

超编超标公车面临封存等“待遇”

我省集中清理整顿八类违规公务用车

豪华内饰,或在车辆维修等费用中虚列名目或者夹带其他费用;公车私用,将公务用车用于婚丧喜庆、探亲访友、假日休闲、接送亲友、学习驾驶等非公务活动等;滥用军车警车牌照等行为,违反规定挂军车、警车牌照等;领导干部亲属和身边工作人员使用配备给领导干部的公务用车,领导干部亲属和身边工作人员违反公务用车有关规定使用公务用车办理非公务活动等。

主管部门应主动接受违规举报

通知要求,各单位根据各自实际,对照整顿内容认真自查,省直各部门要于2013年12月15日前将清理整顿工作情况统计表以及整改意见和措施报送省级机关事务管理局,各市委于2014年1月10日前报送。

根据规定,各级公车主管部门要对自查自纠及汇总情况进行审查核实,对发现的问题责令限期整改。超编公车的处理方式:封存、上缴、调剂、厂家回收、公开拍卖、报废等。超标公车的处理方式:封存、上缴、调剂、厂家回收、公开拍卖、报废等。

据了解,除了自查自纠,我省各级公务用车主管部门将以暗访抽查、随机抽查、个别谈话等方式,对各地、各部门公务用车配备使用情况进行检查。重点检查各地、各部门自查自纠情况是否属实,是否存在专项清理整顿工作8项重点问题,举报受理渠道是否公开和顺畅,公务用车管理制度是否健全等情况。

通知要求,对检查中发现问题,及时督促整改。限期不整改或存在侥幸心理、拒不落实的,报纪检监察机关进行处理。此外,各级公务用车主管部门要广开渠道,主动接受违规情况的举报,对举报情况要严肃认真核实,情节严重的报纪检监察机关处理。

■新闻链接

如何认定超标车?

超标车,即超出公务用车排气量或价格等标准配备使用公务用车,擅自变更批准购买的车型、开虚假发票购车等。

一般公务用车超标车的认定。1999年3月3日至2011年1月6日购置的一般公务用车,根据《中共中央办公厅、国务院办公厅关于调整党政机关汽车配备使用标准的通知》,执行“坚持使用国产汽车的原则”、“一般配备排气量2.0升(含2.0升)以下、价格25万元以内的轿车”和“因特殊公务,确需配备排气量2.0升以上、价格25万元以上轿车的,地方党政机关由省、自治区、直辖市的主管部门审批,超过规定标准的公务用车认定为超标车。2011年1月7日后购置的一般公务用车,根据《中共中央办公厅、国务院办公厅关于印发〈党政机关公务用车配备使用管理办法〉的通知》,执行“应配备使用国产汽车”、“一般公务用车配备排气量1.8升(含)以下、价格18万元以内的轿车,其中机要通信用车配备排气量1.6升(含)以下、价格12万元以内的轿车”和“党政机关确需高于标准配备更新公务用车,必须按照规定报公务用车主管部门审批,并报同级纪检监察机关备案”的规定,超过规定标准的公务用车认定为超标车。

超标公车的处理方式:封存、上缴、调剂、厂家回收、公开拍卖、报废等。



■专家观点

束紧采购公车的“钱袋子” 监督惩罚必须来硬的

“清理整顿后,将不许借用和占用下级单位和其他单位的车辆,如果有企事业单位和个人希望给政府部门捐赠车辆,政府也必须坚决说‘不’。”山东社科院法治研究中心主任于向阳认为,此举意在杜绝潜在的权钱交易隐患,“政府部门拿了企业的车,容易给企业创造额外便利,出现‘该罚的不罚,该禁的不禁’等现象。”

于向阳建议,除了清理整顿,更应该注重通过预算等制度化监督力量,减少公务用车支出在公共财政预算中的比例,从采购环节进行严格规范,束紧采购公车的“钱袋子”,真正达到从源头治理的效果。

“公车规模膨胀、私用泛滥,重要原因是多年来对于公车违规使用缺乏刚性制度约束,更少有严厉的惩戒。”山东大学社会学系李芹教授认为,只有引入外部监督和社会监督,才能打破原先公车滥用“内部掌握”等无效监督的问题,“公车改革要来的真的,监督和罚则就必须来硬的。”

医疗广告用“专家”

误导消费者

我省曝光15个涉嫌

严重虚假违法广告

□记者 赵小莉 报道

本报济南12月5日讯 今天,省委宣传部、省工商局等九部门联合曝光抽查发现的部分涉嫌严重虚假违法广告,广告涉及医疗服务、药品、食品、化妆品和美容服务等类别。

这15个被曝光的广告分别为:

一、武警山东总队医院整形美容中心广告。利用新闻报道形式和武警部队名义发布广告,宣传医疗技术,使用专家、患者的名义和形象作证明,误导消费者。

二、麦迪格塑形组合广告。利用新闻报道形式发布广告,含有表示功效的断言或保证,宣传有效率和治愈率,利用专家、患者的名义和形象作证明,误导消费者。

三、海娜花广告。利用消费者的名义作证明,使用暗示的方式使人误解其效用,含有贬低同类产品的内容,夸大宣传,误导和欺骗消费者。

四、韩美(国际)整形美容医院广告。利用新闻报道形式发布广告,宣传医疗技术,利用专家的名义和形象作证明,误导消费者。

五、山东东方男科医院广告。利用新闻报道形式发布广告,宣传医疗技术,使用保证治愈的绝对化语言,误导消费者。

六、济南北大皮肤病医院广告。利用专家、患者的名义和形象作证明,宣传医疗技术,使用保证治愈的绝对化语言,误导消费者。

七、济南九龙泌尿专科医院。利用专家的名义和形象作证明,宣传医疗技术,使用保证治愈的绝对化语言,误导消费者。

八、济南仁品耳鼻喉专科医院广告。利用专家、医疗机构的名义和形象作证明,误导消费者。

九、济南贝斯特口腔医院。利用专家、患者的名义和形象作证明,宣传医疗技术,使用保证治愈的绝对化语言,误导消费者。

十、陈李济活络止痛丸广告。利用讲座形式发布广告,使用专家、患者的名义和形象作证明,含有不科学的表示功效的断言和保证,宣传有效率和治愈率,误导消费者。

十一、红衣补血口服液广告。使用专家、患者的名义和形象作证明,误导消费者。

十二、太空宇航广告。使用国家机关的名义和形象,宣传疗效,误导消费者。

十三、桂龙药膏广告。利用讲座形式发布广告,使用专家、患者的名义和形象作证明,误导消费者。

十四、莱莱肤SPA美白泥广告。利用电视购物形式发布广告,使用专家、消费者的名义和形象作证明,使用绝对化语言,误导消费者。

十五、聊城北大医院广告。使用专家、患者的名义和形象作证明,宣传医疗技术,使用隐含保证治愈的绝对化语言,误导消费者。

据了解,各有关部门将进一步整合监管资源,综合采用经济、行政、法律措施,严厉惩治虚假违法广告发布行为。

南京中小学连续停课, 上海两度启动重污染预警, 浙江11市遭严重空气污染

长三角重重雾霾从何而来

专家探源: 污染扩散气象条件不利; 本地污染物不断增多; 外部污染物转移

连续几日,长三角笼罩在重重雾霾之中。

上海——进入12月,遭遇今年以来最严重的一轮雾霾污染。5日18时,上海环保部门再次启动空气质量重度污染(橙色)预警,采取应急减排措施,这也是5天内第二次启动该污染应急措施。上海市气象局5日凌晨发布大雾橙色预警,上海北部、西部和南部出现能见度小于200米的浓雾,部分区县能见度不足100米,崇明能见度降到了50米左右。

南京——4日傍晚,南京将空气污染预警由橙色升级为红色。据南京市大气污染预警与应急指挥中心消息,5日18时,南京市AQI指数达350,仍处于严重污染,预测未来24小时内仍将持续。空气污染红色预警发布后,南京市教育局紧急通知全市中小学幼儿园实行停课。南京市教育局也表示,中小学幼儿园6日将继续停课。

杭州——4日晚间,浙江省气象台将霾黄色预警信号升级为霾橙色预警信号,并提醒市民减少户外活动。上午10时,西湖仍笼罩在一片雾霾中,浙江11个市均遭受严重空气污染。记者采访浙江多所学校后发现,部分学校已经暂时停止户外活动,改在室内进行。

据上海方面分析,本次污染过程主要是由于受弱冷高压控制小风静稳天气影响,夜间大气边界层高度压低,污染扩散气象条件不利,导致空气污染持续累积。根据PM2.5组分观测数据,颗粒物中硝酸盐、硫酸盐、铵盐、有机物和钾离子浓度均有所上升,不利气象条件下长三角区域性污染累积特征明显。而且本次污染过程呈明显区域性,江苏、安徽、山东和浙江等地主要城市都达到重度或严重污染。

江苏省环保厅总工程师刘建琳介绍,近期影响江苏的冷空气势力较弱,气象条件不利于污染物扩散,雾霾天气仍将持续。

浙江省环境监测中心专家田旭东博士说,此次雾霾是多种因素共同作用的结果,一方面受到北方污染物南移的影响,另一方面本地污染物也在不断增加。

2012年国家科学技术二等奖得主、复旦大学环境科学与工程系教授庄国顺指出,大气颗粒物污染不仅仅是一个城市局部的问题,更是区域性和全球性的问题,涉及颗粒物在大气当中的长途传输,是一种全球地区的化学循环。

(综合新华社北京12月5日电)

■感受

“口罩戴一天滤布都是黑的”

5日,记者在杭州上班途中看到,四周雾茫茫一片,能见度在10米以内,高楼大厦影影绰绰。路上匆匆而过的车子有的已经开启了车灯,大部分行人也戴上了口罩,或者用手捂着嘴和鼻子。

在杭州从事房地产中介工作的魏天一告诉记者,因为一天要跑好多个楼盘,他特意去买了个30元钱的厚口罩。“新买的口罩昨天就戴了一天,晚上到家发现口罩里的滤布都是黑的。”

在南京,平时是附近居民晨练“热门地区”的玄武湖公园,5日晨练人数较平时明显减少。为数不多跳绳身操的市民也都在早上10点左右早早散去。

早上9时许,在往日早高峰最为拥堵的南京新街口地区,机动车辆明显减少,交通较往常顺畅了许多。众多出行市民戴上了口罩,甚至有机动车

■本地

山东10市达重度及以上污染

日照青岛空气污染程度以前鲜有发生

□赵洪杰

顾谦 叶文 报道

本报济南12月5日讯

我省雾霾天气持续,范围不断扩大。5日22时,记者查阅省环保厅城市环境空气质量发布网发现,10个城市AQI(空气质量指数)达到重度污染及以上级别。

其中,枣庄、济宁、泰安、临沂、日照5市所有监测站点AQI都超过300,达到严重污染级别,日照严重污染情况以前并不多见。菏泽、青岛、济南、潍坊、聊城5市监测站点绝大多数超过200,达到重度污染级别及以上。值得注意的是青岛,13个监测站点6个达到严重污染级别,7个达到重度污染级别,这在以前也

鲜有发生。空气质量最好的是威海,6个站点全部是轻度污染。其他城市均有轻度、中度和重度污染。

省气象台5日8时的雾霾数据显示,我省除9个县市为阴或多云天气外,共71个县市遭“霾”伏,33个县市雾气弥漫。全省空气质量不容乐观。

据了解,6日、7日,我省大部分地区中度雾霾天气还将持续。为此,省气象台于5日17时继续发布霾黄色预警信号。省气象台首席预报员杨晓霞介绍,8日前后和11日前后,分别有较强冷空气影响山东。届时,内陆地区的平均风力在4到5级,阵风6级左右,我省霾才将在风中减弱或消散。



当年看似荒谬 如今成为常识

□方正

时光飞逝,大众日报迎来了75周岁生日。作为一名曾在大众日报工作过24年、如今90岁的老报人,我有个很大的感触:当年看来不可能的事情,现在都成为现实;当年看来“政治上不正确”的想法,现在都已经成为常识。时间能够改变一切,时间能够证明一切。

1945年,我在泰安地委机关从事宣传工作。8月16日,我接到上级电报,调我去大众日报第一前线记者团当记者,要求“见电即行”。我安排好即将分娩的妻子,第二天一大早就动身,一路独行,跌跌撞撞,终于到了沂源,找到了组织。此后几年里,我先后在鲁中大众报社、鲁中南报社任职。1955年,我调任大众日报副总编辑。

那时候大众日报总编辑是刘建同志。他是个很好的同志,读过私塾,上过高中,具有不同寻常的见识和睿智。他曾提出一个观点,我们应该办两张报纸,一张是指导工作的,一张是群众性的。这第二张报纸,要办得活泼一些,多些知识性、趣味性、可读性,作为大众日报的补充。他甚至表示,如果上级同意办两张报纸的话,他愿意带头去办他说的这第二张报纸。

这个观点,在当时是不被接受的。1957年,反右派斗争起来以后,他的办两张报纸的主张成为“反党言论”,被批判为“以群众性代替党性”,“以资产阶级的知识性、趣味性、可读性代替无产阶级的严肃性”。结果,他被当作右派批斗。不久,他就自杀了。直到1979年,他才得以“三恢复”(恢复党籍、恢复职务、恢复名誉)。

可是,谁又能想到,仅仅三十多年后,在改革开放的大趋势下,中共山东省委就正式作出了由大众日报创办齐鲁晚报的决定。这是一个内容生动活泼的报纸,与刘建同志当初的主张不谋而合。我们真应该对他表示由衷的敬佩和深切的缅怀!

文革之后,整个社会的气氛开始舒缓,不断传出要平反的消息,我也得以重返编辑部。

1978年11月20日,我编发了一篇张生、何荣德写的稿子,题目是《实行养猪“两把刀”促进养猪事业发展》,讲的是菏泽地区允许人民公社社员在完成生猪派购任务的前提下,可以自宰自食、自行处理生猪,打破了食品公司对杀猪权的垄断。我曾在农村接受劳动改造,了解农村的情况,知道这对当地群众来说是一件好事。于是,我自己动手,为这篇稿子配发了一篇300字的短评,号召各地学习菏泽地区的经验。

这篇稿子和短评发在了大众日报1978年11月一天的头版头条。没想到,这引起了轩然大波。省食品公司一位负责人找到报社,质问报社根据谁的指示发表这篇文章,是否获得了省委批准。那时候,普遍的观点认为,如果没有国家计划,人民生活必然陷入困苦和混乱。所以,食品公司理直气壮地宣称:老百姓没肉吃,就让他们来大众日报要!

当时,虽然已经有了改革的气息,但是由于刚刚经历一场浩劫,大家都谨小慎微,不敢轻易表态。这件事之后,我又渐渐脱离了采编一线。1979年“三恢复”后,我离开大众日报,到省人大工作。

现在,社会进步了,再回头来看这些事情,都具有很强的时代烙印。当年被猛烈批判的观念和思想,现在都已成为司空见惯的常识。

对比我们那一代人,现在的新闻工作者可以说是很幸运很幸福的。“海阔凭鱼跃,天高任鸟飞。”广阔天地,大有可为!

作者简介:方正,1923年5月生,1945年8月任大众日报第一前线记者团记者,1955年4月任大众日报副总编辑。1957年被错划为右派。1979年恢复党籍、职务、名誉,任省人大办公厅第一副主任。1983年底任省委党史资料征委会副主任。1991年底离休。

省城公交车身广告

高价回归

4年后重回市场化经营

每年每车拍卖价超3万元

□记者 韩伟杰 报道

本报济南12月5日讯 时隔4年,济南公交车身广告位经营使用权重回市场化经营。在今天举行的公开拍卖会上,济南公交车身广告两个标的分别以每车每年36500元和34500元的高价,由省内外两家广告传媒公司竞拍成功。

今天下午,在济南市龙奥大厦公共资源中心,来自全国的12家广告传媒公司参与济南公交车身广告位经营使用权拍卖,这也是自2009年济南禁止投放公交车体广告后,重新将公交车身广告经营使用权投向市场。

此次拍卖共分两个标的,涉及济南公交128条线路2650部公交车。按照之前发布的竞标公告,竞买人所在公司的注册资本为500万元以上,并具有五年以上广告媒体运营经验。在拍卖现场,济南公交车身广告位经营使用权每车每年的起拍价为22000元,经营使用权为5年。

竞拍开始后,第一个标的73条公交线路1575部公交车引得竞拍人频频举牌,价格也一路冲上3开头。“我们前期已经考察了一段时间,非常有意愿拿下这个标。”来自成都经典视线广告传媒有限公司的刘玉梅几番举牌加价,但在价格突破35000元后,她没有再跟价。经过20轮竞拍,第一标的最终以36500元的价格由来自济南的舜风国际广告有限公司拍得。“我们在成都、深圳、海口都经营公交车体广告,但今天在济南竞拍的价格有些高了,超出了心理价位,非常遗憾。”刘玉梅说。

有了第一个标的的价格,第二个标的55条线路1175部公交车的竞拍更为迅速。在12轮竞价后,该标的由来自济宁的山东中庸传媒有限公司竞拍成功。“我们在济宁、泰安、莱芜也都有公交车体广告的经营,这次来济南,也是想拓展下市场。”该公司负责人靳士星告诉记者,此次竞拍的价格高于了心理预期,对于已经4年未见公交车体广告的济南市场,他们也感觉“机遇与风险同在”。

据了解,此次竞拍结果将于12月6日在济南公共资源交易网上进行公示,预计下个月省城的公交车上就能看到车体广告出现。