



THE BEIJING NEWS

创刊于2003年11月11日

总第3049期

统一刊号
CN11-0245

主管
中共北京市委宣传部

出版
新京报社

地址：
北京市东城区幸福大街37号
邮编：100061
传真：010-67106766
新闻热线：010-67106710
(24小时)
发行热线：
010-67106666
新京报网：
www.bjnews.com.cn

广告经营许可证号：
京宣工商广字第0068号

常年法律顾问：
北京市岳成律师事务所

声明：
未经本报许可，不得转载、采用本报及本报网站刊载之内容。

■ 社论

中国，只能向前走

当下，中国社会确实面临不少问题，可是解决这些问题，只能靠建立在民主和法治基础上的全方位“改革”，而不能靠运动式的“文革”。

3月14日，在十一届全人大五次会议闭幕后的记者会上，温家宝总理就政治体制改革和社会热点问题回答提问时，两次提到文化大革命给中国带来的灾难，谈到“建国以来党的若干历史问题的决议”，从历史的视角对照现实的改革难点，振聋发聩，激起了强烈反响和共鸣。

温总理说，“粉碎四人帮以后，我们党虽然作出了若干历史问题的决议，实行了改革开放，但文革的错误和封建的影响，并没有完全消除。”“没有政治体制改革的成功，文化大革命这样的历史悲剧还有可能重新发生。”

“文革”，在很长一段时间里，似乎已经远离公共话语平台，尤其是对年轻一代来说，正在成为一个陌生的词汇。那么，现在对“文革可能重新发生”的担忧，是不是危言耸听？

历史是最透亮的殷鉴。文革的发生，一方面是民主集中制被破坏、个人崇拜逐步发展的结果；另一方面，也有复杂的社会历史原因。诚如“建国以来党的若干历史问题的决议”所说，对社会发展规律缺少科学探索，领导思想有脱离现实生活的主观主义和做法，都是导致这场悲剧的原因，而核心原因，是“没有能把党

内民主和国家政治社会生活的民主加以制度化，法律化，或者虽然制定了法律，却没有应有的权威”。

时过境迁。30多年来，在否定文革的基础上铺开的改革开放，已经为国家的政治、经济、思想、社会等各方面带来巨大变化。那么，在信息时代倒逼新的社会治理模式的今天，发生文革式悲剧的条件是否会自动消失？

必须看到，阻碍社会演进的倒退因素，不会随着物质财富的积累而全部自动消失。发展，不仅指经济的发展，还应包括政治、文化、社会和人的全面发展。

现实情况是，一方面，民

主与法治建设依然“在路上”，政治、文化、社会和人的全面发展仍然道路漫长，另一方面，不够协调的整体改革、既得利益格局、抱残守缺的思维方式等，往往忽视甚至背弃“民主与法治”，从不同方面不断为改革增添障碍。

“文革”式方法和思维，迄今影响并未完全消弭。但是，正如《关于建国以来党的若干历史问题的决议》所指出的那样：“实践证明，‘文化大革命’不是也不可能是任何意义上的革命或社会进步。”所以改革开放才成了“决定中国命运和前途的重大抉择”。当下，中国社会确实面临不少问题，可是解决这些

问题，只能靠建立在民主和法治基础上的全方位“改革”，而不能靠运动式的“文革”。

“若干历史问题的决议”已经提出，党内民主和国家政治社会生活民主的制度化和法律化是避免文革式悲剧再度发生的唯一途径。只有建立在民主法治基础上的改革，才能获得持久的动能，才能保证目标不会偏倚。

中国只能向前走，不能倒退或停滞。前行，只能靠改革开放。今天中国的经济价值和核心价值，就是持续的、坚韧改革的价值集合。改革，即中国的希望所在；法治，即改革成果的保证所在。

■ 观察家

消费者“被消费”异化了3·15

3·15本身不可能带来消费环境的改变，最终还要靠完善的法律法规以及严格的执行，让消费者和企业真正地平等起来，双方在法律法规的框架下博弈。

每年的3月，是许多企业、厂商忐忑不安的季节。近年来3·15消费者权益日发生的一些故事，让一部分企业心惊肉跳。究其原因，与一些企业深知自身有问题有关，也与一些别有用心者利用这个“节日”，打着维护消费者权益的旗号谋取私利有关。

新京报昨日报道，数百家“黑3·15网站”，打着消费维权旗号，向企业兜售消费者投诉信息，每条信息收费近千元。消费者的权益非但不可能被维护，反而成了别人牟利的工具。

以“帮助”消费者的名义谋求私利，实际上是对消

费者的“消费”，体现了3·15的异化。

不可否认，在当下的消费环境中，企业和消费者之间，依然存在着一些“敌意”。这种消费环境的特点是，交易达成前，卖方对买方热情备至，或者在广告中把自己打扮得完美无瑕；交易达成后，卖方不仅热情难再，对自己的瑕疵连“修补”的诚意都没有。

企业愿意重金包装自己的形象，而不愿意热情面对一个自己产品的消费者，原因很简单，就是在目前的法规框架下，这样做，收益最高。因此，改变这种状

况，需要铲除相应的土壤。而铲除这种土壤的重任，绝非一个3·15所能承担得起。

另外，其实无论从道德还是法律层面讲，买卖双方都是平等的。我们不必奢望企业道德高尚。公允地讲，消费者的权益需要保护，但并非消费者的所有要求都是合理的。

我们往往会发现这样一种情况，当消费者认为自己的权益受到侵害，也就是买卖双方“为敌”的时候，最初企业是强势的，而一旦“事情闹大”，企业很可能成为弱势的一方；口诛笔伐，使其即使有理也变成了没理。

这就产生了一种非正常的博弈，要么是消费者采用各种手段把事情闹大，要么是企业采用各种手段把事情“铲”掉。在博弈过程中，消费者由于势单力薄，于是就产生了“黑3·15网站”的生存空间。这样，一场乱局就引发了另一场乱局。消费者和企业，都成受害者；受益的，只是那些打着维护消费公平正义旗号的黑机构。

3·15的异化，是消费环境乱局所引发的，也同样引发了更大乱局：走歪门邪道受益，3·15就有失去公信力之虞。

解决3·15的异化，要给3·15祛魅。

现实已经告诉我们，3·15本身不可能带来消费环境的改变，最终还要靠完善的法律法规以及严格的执行。政府主管部门，不必总是将消费者抬高到“上帝”的高度，要做的是规范完善消费环境的法律法规，让消费者和企业真正平等起来，让双方的博弈在法律法规的框架下进行，让不良企业付出高昂的代价，也让规范的企业有直气壮的依据。这样，企业既不必事前把消费者当“上帝”恭维，也不必事后把消费者当“刁民”打压或收买。

□王海涛(媒体从业者)
相关报道见A14-A15版

更正与说明

【事实纠错】

1.3月15日A03版《大会闭幕了，代表履职仍应继续》(编辑：兰燕飞)一文，第1栏第1、2行“3月15日，十一届全人大五次会议闭幕”中，“3月15日”应为“3月14日”。

2.3月15日A特15版《刑诉立法50年 保障人权终入法》(记者：杨华云)一文，因记者失误，误将中国政法大学教授巫昌祯的照片当作中国政法大学教授严端刊发。由此给两位学者带来的麻烦和影响，本报深感内疚，真诚致歉。

3.3月15日B05版《王微前妻指离婚案遭泄密》(记者：阳森 编辑：张静 校对：李立军)一文，第2栏第3段倒数第3行中提到的“2012年6月”应为“2011年6月”。

本报谨就以上错误和疏漏向读者和相关单位、人士致歉。
挑错热线：010-67106710
栏目编辑：李赛

来信

“保障英雄一生”值得各地效仿

据报道，市民政局近日发通知称，北京开始建立见义勇为为伤残人员生活补助和遗属抚恤制度。从今年1月1日起，具有本市户籍的见义勇为致残人员以及符合一定条件的见义勇为牺牲人员的遗属，将可由民政部门按月发放定期抚恤金，抚恤金标准最高为每人每月2663元。

此前，各地不少见义勇为的英雄，在短暂地被鲜花、赞誉等环绕之后，往往陷入生活困境，尤其是那些伤残人士，“英雄流血又流泪”的新闻并不少见。曾经有全国政协委员调查发现，三分之一的见义勇为者牺

牲或受伤丧失劳动能力后，家庭生活便陷入困顿，甚至孩子因此而失学。

见义勇为为基金会所给予的奖金，往往也只能起到一时的作用，难以“补偿”见义勇为者长期的损失。对见义勇为者的持续跟踪服务和救助，难以仅靠社会力量去解决，而必须建立明确的跟踪服务与救助的部门责任主体。

期待越来越多的城市，能够像这样，对见义勇为为伤残人员和遗属“保障一生”。

□沈峰(职员)

退休人员落户政策太严了

两会期间，关于户籍改革引发不少热议，因为它事

关民生的痛痒，常常牵一发而动全身。大城市又因各种限制，森严壁垒的户籍制度一时还难有大的松动。在这种情况下能否“避重就轻”，网开一面，逐步做出一些变革？

退休后，常与随子女来京的同学、同事相聚，交谈中对北京市关于离休、退休人员随子女进京落户的若干规定颇多感触。按规定，父母落户，其子女在京必须有北京户口，而且若有两个或两个以上子女的，都必须在北京且有户口。

试想，若两个子女一在北京工作且有户口，一在广州工作亦有户口，如若广州方面也实行同样政策，那么他们父母的户口岂不“上不着天，下不着地”，永远不能和子女“团聚”？现在六七

十岁的老人，过去生育两三个子女是常见的、当时政策允许的，他们到了晚年，投靠其中一个子女还不能落户，就很不人性化了。能否先改成，只要有子女在北京有户口，退休父母就能入户？

□肖观(退休教师)

摊贩搞“鬼秤”要追究市场责任

据《新京报》报道，记者在京深海鲜市场一摊位上拿了只梭子蟹，摊主的电子秤上显示为3斤8两。拿到市场管理方复称一下，竟只有2斤1两，被摊主的鬼秤黑去了102元钱。

无论是农贸市场还是水产品、海鲜市场，“鬼秤”早已成了潜规则。有的在

秤盘底下焊一块铅，有的则用身上的遥控器进行遥控，反正是玩弄鬼秤的手法繁多。对于广大消费者来说，虽然也有较真的，跑到市场管理方的“公平秤”去复一下秤，绝大多数不会去复称。

工商等部门对鬼秤，往往是在一些重大节日期间进行突击性的检查。摊贩们早已掌握了这一规律，有所防范。而市场管理方虽也有管理责任，但“一些商户仗着和市场上基层领导的关系近”，不服从管理。

治理“鬼秤”，应该明确市场管理方的“连带责任”。如果一个市场“鬼秤”现象过多，那监管部门就要对市场进行相应处罚。实际上，玩“鬼秤”的摊主往往是最“怕”市场管理方的。

□吴文元(职员)