

電郵:tkporg@takungpao.com 傳真:28345135

一刻鐘服務圈 值得推廣



北京市提出並推廣「一刻鐘社區服務圈」概念。計劃今年建50個。所謂「一刻鐘社區服務圈」，是指通過完善社區公共服務設施，建設文體活動場所，健全社區衛生中心配置，優化社區周邊商業網點布局等多種舉措，使社區居民步行一刻鐘內即可得到商業、生活、文體娛樂方面的服務。

筆者認為，建「一刻鐘服務圈」是多贏之舉。它為居民提供服務便利，降低了消費者得到服務的成本，無疑可有效拉動內需、刺激消費，也可因此減少百姓出行而減輕了城市交通壓力。與此同時，也能因此提供更多的就業崗位，尤其會增加創業機會。

「一刻鐘服務圈」作為城市規劃新思維，更具長遠眼光並體現「以人為本」。記得十年前，在「多種花草、提高草坪覆蓋率、打造綠色城市」的理念指導下，北京街頭頭的許多服務網點被拆掉，一些老字號餐飲店甚至因此銷聲匿跡。這種城市再規劃的思維，因缺乏長遠眼光，沒有取得多贏，倒是「按下葫蘆浮起瓢」。「一刻鐘服務圈」的城市規劃理念，因能取得多贏，相信將來它不僅不會短壽，而且會很快生根、發芽、開花、結果。「一刻鐘服務圈」建設，與地產業相互推動和促進。新樓盤誕生，並非意味著就有人氣。樓盤能否聚人氣，重要因素之一是樓盤附近能否有健全的公共服務設施，如醫療、零售、餐飲、維修、娛樂等。發展「一刻鐘服務圈」，顯然利於新樓盤聚人氣、打造新社區。因此房地產開發商會很歡迎這種理念。

中國的服務經濟產值遠低於製造經濟產值，但卻意味着服務業發展潛力巨大。全球經濟蕭條使中國出口受阻，卻為中國服務業提供了發展契機。此時，大力發展服務業，是拉動內需、刺激消費、增加就業以確保中國經濟可持續發展的最有效方法。總之政府此時以建立「一刻鐘服務圈」的方式打「服務牌」，絕對是上策。

總之，北京的「一刻鐘服務圈」理念，是利國利民的、體現科學發展觀的、具有長遠眼光的城市規劃思維。這樣的城市規劃創新思想，當大力推廣。但凡人口聚集之地，都應有這樣的「服務圈」。

作者為企業策劃人

豐田危機警示中國車企

尚春香



豐田的問題出在管理上，零部件問題只是表象。豐田此次在零部件產業鏈上發生嚴重問題，警示中國自主品牌汽車企業做事情不能太超過自己的能力，像豐田這樣的全球第一大車企尚且犯下如此錯誤，中國自主品牌汽車企業更不能盲目擴張。

車企執行副總裁佐佐木真一2日表示，該公司在美國和全球銷售可能將因大規模召回而嚴重受損。銷售可能滑坡是令人擔憂的事情。

美國和其他地方的銷售已經在下滑，考慮到召回的嚴重程度，他預計豐田全球銷售將出現兩位數的下降。豐田汽車公司2日稱其1月銷量下降16%。受召回事件影響，不久前豐田公司股價連跌5日，一周內累計下跌15%，市值蒸發250億美元。同時，評級機構也將它置於負面觀察名單上。

開鼎世界第一汽車生產廠商，轉身便陷入了「召回門」泥潭，遭遇公司歷史上最大的品牌形象危機。

汽車製造不可盲目擴張

豐田製造反映出的問題，其實就是汽車製造的問題。豐田讓我們認識到，製造也有不可承受之重。從生產控制與管理的角度看，豐田製造的精髓是，在獲得低成本的同时又能保證產品質量。這也是很多車企想要向豐田學習的秘笈。可是，當製造的規模擴張到產品質量都難以保證時，製造的瓶頸也隨之而來。如果在這種情況下還繼續追求量的擴張，就已經背離了豐田製造的本意。

回過頭來看國內車企，我們沒有理由不擔心。新的一年，各車企大都制定了相對樂觀的銷量目標，「四大」的目標都在200萬輛以上，比亞迪、長安自主轎車的增長目標均為100%。為此，車企都在迅速擴張產能。據統計，到2013年，國內14家主要汽車企業的累計產能將達到2300萬輛，行業總產能將在2500萬輛以上。豐田製造的體系優於國內車企，能夠承受的規模應高於國內。反言之，國內汽車製造所能承受的規模更加有限，如果出問題，將甚於豐田。國內車企技術沒有豐田先進，銷量增速遠遜於豐田，出現問題的機率應高於豐田。我國汽車召回少，並非因為我們質量高，而是對問題車的要求比較鬆。

目前，國內車企對規模擴張的熱情已經掩蓋了對於風險的認識，這值得我們警惕。大製造固然好，可是數量與質量有時恰是一對矛盾，製造也有不可承受之重。豐田此次在零部件產業鏈上發生嚴重問題，警示中國自主品牌汽車企業做事情不能太超過自己的能力，像豐田這樣的全球第一大車企尚且犯下如此錯誤，中國自主品牌汽車企業更不能盲目擴張。

研究生又擴招

趙燕紅

教育部和國家發改委確定，今年的碩士研究生招生規模在去年實際招生的基礎上擴招5%左右，而博士生則擴招2.5%。教育部辦公廳和國家發改委辦公廳日前對各研究生招生單位提出要求，把握研究生教育發展節奏，繼續保持博士研究生招生規模基本穩定，碩士研究生招生規模適度增長。研究生又擴招了，我已記不清楚這是第幾次擴招了，去年碩士研究生擴招5%，今年還是5%，5%的速度可不慢啊。也許這次擴招是針對日益增長的考研市場需求。

2010年全國研究生入學考試報名人數達到140萬人，比去年增加13%，創下2001年以來考研報名人數的最高紀錄。據分析，畢業生報考研究生，主要原因之一是就業形勢嚴峻，通過考研延後就業時間，緩解就業壓力。

可是，研究生擴招能緩解本科生就業壓力問題嗎？二十年前中專、專科學歷找工作難，而現在迅速躍升到本科學歷找工作難。這是為什麼呢？大學擴招難逃其咎。幾年間我國的大學生數量踴躍地往上竄，「學士不如狗、碩士遍地走、博士抖一抖」這句順口溜已廣為流傳。求職者的學歷直線上升，而用人單位對學歷的要求也水漲船高，逼著學生較勁地在學歷（現在流行稱之為起跑線）上一爭高下。本來培養研究生是讓其將來搞科研搞學術的，而如今研究生學歷不折不扣地成為找工作的敲門磚。十幾年前大學生找工作用本科敲門很順當，現在用碩士甚至博士學位敲門。而研究生再擴招，只能造成惡性循環，讓研究生學歷迅速貶值。

師資力量、教育科研基礎設施跟不上，還一味地擴招，難免出現導師根本帶不過來學生，學生一年到頭見不到幾回導師的尷尬。坊間更是認為現在的碩士研究生質量不如擴招前的本科生，博士研究生不如擴招前的碩士研究生，整個質量降了一個等級。

當越來越多的學子考研不為了解什麼學術理想，只為了工作，只為了進入象牙塔中的短暫逃避，大學將會充斥著越來越多功利與浮躁之氣，大學跟職業學校還有多大區別了？大學學歷如此迅速貶值，真不知道博士學位還能撐幾年，將來是否應該在博士學位上再加幾個等級，以滿足日益增長的求職需求？

小部件演變成品牌危機

2009年8月底，美國加利福尼亞州高速公路巡警馬克·賽勒駕駛雷克薩斯ES350致死。在這次事故中，賽勒及其家人全部遇難。豐田汽車美國公司認為，導致事故的原因是這些產品使用的腳墊脫扣後會卡住油門，從而引發交通事故。美國國家公路交通安全管理局已經接到了102起類似的投訴。經過與美國國家公路交通安全管理局的一番博奕後，豐田震驚業界的又一次全球召回事件拉開序幕。

據了解，腳墊價值不高，便宜的前座腳墊只有100元左右，但是腳墊與汽車安全有著密切的關係，腳墊的尺寸過大或者過小都會在剎車過程中導致腳墊移位，一旦踏板被腳墊卡住或鉤住，就有可能引發交通事故。據交通部統計，有38%的車禍出自腳墊打滑導致處置不當。美國NHTSA的數據顯示，因無意識腳墊滑動導致加速造成了17起碰撞事故和1200起受傷事故。

2009年7月24日，豐田汽車北美公司前僱員迪米特里斯·比勒向美國洛杉磯的加利福尼亞州中部地方法院提交了一份關於豐田隱瞞翻車事故的起訴，指出豐田隱瞞車輛結構設計和車頂缺陷，並銷毀測試數據。豐田美國公司曾在300多起SUV和貨卡翻車事故訴訟案中毀滅工程和測試證據。美國馬薩諸塞州一家調查車輛安全的機構安全研究與戰略公司總裁西恩·凱恩表示：「我們確信豐田的產品涉及多方面的問題，一系列問題堆積在一起，浮出水面的卻只有油門踏板卡阻故障。」召回伴隨著顧客的流失。日本豐田汽車公

在急劇擴張下疏忽管理

此次出現問題的腳墊是由美國零件廠西迪斯製造的。很多報道分析，可能是零部件供應商沒有控制好質量，豐田也疏忽於管理。最近提供腳墊的西迪斯首席執行長維諾多·吉爾納尼說，設計缺陷的責任在豐田，我們的產品一直符合豐田的規格，所以問題還是出在豐田自己身上。

豐田近年來擴張速度過快，攤子太大，而管理的力度沒有跟上來。豐田的問題出在管理上，零部件問題只是表象。2002年，時任豐田汽車社長的張富士夫提出了「2010年豐田全球市場佔有率達15%」的目標。為了達到這一目標，豐田開始大規模地降低生產成本，隨之而來的，是豐田汽車創造的一個又一個銷量神話，終於在2008年，豐田超越美國通用，摘取了全球銷量的桂冠。

去年6月，豐田汽車公司新總裁豐田章男走馬上任後坦言：豐田過去十年致力於成為世界最大汽車製造商的戰略有誤，表現之一即是擴張過度。富士通經濟研究中心資深經濟學家馬丁·舒爾茨也說：「豐田擴張的步伐過快，這期間存在太多危險，但是他們應該首先控制住質量問題。」有分析認為，為了快速擴張，豐田習慣於在多種類型汽車上使用相同的部件，儘管這樣可以節省大量資金，但卻容易因為某個部件出現問題，導致該公司在全球的業務受到影響。

豐田真的「很受傷」，剛剛



《勞動合同法》有缺陷需修改

北京西北郊城鄉結合部唐家嶺出現的「蟻族」（數萬名大學畢業生找不到固定工作，密度極大地聚居在小鎮上），引起人們的關心和熱議。對其成因，有多種說法。一位私企老闆的解釋最為別致：「都是『勞動合同法』惹的禍。」這話雖說是「歪批」，卻也並非毫無道理。

2008年1月1日開始實施的《勞動合同法》，是改革開放的必然產物。在過去的計劃經濟時代，企業都是國有的，普遍實行廣就業、低工資、鐵飯碗，一次分配定終身的勞動就業制度，根本用不着簽什麼勞動合同。而現在形勢完全變了：上千萬家民（私）營企業吸納了90%的就業者；勞動力這種特殊生產要素，在人才市場裡成了一种特殊的商品，受供需關係調節，隨行就市，講買講賣；數以千萬計的素質偏低、缺乏訓練的農民工湧入市場。於是勞資糾紛便時有發生，而資方常常處於強勢地位，勞動者合法權益容易受到侵害——不簽勞動合同，隨意辭退勞動者；不給員工上三險；任意超時加班；拖欠工資，還鬧出人命，甚至驚動國務院總理。

被保護者並不買賬

社會主義國家當然要保護弱勢群體——企業員工，《勞動合同法》應運而生。這部法律對規範勞資關係、遏制企業無端侵佔員工合法權益、提高企業管理水平和、創建先進企業文化、營造和諧社會，起到了積極的推動作用。但是這部法律卻有嚴重的偏差，不但企業主噴有煩言，很多員工也並不領情。

這是因為數以億計的勞動力並非鐵板一塊，人們受教育程度不同，技能素質各異，經驗閱歷懸殊，在人才市場貨架上自然層次不同，話語權不可同日而語。聯想CEO與建築工地上「力工」身價相去萬里，怎可能有共同的利益訴求，由同樣的條條加以保護呢？

層次較低的農民工顯然是《勞動合同法》刻意保護的對象，而恰恰是這部分人對這部法還有隔膜，還認識不到有關條款的重要性，還不善於運用它來保護自身的權益。比如，該法規定，「不簽合同第二月起就罰雙倍工資」，而農民工的最大特性就是不穩定、隨意性大、流動性強，他們往往把合同視為約束，對之不感興趣。再如，條條規定企業「要設定加班加點上限」，突破上限便為違法。這分明是有利於勞動者健康的，卻引起一些農民工的反感，因為他們身強力壯，一心要盡可能地加班加點，好多賺點錢。

如此等等，被保護者並不買賬。學者趙大華批評這部法是「樣子貨，中看不中用」，說它「超前、激進」，犯了「左傾幼稚病」。

違約跳槽理應賠償

《勞動合同法》規定：「不簽合同第二月就罰雙倍工資。」「資方在合同期內解約或合同期滿不續約要支付經濟賠償。」「在連續工作滿十年以上、連續訂立兩次固定期限勞動合同後，第三次簽訂合同時，只要勞動者要求，企業須與之訂立無固定期限勞動合同。」這些顯然是偏袒資方的。有評論說，這種硬性規定「干涉了企業用工自主權，破壞了彈性和靈活化的勞動力市場，重新掙回了過去的『鐵飯碗』」。尤為不妥的是，該法對員工解約不加約束，只需提前一個月告知老闆即可，不必承擔經濟補償。這對企業是很大的威脅。因為面對高素質、高科技、稀缺型員工，特別是經過一定期限培訓，處於企業重要崗位的關鍵人才，資方已轉為「弱勢」，在某種程度上說，企業的命門正捏在對方之手。如果這樣的員工來去自由，團隊如何能穩定、企業如何能發展？

對這個問題，中國民（私）營經濟研究會一位學者進行了深入研究。他把《勞動合同法》與《勞動法》《合同法》加以對照分析，得出結論是：《勞動合同法》有悖於《合同法》的六項核心立法原則——平等原則、自願原則、公平原則、誠信原則、公序良俗及禁止權利濫用原則、合同具有法律約束力原則，因而他認為該法應加修改。他還建議，在修法之前採取兩項臨時性措施：一是允許企業在經營困難的情況下與員工協商，對勞動合同進行適當修改，比如可以適量減工資而盡可能不解僱或少解僱員工；二是對《勞動合同法》中規定特別具體的過度約束企業的條款，確屬無法實施或實施起來對某地區某行業將造成嚴重傷害的，應允許地方政府或行業協會重新討論後暫緩施行。



烏魯木齊市郊的新疆天山野生動物園裡的小虎仔成為「動物明星」。動物園目前共有27隻東北虎，從2009年8月到現在共出生9隻小虎仔。

謹防官員「三小」問題變大

蔡恩澤



時下，一些官員在生活作風上存在「三小」問題，他們迷戀於營造「小圈子」，結交「小兄弟」，迷戀「小愛好」，結果為「三小」所累，讓「小圈子」絆住腳，被「小兄弟」拖下水，因「小愛好」傷了志，墜入腐敗的泥潭而不能自拔。時值年關，正是官員小圈子活動頻繁之時，正是小兄弟踏破官員家門檻之時，正是官員小愛好得以放縱之時。有鑒於此，整治「三小」是眼前反腐倡廉的重要任務。

「三小」普遍

不久前，人民日報和人民論壇雜誌的一項聯手調查顯示，83.8%的受訪者認為，領導幹部「三小」現象相當普遍。從高級官員到基層幹部，涉及「三小」問題的有相當一批人，這是個十分嚴峻的官場生態現象。

「小圈子」是結夥謀私的利益小團體。小圈子中人雖少，但角色俱全，通常是掌握實權的一些黨政官員坐鎮圓心，趣味相投的官友、大款、富商佔據圓面，秘書、司機、財務等辦事人員在圓弧上擔任跑腿。有時候圓周邊還有託兒、特殊關係戶等。幹部隊伍小圈子的特徵十分明顯，它不同於社會上一般的交際圈子，而是帶有十分濃厚的權力色彩，以權力為軸心，編織一張關係網，在一起吃喝玩樂，互相利用，狼狽為奸。

「小兄弟」是官員的鐵桿朋友。在一些領導幹部周圍，總有幾個「小兄弟」跑前跑後，忙這忙那。「小兄弟」現象的一個顯著特點，就是以「感情」為掩護，追逐私利，互相利用。陳良宇作為高級領導幹部，礙於名聲，凡不宜自己出面的事，

都心領神會，替他「擺平」；而作為回報，陳良宇對這些「小兄弟」的「要求」自然是多多關照。

「小愛好」是官員生活的潤滑劑。人生在世，紅男綠女，都有自己的愛好。「當官的也是人」，自然也概莫能外。但如果官員對自己的「小愛好」沒有節制，就有可能成爲腐敗的「突破口」，成爲「人在江湖，身不由己」的一根「絞索」。貪腐官員中不乏窮苦出身，經過若干年勤精圖治，終成手握一定權力之人。但恰恰是他們在成長的過程中缺少健康情趣對精神的滋養，思想頹廢，行爲猥瑣，追求低級趣味，玩物喪志，於是引發貪污受賄、買官賣官、失職瀆職等違法亂紀行爲。

不可小覷

「千里之堤，毀於蟻穴。」「三小」雖說是生活作風的小問題，但如果不及警惕，任其氾濫，終會惹起禍端，毀了官員的政治生命。

「小圈子」成腐敗集中營。小圈子，說穿了，其實就是權錢交易的「貿易貨棧」。在這裡，人與人之間是赤裸裸的金錢和權力關係，只要捨得花錢，只要用足自己手中的權力，官帽、地位、榮譽信手拈來。「所謂的哥們義氣，其實是金錢從中潤滑。那麼錢從哪裡來？還不是人民的血汗錢，還不是公款。於是這種小圈子，又成爲收禮受賄的集散地，成爲貪污策源地，成爲滋生腐敗的罪惡淵藪，嚴重地敗壞了黨風。」原浙江省台州市委常委、宣傳部長蘇建國和原浙江省天台縣縣委副書記、縣長梁峻都十分注意把壞事做在小圈子內。小圈子外，冠冕堂皇，正人君子；小圈子內，漆黑一團，腐敗透頂。

「小兄弟」成腐敗幫兇。「小兄弟」多爲心術不正、趨炎附勢的小人，他們親熱地稱官員爲「大哥」，極盡奉承諂媚之能事，其實是盯上官員手中的權力。當然，官員也「投桃報李」，利用自己的權力提拔

或包庇「小兄弟」。事實上，不少「出事」的領導幹部，身邊常活躍著「要好」的「小兄弟」。而一旦出事，官員丟官失權，「小兄弟」則作鳥獸散。

「小愛好」成腐敗媒介。古人把不良的習慣和嗜好叫作「禍媒」，所謂「好船者溺，好騎者墮，君子各以其所好爲禍。」可見，興趣愛好如果不加約束，也會成爲禍端，特別是對手握公權力的領導幹部而言，更是如此。「蒼蠅不可無縫的蛋」。放縱小愛好，容易被壞人利用。廈門「選華」案的主犯賴昌星就曾無得意地說：「不怕領導幹部不好交，就怕領導幹部沒愛好。」「愛好」爲何物？無非是聲色犬馬之類。於是愛物的，送之以豪宅名車；好色的，遣之以紅粉佳人；喜吃的，款之以佳餚美酒；貪玩的，導之以賭城歌樓。果然，在他們「投其所好」的公關之下，一大批幹部紛紛落馬。古往今來，凡是沉迷於聲色犬馬者，沒有不腐敗墮落的。

保持清廉

2009年10月，一位中央領導曾在講話中指出，「幹部出問題，多數都是『小洞不補，大洞吃苦』，幹部管理監督要抓早、抓小、防患於未然。」

目前，解決官員「三小」等生活作風上存在的問題，已成黨風建設的當務之急。

就官員個人而言，要認識到生活作風無小事，要從「三小」中解脫出來，謹防「三小」問題變大。就組織而言，要加強對官員八小時以外的監督，「八小時以內」的「工作圈」要管，「八小時之外」的「生活圈」「社交圈」也要管。監督管理需要由軟變硬，由粗變細，由虛變實，由寬變嚴，有效地糾正和防止壞作風的產生。要加大社會輿論監督的力度，逐步加強新聞輿論對領導幹部業餘時間活動的報道，增加透明度，爲領導幹部養成嚴謹的生活作風營造良好的社會環境，增強對領導幹部日常生活的外部約束力。

張忠文