政府治理方式的深刻变革

振 法

热点快评

预算绩效管理是政府绩效管理的重要组成部分，是以支出结果为导向的预算管理模式。通过把绩效理念、绩效要求贯穿到预算管理的各个环节，强调“花钱必问效、无效必问责”，实现优化财政资源配置、提升公共服务质量的目标。要加强制度建设，推进预算绩效管理常态化、规范化和法治化，把各项改革措施落到实处

近日，中共中央、国务院印发了《关于全面实施预算绩效管理的意见》，部署加快建成全方位、全过程、全覆盖的预算绩效管理体系，这对于深化预算管理制度改革、推进国家治理体系和治理能力现代化具有重要意义。

预算反映政府活动并规范政府行为。预算绩效管理是政府绩效管理的重要组成部分，是以支出结果为导向的预算管理模式。通过把绩效理念、绩效要求贯穿到预算管理的各个环节，强调“花钱必问效、无效必问责”，实现优化财政资源配置、提升公共服务质量的目标。可见，全面实施预算绩效管理不是一项单纯的技术性改革，而是政府治理方式的深刻变革。

预算绩效管理在我国历经十几年的探索，取得了明显成效。比如，在中央财政层面，逐步将重点项目绩效目标、绩效评价结果随同预决算报送全国人大，并向社会公开。今年6月份有15个重点民生政策和重大专项绩效评价报告、182个项目绩效自评结果随同2017年中央决算报送全国人大审议，主要包括湿地保护与管理、水文测报等，使公众了解财政资金使用效果如何，能够更好监督政府工作。

不过，预算绩效管理仍然存在一些突出问题，比如绩效理念尚未牢固树立，一些地方和部门存在重投入轻管理、重支出轻绩效的思维惯性；绩效管理的广度和深度不足，尚未覆盖所有财政资金，一些领域财政资金低效无效、闲置沉淀、损失浪费的问题较为突出；绩效管理的约束力有限，“花钱必问效，无效必问责”的追责问责机制不健全等。

这次中央文件围绕“全面”和“绩效”两个关键点，对全面实施预算绩效管理作出部署，明确了时间表和路线图：创新预算管理方式，更加注重结果导向、强调成本效益、硬化责任约束，力争用3年至5年时间基本建成全方位、全过程、全覆盖的预算绩效管理体系，实现预算和绩效管理一体化，着力提高财政资源配置效率和使用效益，改变预算资金分配的固化格局，提高预算管理水平和政策实施效果，为经济社会发展提供有力保障。

当然，全面实施预算绩效管理是一项复杂的社会工程，具有长期性和艰巨性。预算绩效管理在我国还是一项比较新的探索，绩效的理念和文化还不够深入，配套制度尚不完善，相关管理能力还有待提升。国外在实施绩效预算的实践中，也经历过不少挑战。因此，在全面贯彻落实这一重大部署的过程中，既要看到困难，更要加强制度建设，推进预算绩效管理常态化、规范化和法治化，把各项改革措施落到实处。

值得强调的是，硬化预算绩效管理约束对实施这项改革至关重要。《意见》提出了两方面的措施，一是明确绩效管理责任约束，地方各级政府和各部门各单位是预算绩效管理的责任主体，对重大项目的责任人实行绩效终身责任追究制；二是强化绩效管理激励约束，赋予部门和资金使用单位更多的管理自主权，调动其履职尽责和干事创业的积极性。只有切实落实这两方面的约束，才能使绩效管理真正约束政府行为，实现“花钱必问效、无效必问责”，推动财政资金聚力增效，提高公共服务供给质量。

不可片面追求『不见面率』

刘 勋

据报道，为预防审批改革出现形式主义、强行要求企业群众选择“不见面”方式办事的情况，江苏省行政审批制度改革联席会议办公室近日发布通知，严禁为追求较高的“不见面率”而将上门办事的企业群众拒之门外。

“让信息多跑腿，让群众少跑路”是简政放权的重要目标之一，通过不断加强信息化建设的力度，让更多行政事务能在网上办理，进而降低行政服务成本、减轻群众办事负担。为了推进网上政务建设进程，让更多企业群众尽快享受到高效便捷优质的政务服务，设立并严格执行相关的考核指标确有必要，这也是一些地方出台“不见面率”政策的初衷。

但是，还要认识到，企业和群众的需求与困难是多元的、动态的，有些企业和群众还不会熟练使用互联网，会面临一些技术性障碍，而且网上政务系统具有滞后性，也不可能解决所有困难或满足所有个性化需求。如果相关部门为了追求“不见面率”，不愿意与企业和群众面对面地交流，可能会导致企业和群众困难问题的解决滞后。建立网上政务系统的初衷是为了方便企业和群众，如果急功近利，简单地追求考核指标上的光鲜亮丽，则便民利民的“快捷键”可能会变为“暂停键”或“倒车键”。

片面追求“不见面率”属于典型的形式主义，在实际效果上是舍本逐末的，网上政务的普及与完善需要较长时间，这需要相关部门长期投入，更需要企业和群众逐渐接受，这是简政放权改革应该遵循的基本规律。推进网上政务的根本任务和主要目标就是为了方便企业和群众办事，无论怎么改革、如何推动，都不能偏离最基本的方向。

为了追求“不见面率”将办事的企业和群众拒之门外，还属于典型的官僚主义，这种只出台政策不考虑实际问题的工作作风，目标不是为了服务群众，自然会导致改革举措榫不对卯、不接地气。

挤掉“不见面率”的水分，真正践行改革举措与考核指标的初心，就应该多与企业和群众见面，面对面地沟通不仅能够快速高效解决问题，最重要的是赢得企业和群众对政府部门的信任，消解他们的顾虑，帮助他们认识接受网上政务系统，收集企业和群众对网上政务系统的意见建议。网上政务系统的定位永远都是服务群众的辅助性工具，不能越俎代庖，更不能切断政府与群众的紧密联系。

总之，考核网上政务服务的“不见面率”要抓住根本目标，不能被考核指标牵着鼻子走，而是要围着群众的需求转，适合当面办理的事项当面办，适合网上办理的事项网上办。

景区门票降价要实打实

叶金福

根据国家发改委《关于完善国有景区门票价格形成机制降低重点国有景区门票价格的指导意见》，各地区应确保于今年9月底前降低偏高的重点国有景区门票价格取得明显成效。截至8月29日，全国已有314个景区降价或拟降价，占到降价景区总数的近90%，大部分景区门票的降价幅度在20%至30%之间。然而，有媒体调查发现，有部分景区降幅不到5%，个别景区通过各种手段明降实不降。

景区门票降价对广大游客而言是个好消息。但仔细审视景区给出的门票降价单，除了少数景区确实“大刀阔斧”地把原先偏高的门票价格降至合理区间之外，一些景区的门票降价实乃“不痛不痒”之举，可见其患“门票依赖症”程度之深。

门票价格畸高，不仅不能给景区带来最大化的经济效益，而且会影响当地的旅游以及相关产业的发展。相反，门票大幅度降价，或景区门票免费，表面上看景区门票收入减少了，但游客拉动的其他旅游经济效益是不可估量的，包括餐饮、住宿、土特产销售等行业，都会因为旅游业的兴盛而繁荣。杭州西湖景区，早在2002年10月份就实行免费开放，不仅旅游业经济效益没有减少，反而带动了周边产业以及整座城市的发展。

笔者认为，景区门票降价是好事，但需要实打实。一方面，景区管理方应出台实实在在的门票降价政策，用降价幅度来说话。另一方面，监管部门应拿出实实在在的后续监管举措，促使景区将门票降价倡议落实到位。

加强监管破解自动续费“套路”

李英锋

本想只开通一个月会员，却在第二个月被自动扣费；想解除自动续费，找了半天不知如何取消……时下，手机应用付费市场火爆，不少用户吐槽一些APP的会员充值服务玩“猫腻”，用户购买的包月服务在不知情情况下被自动扣费，让原本的自愿选择，成了“被动续费”。

如今，消费者对优质APP服务需求日趋增加，付费用户数量攀升。一些APP运营商用“免费试用”“1分钱体验”等颇具诱惑力的广告语将消费者引入付费流程，在不显眼处用不鲜明的文字说明续费事项，帮用户“默认”勾选自动续费。这些“藏头露尾”的精心算计侵犯了消费者的知情权、自主选择权和公平交易权等合法权益，逾越了法律、诚信和商业道德底线。

APP付费市场在我国尚处于起步阶段，市场监管部门要及早介入，加强监管，破解其自动续费的“套路”。应依据相关法律法规规范运营商的宣传、收费等行为，积极查处虚假不实宣传、模糊收费、不告知或不全面告知等问题，倒逼运营商增强诚信和法治意识，规范经营行为，把话说到明处，把费收到明处、退到明处。对于出现违法、侵权问题的运营商，有必要记入征信系统，甚至拉入黑名单，使其付出诚信代价。

消费者在选择使用付费APP时也应多一份理性，多研究使用须知、注册条款等，留心是否存在自动续费或交费的陷阱，切莫图省事一路选择或信任“系统默认”。

曹 一作 （新华社发）

加 价

中央八项规定实施以来，国内不少高端品牌白酒的价格泡沫被刺破，茅台价格每瓶曾一度跌破千元。然而，今年中秋、国庆前夕，媒体走访上海、北京等地市场发现，茅台酒涨价行情再现，其中53度飞天茅台价格已飙升至近2400元，大大超出厂家指导价1499元，且仍然“一瓶难求”。茅台等高端白酒的价格重回高位，一些不法经销商囤货惜售、黄牛党炒买炒卖等是重要原因。要遏止高端白酒非理性上涨的局面，除了应查处哄抬价格的行为之外，还要加大对高端白酒销售中间环节的整治，消除市场畸形的涨价预期。 （时 锋）

治理学生竞赛乱象重在去除功利性

余 颖

思辨

有的家长之所以热衷于竞赛，是希望孩子的竞赛成绩能作为进入好学校的“敲门砖”。要真正减轻家长的顾虑，首先是整治竞赛乱象，规范竞赛管理。竞赛乱象的根子是优质教育资源总量不足、分布不均。要持续加大教育投入、做强教育资源、深化考试招生制度改革

教育部办公厅近日印发《关于面向中小学生的全国性竞赛活动管理办法（试行）》，明确原则上不举办面向义务教育阶段的竞赛活动，获准举办的竞赛也必须做到“零收费”。这一要求，引起不少学生家长的关注。

根据新规，今后义务教育阶段的竞赛活动原则上不再举办，只有幼儿园孩子和高中学生可以参加竞赛。新政策也许能让孩子和家长松一口气，但很难完全放心。在“小升初”的压力下，很多人都忽略了一个方面，即幼儿园其实也是各种竞赛的高发地带。一个幼儿园毕业的孩子，可能会有一二十张获奖证书。这些带着“国家”“全国”名头的绘画比赛、舞蹈比赛、音乐比赛层出不穷，基本上交了报名费就能领到证书。报名费也不多，家长本着“重在参与”的心态，也不会吝啬，认为这样既能激发孩子的自豪感，也积攒下一沓证书。

高中学生参加的竞赛规模更大、级别更高，而且往往是进入海内外名校的敲门砖。此次《办法》只强调竞赛产生的结果不作为中小学招生入学的依据，但高校有自主招生权，看竞赛结果仍是名正言顺的。

随着义务教育阶段就近入学的落实，幼儿园竞赛的功利性正在消退。家长们已经可以尊重孩子的兴趣，不再逼着他们考级、参赛。但要认识到，有的家长之所以仍热衷于竞赛，是希望孩子的竞赛成绩能作为进入好学校的“敲门砖”。要想在高中阶段的竞赛中取得好成绩，很多科目必须从小练习，多年不能放松。所以说，只要升学压力仍在，大多数家长就不敢“放养”孩子。

要真正减轻家长的顾虑，首先是整治竞赛乱象，规范竞赛管理。新政策提出了两点。第一是严格准入，强调竞赛组织主体应为在中央编办、民政部登记注册的正式机构，必须具有法人资格，且竞赛依据文件的效力等级不得低于国务院部门规章或部级规范性文件；由教育部负责面向中小学生的全国性竞赛活动管理工作，并委托专业机构承担具体受理、初核工作；对于同意举办的竞赛，今后将实行清单管理，清单之外均不合规。第二是强调公益性，明确竞赛不得以营利为目的，主办方、承办方不得向学生、学校收取成本费、工本费、活动费、报名费、食宿费和其他各种名目的费用，做到“零收费”，不得以任何方式转嫁竞赛活动成本；在举办竞赛过程中，不得面向参赛者开展培训，不得推销或变相推销资料、书籍、商品等。

这两条合在一起，意味着学而思等课外培训机构，不再具备举办全国性竞赛的资格。同时，一些以敛财为目的的竞赛也被叫停。家长不用再接受各种竞赛宣传的洗脑和诱惑，焦虑感也会降低一些。

不过，仍要看到，竞赛乱象的根子是优质教育资源总量不足、分布不均。很多家长和孩子热衷于竞赛，不过是为了搏一搏机会。此前，教育部多次强调竞赛产生的结果不作为中小学招生入学的依据，这次又要求在竞赛产生的文件、证书、奖章显著位置标注教育部批准文号以及“不作为中小学招生入学依据”等字样，说明职能部门对相关原因很清楚。

因此，在整治竞赛乱象的同时，仍要持续加大教育投入、做强教育资源、深化考试招生制度改革。只有优质教育资源分配更加公平、更加广泛，家长才不会对各种五花八门的竞赛趋之若鹜，这些竞赛自然也就失去了存在的市场。

@微议室

电影票支持“退改签”获好评

日前，中国电影发行放映协会发布《关于电影票“退改签”规定的通知》，其中明确规定：电影票支持“退改签”，引发网友热议。

@珍惜拥有：“退改签”新规方便了消费者，但还需要其他配套措施跟进，才能真正使这一新规落到实处。

@江苏沭阳赵登亚：电影票“退改签”，是一种改革，无疑将给消费者带来便利，但应制定法规规范，防止恶意刷票，实现两全其美。

@浮梁稿人：“退改签”保护了消费者利益，应予提倡。对于刷票行为，可通过科技手段查出恶意刷票的人，并予以处罚。

快递柜收费惹怒“剁手族”

近日，有居民发现家门口的快递柜从原来的免费使用，悄然变成了收费使用，一次使用费从0.5元到1元不等，不少消费者认为不能接受。

@侯来增：快递柜使用费应由快递公司承担。无论是收件人还是快递员，他们不应承担这个费用，快递企业如果没有办法通过其他渠道保障快递快速到位，就该承担相应费用，因为快递公司负有把快递交付到消费者手中的义务。

@坚：消费者可以自行选择，快递送到家或者快递存放快递柜。就目前而言，越来越多快递员已经不提供快递到家服务，快递柜收费之后可能会扭转这种趋势。

员工被罚坐街讨钱引争议

据报道，近日重庆忠县3位商场员工因销售业绩不达标，被老板以惩罚形式“激励”，当街挂牌向过往行人讨钱，每天要到50元钱才能下班。

@辽宁调兵王诗雯：对于没完成业绩的员工，用乞讨要钱的方式来“激励”不可取，是对员工尊严的践踏。企业以业绩考核员工没错，但达不到业绩应从具体原因入手分析，对员工加大技能等方面的培训。尊重员工的人格和尊严，人性化的管理和关爱才能激发员工积极性。

@柒_：想要提高业绩，应该营造积极的企业文化，激起员工的工作热情，惩罚员工反而会适得其反。当今社会，企业不能缺少对员工心理和情感的关怀。

（李 静整理）

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 马洪超 祝 伟