

首届浙江省新闻名市

明州论坛

去年浙江省纠正了两起冤错案件，一起是“张氏叔侄强奸案”，一起是“萧山5青年劫杀案”。为此，浙江省高级人民法院院长齐奇一直担心，纠错首先说明办错案了，会影响自家的形象和声誉。但结果是，今年浙江省高院报告的赞成率比去年提高了5个百分点，历年来首次超过90%（4月10日《新京报》）。

去年浙江省高院纠正的这两起冤错案件，都不是普通的刑事案件，而是命案。虽然责任人只是在组织内部按照党纪政纪问责，让许多人不同意，但在我看来，这是近年来少有的 一种“司法进步”。冤错案件为啥难纠正？有像齐奇说的关键性证据查实难这样“能不能”的技术问题，更有

农村垃圾处理还需财政“给力”

□刘 鹏

山东济南市先后投资3.47亿元，新建农村环卫所70处，建设农村生活垃圾转运站57处，初步建立了“村收集、镇收运、区县（市）运输处理”的农村生活垃圾管理模式。那么，济南的这套机制是否运转顺畅？是否还有潜在困难？近日，济南市委政研室的专题调研发现，农村垃圾处理存在收集粗放、生活垃圾积成山，处理成本高、垃圾外运有难度等问题（4月8日《济南日报》）。

生活垃圾城市有，农村也有。城市需要垃圾处理系统，农村同样需要。济南建立全市城乡环卫一体化运行机制，加大对农村垃圾的收集、转运和处理力度，无疑是维护农村清洁卫生、保护农村生态环境的必然之举。

从目前的运行情况看，城乡环卫一体化运行机制存在三个方面的问题：一是垃圾收集方式粗放，随意堆放影响水源安全，形成重复污染；二是转运成本比较大，以至于一些地方用不符合转运条件的车辆运送垃圾，造成渗漏，形成二次污染；三是处理成本高，区县（市）自行处理垃圾的能力不足，造成大量垃圾必须经过长途转运。

这三个方面的问题，归根结底就是缺钱。俗话说，“巧妇难为无米之炊”。与城市垃圾处理的巨大投入相比，农村垃圾处理的投入明显过少。收集力量不足以及收集不积极、转运成本大而财力又跟不上导致的不规范运送、垃圾处理厂缺少等，可以说都是因为缺钱。假如有更多更充足的资金投入，这些问题的解决就会容易很多。

按照“谁污染，谁治理”，“谁产生生活垃圾，谁处理”等原则，农村居民是需要出一部分生活垃圾处理费用的，就像在城市每个市民需要缴纳生活垃圾处理费一样。但笔者以为，在农村垃圾处理系统建设初期，首先需要政府财政“给力”。因为说到底，这个系统属于公共设施。应该先把相关系统建立起来，把垃圾处理好后，再逐步完善收费体系。否则，村民对垃圾处理系统的效果还有疑虑时，谁愿意积极出钱买单呢？

处理农村生活垃圾所面临的问题，是新农村建设必须过的一关。各地各级政府部门需要做好整体规划、完善制度设计、加强引导管理等，但更重要的是，为农村欠缺的垃圾处理系统提供更多财政资金支持。

勇于纠错，只会“长脸”

□易其洋

给法律“脸面”，简直是在扇法律理性和司法公正的耳光。反倒是，知道自己错了，大胆承认错误，及时纠正错误，不仅不会丢脸，还会“长脸”。今年，齐奇作报告时被掌声打断，不是在像以往“向大家表示衷心感谢”的时候，而是说突破各种阻力纠正冤假错案的时候，“这是浙江省两会历史上多年来没有过的”。

由此想到，新一届中央领导集体一上台，就掀起了“反腐风暴”，“苍蝇”拍了一大堆，“老虎”揪出了不少。对此，有人担心，这样反下去，会给人造成“贪官遍地”的感觉，严重损害党的形象。事实是，查不查贪官污吏，“苍蝇”、“老虎”就在那里，就算上面一时察觉不了，群众也看得一清二

楚。不查不抓，只会让群众对党的反腐决心和能力失去信心。对党来说，不是丢不丢“脸面”的问题，而是可能像蔡桓公那样，一味地讳疾忌医，待到“病在骨髓”，神医扁鹊也“无可奈何”的问题。事实证明，对中央的“密集反腐”，群众是真心拥护的。

当然，不管是纠正冤假错案，还是严打“苍蝇”、“老虎”，都只是“亡羊补牢”，造成的损失，好多已经无法挽回。好医生治病，重在“治未病”，法院判案，必须从源头上防止冤假错案，反腐也应着力营造“不想腐、不敢腐、不能腐”的预防体系。这样，既有了“防患于未然”，又有了“有病及时治”，那一定会是很“长脸”的。

莫把“官众”当群众

□如 说

当前，第二批群众路线教育实践活动正处在学习教育、听取意见阶段。开门搞活动，让群众参与，是走好群众路线的应有之义，也是最有效的途径。然而，现实中一些地方征求意见习惯于搞“体内循环”，“足不出户”把机关当基层，大张旗鼓召开的座谈会、意见征集会，很多时候只是“大官”听“小官”意见，济济一堂的群众原来不过是“官众”；一些部门只做表面文章，原本应该扎实的征求意见，生生弄成“公文旅行”，相互发函征求意见，讲点套话、写些官话；一些单位在自己内部大造声势，对其服务的群众，却视而不见、无动于衷……

虚心听取意见、找准整改方向，是群众路线教育实践活动的一个重要环节，同时也是确保教育实践活动不虚、不空、不偏的重要保证。如果总是“关门关窗搞活动、闭门塞听找问题”，群众无法参与到活动中

来，不仅听不到基层真话、实话，无助于作风改进，更会让教育实践活动陷入形式主义的窠臼。

为此，各部门各单位要改变简单发张征求意见表、开几个座谈会的形式主义做法，真正走进基层、走进群众，就热点焦点难点问题有针对性地征求意见，问题设置不假大空、不文绉绉，要让群众有话可说、有话敢说。同时，在听取意见过程中，要注重意见来源的广泛性，邀请不同界别、不同范围的群众参与其中，这样征求来的意见才能更有“泥土味”、更加“接地气”、更能保证教育实践活动的实效。

漫谈“群众路线教育实践活动”②6

创新升级 奥克斯 20 年扬帆再起航

1 年颠覆、3 年飞跃、10 年领跑、20 年沉淀；从无到有，从逐渐占据国内空调市场主流到走向全球，从“驱动、市场”的简单驱动向“品牌、营销”驱动的快速升级转型，奥克斯空调完成了一次又一次华丽的蜕变。

20 年蜕变 开拓者在路上

昨日，在宁波香格里拉大酒店举办着一场振奋人心的周年庆活动。几百位来自全国各地的经销商、核心客户、媒体代表齐聚一堂，庆祝奥克斯空调 20 周年生日。

谈及这 20 年的发展历程，奥克斯空调事业部总经理钱旭峰感触颇深，“奥克斯人”一直辛苦拓荒、埋头苦干，犹如集团新近推出的品牌卡通吉祥物“智慧牛”，展示出奥克斯人低调、勤恳的开拓精神。这种紧跟时代步伐，以人为本，不停修缮产品技术，丰满企业文化、从制造向“智”造升级过渡的“创业冲劲”，才造就出了今天被经销商和消费者认可的“奥克斯”。

2012 年，为证明产品品质过硬，奥克斯除了用品牌宣传、产品促销、第三方检测机构检测产品品质等传统方式进行宣传外，还剑走偏锋，奔赴南极，与南极科学考察团队一起执行为期 155 天的中国第 30 次南极科学考察。在这次奥克斯空调科考队的任务中，奥克斯通过在科考船上的实际工作完成横跨各大气候带的精密测试，同时，还进驻长城站与中山站两个基地科考

站，对极地科考站内原有空调产品进行更新，完成对复杂多变的极地气候的多元适应，为奥克斯的完美品质带来过硬的口碑。

除了通过用这种极致方式验证奥克斯空调高品质外，在智能技术的追求上，奥克斯也永无止境，走在行业前头。“会洗澡的空调”、“提供健康空气的空调”、“提供舒适环境的空调”、“使用更安心，智能化霜的空调”等等，产品的不断创新，为品牌注入新鲜血液的同时，也为消费者带来更多惊喜。

转型创新 人才成就品牌

人才，是企业生存和发展的核心力量。在品质战略的升级过程中，奥克斯通过企业制度体系的改革，不断吸引高端人才加盟，同时内部也充分调动员工的积极性与个体潜力，共同努力为消费者奉上符合高品质需求的产品。

企业的发展源自创新，转变思想、传承文化、正确引导，奥克斯也将以此作为自身转型升级的重要保障。奥克斯集团党委书记、董事长郑坚江曾表示，每逢转型升级时期，都要更切实转变思想，弘扬奥克斯“精确、高效、务实、简单”的优秀文化，奥克斯需要的是“忠诚、责任、敬业、专业、协同”的员工，各岗位也需要培养一批忠诚企业、承担责任、敬业爱岗、专业协同的优秀群体，发现人才大胆启用，树典型、立标杆，发挥榜样的引

领作用，让更多的人才参与到品质的战略升级之中来。

积极推进人才，吸纳年轻社员，使奥克斯尽早发现，市场上的年轻消费群体比起传统卖场，逐渐倾向于电商。因此，奥克斯早在 2010 年就和淘宝联合推出“空调玩定制”活动，并一炮走红，成为最早进入电商渠道的家电企业之一，也与淘宝建立起战略合作伙伴关系。2011 年，奥克斯建立电商部门，通过聘用优秀的网络技术人才、营销人才，短短三年时间，奥克斯就在电商排名中位列前二。

关于企业未来的营销模式，奥克斯表示将继续坚守渠道优势，同时促进线上、线下相融共生，在强势的市场区域做好渠道终端的经营管理，并加强在电商渠道的营销创新、同步推进。

品质再升级，重视“硬实力”

“品质是基石，创新是灵魂，品质是一个企业生存与发展的生命线。”通过创新提升品质，用户标准就是奥克斯的最高标准。奥克斯董事长郑坚江多次表示，在每一次转型升级过程中，奥克斯都要进一步加强品质工作的管理，以客户需求为导向，聆听内、外部的客户意见，并根据客户需求，及时进行产品的研发与创新，不断提升企业发现问题、解决问题的能力与效率，只有不断前进，奥克斯才能站在空调市场

1994 年，凭借其实惠的售价、过硬的品质，奥克斯空调全线通过长城认证，并迅速成为空调市场的一匹黑马，受消费者关注。

2002 年，奥克斯商标被评定为“中国驰名商标”。

2003 年，奥克斯空调年销量突破 250 万套，位居国内前三强。

2004 年，被评为“国家信息化 21 家标杆企业”、“中国民营企业 500 强”前 20 位。

2010 年，奥克斯获“经销商最满意十大白电企业”、“绿色中国特别贡献奖”。品牌价值达 68.14 亿元，位居中国最有价值家电品牌第十位。

2014 年，奥克斯成长为国内空调行业成本控制和价格竞争力最强的企业之一，中国企业 500 强。空调年产能突破 1000 万套，销售额超 200 亿元，员工 10000 余人。拥有奥克斯姜山国际产业园、奥克斯南昌工业园、天津武清工业园三大产业基地，国内拥有 60 余个营销中心（办事处），11000 余个销售点，10038 个安装售后服务站，连锁售后人员 8 万余人，且远销意大利、阿根廷等 180 多个国家和地区。

时代发展的最前沿。

“转变思想、强化管理、狠抓质量”，奥克斯空调将从生产、供应链、品质、研发以及运营等 5 个方面入手，重新梳理自身的产品特色与企业发展方向，将产品创新与结构升级相结

日前，深圳在全国率先“破冰”，出台《法院人员分类管理和法官职业化改革方案》，法院将工作人员划分为法官、审判辅助人员和司法行政人员，并对各类人员实行不同的管理制度。法官将单独按照法官职务序列进行管理（4 月 10 日《人民日报》）。

当下，我国地方各级人民法院内部人事管理与行政机关基本相同，法官的人事、工资、福利等均按公务员办理，日常工作也采取与行政管理相似的民主集中制和领导负责制，法官的职级就是办事员级、科员级、副科级、正科级……2002 年施行的《中华人民共和国法官法》虽设立了相应的法官等级，但与法官工资、福利待遇挂钩的依旧为其行政级别。面对法官等级和行政级别，法官们显然更关心行政级别。

莫小视这“行政级别”，它有形无形影响着案件的裁判。《中华人民共和国人民法院组织法》规定，审判权不受行政机关、社会团体和个人的干涉。但实践中，低行政级别的法官理所当然要服从高行政级别的法官，而不是只服从法律。如今相当一部分法院内部存在案件请示制度，即合议庭对案件作出少数服从多数的评议意见后，还要呈报庭长、院长审批，若其与合议庭意见不一，可将案件退回，要求重新评议。高行政级别的法官除有制度层面的审判管理权，对低行政级别的法官还有难以言说的隐性影响力。事实上，法官由于坚持自己的正确意见而晋级受阻、工作被刁难，甚至被调离审判岗位的事例并非个别。这在一定程度上导致部分法官职业自豪感不强，削弱了法官队伍的凝聚力和稳定性。可以说，法官管理问题已直接影响了司法公信力的提升，阻碍着民主与法制的进程。

党的十八届三中全会《决定》提出，“建立符合职业特点的司法人员管理制度。”法官不应该是“官”，而是一个精英化的职业。法官要精通法律专业知识，具备法律思维，具有强烈社会正义感和公正信仰，以确保具有抵御外界干预和诱惑的智慧、勇气和能力。深圳方案将法官从公务员队伍中剥离出来单独排序，通过去行政化改革，可最大限度地减少行政干预，保障司法独立。同时可以让民众认识到法官这个职业的高度特殊性，从而形成尊重法官、尊重法律的良好氛围。这对于建设法治国家，意义重大。

改革法院现行的审判委员会制度，完善主审法官、合议庭办案责任制，让审理者裁判、由裁判者负责，“让人民群众在每个司法案件中感受到公平正义”，就要让更多法官愿意走“专业化”法官的发展道路而不是行政道路。这样的司法改革，不仅对稳定法官队伍有很大好处，也能激励更多法官埋头钻研业务，提升法律素养，安心审判工作。期待这样的司法“去行政化”改革能够推广。

法官就不应该是「官」

□朱泽军