目前，绍兴全市拥有民间爱心团队2240多个、注册志愿者30多万人。其中，企业家已经成为慈善事业的中坚力量。绍兴大额慈善冠名基金的规模，目前已占浙江全省的60%以上，仅上虞区崧厦镇，就有13家企业成立了帮老、扶贫、关爱儿童的各类基金。

值得关注的是，“风尚文明”如今已经与绍兴的经济发展“联姻”。追求文明，崇尚诚信，也是企业的风尚。

去年初，绍兴建成使用“信用绍兴”发布平台，对9大重点行业进行定时的“红黑榜”发布，重点对企业产品质量、用人用工规范等方面进行测评。对于红榜成员，不仅有荣誉上的表彰，更有切实的帮扶措施，其中一项就是绍兴首推的“道德信贷管理办法”，推进道德信贷工程，给予道德模范30万元以内的“道德信贷”，并在利率上享受优惠。

在政策导向的激励下，文明诚信之风在绍兴的企业界不断发酵，各农贸市场也相继设立了“农贸市场诚信基金”。通过开展放心产品大展示、“诚敬做食品”专题论坛等活动，绍兴已形成了全社会范围内的诚信之风。

本版编辑 韩 叙