

由于该项行动牵涉到的环节和利益主体太多,相关的政策鼓励还必须要充分细化、有针对性,做到有的放矢。

□朱昌俊

继网络约车、共享单车、共享汽车之后,“共享停车”也来了。近来,北京、上海、广州等城市在各自的地方停车管理条例或规定中提出,鼓励发展“共享停车”模式,允许一些单位或个人将专有停车位对外开放,并通过移动互联网平台进行分时出租,既增加收益,也方便他人。不过,业界人士认为,这一新模式要想发展壮大,还需要政府和社会进行多方统筹。(8月17日《经济参考报》)

停车资源紧张,目前是绝大多数城市共同面临的问题,只不过程度有别。这种局面的出现,汽车保有量增速太快而停车场资源供给不足所形成的总量矛盾,是主要原因。比如,我国大城市小汽车与停车位的平均比例约为1比0.8,停车位缺口总数超过5000万个。

但也存在利用率不高和信息不对称所带来的结构性矛盾。如一些停车场的利用有着明显的时间规律,一般是白天停车少,晚上才饱和,而一些停车场则恰恰相反。那么,只要充分利用“时间差”,即可在一定程度上实现对既有停车场资源的挖潜,提升资源的利用效率。共享停车概念着眼于此,可谓找到了社会的痛点。

但理论上成立与现实操作往往是两回事。相比网约车、共享单车等共享经济,其至少在前中期可完全进行自发的市场探索,而共享停车的一个最大难题,在于因涉及太多的环节与利益协调,无法凭企业的一己之力就可完成市场开拓,而需要公共部门同步创造条件。比如,首先就涉及社会停车资源的开放问题。这方面又分为两部分,一是公共部门与事业单位的停车资源。这就需要政府部门出面协调、引导;另一部分则是一般居民小区停车资源的开放,关系到居民意愿和车位产权问题,不仅要进行利益协调,更涉及相关政策的调整。

其次则是推广成本的问题。这包括一些停车场的信息化改造和接入移动互联网平台的成本分担,以及后续涉及停车场、业主、互联网平台等主体的利益分配问题,需要相关部门主动介入,在吸纳社会意见的基础上,制定相应规范。而考虑到停车资源的公共属性,政府部门除了在政策上创造条件,也可适当考虑给予一定的公共投入,作为“购买”停车服务的一种方式。

共享停车的实质,其实就是引入互联网技术,对于既有的停车资源进行更高效的整合,在某种程度上,也可以看作是“互联网+公共服务”的一种延伸。只不过由于市场化平台的参与,这个事不必完全由政府部门来“包办”,而是可以让第三方互联网企业来主导,公共部门则负责好利益协调与规则的制定。当然,共享停车的效率要实现最大化,还需要相关公共信息开放的跟进。

目前,多个城市已经出台相关规定,鼓励共享停车的发展,这无疑是个积极的信号。只是由于该项行动牵涉到的环节和利益主体太多,相关的政策鼓励还必须要充分细化、有针对性,做到有的放矢。在实施策略上,前期可以优先考虑从机关事业单位的停车资源向社会开放入手,与互联网平台一起积极探索经验,并逐步扩大到具备条件的居民小区。总之,相比其他的共享模式,共享停车更加考验公共部门的协调智慧,需要有足够的预判和准备。

## 整治养犬,最严容易持久难

□冯海宁

广州近年最严养犬管理执法整治专项行动于13日开启。记者了解到,目前广州犬只登记率不足50%,导致养犬管理一直难以推进。此次行动不仅加大巡查力度,对查到的无牌无证犬只,也将记录在案,对拒不在规定期限内登记或续期的,还将没收犬只,并处罚款。(8月17日《羊城晚报》)

养犬给人们带来精神慰藉和家庭温馨,已经成为不少人的一种生活方式。然而,部分养犬人却不遵守城市养犬规定,既不依法登记也未按规定免疫,遛狗既不牵绳也不清理狗粪,引发了不少邻里矛盾,破坏了社区生活环境。可以说,几乎每个城市都存在养犬“顽疾”,亟待整治。

以广州为例,目前犬只登记率不足50%,这意味着一半以上犬只游离在政府管理之外。早在2011年有关方面就披露,广州平均每天约200人被犬只咬伤。因此,这次专项整治行动很有必要。

值得注意的是,这次是“最严”整治。所谓“最严”体现在多个方面,比如养犬不登记、不续期、携犬外出、不牵犬绳、饲养危险犬和禁养犬等违规行为都被列为重点整治对象。同时加大巡查力度,即主动去发现问题,也值得肯定。

该项行动启动后,据说一些市民纷纷为爱犬申请上牌,养犬登记率明显上升。这表明“最严”整治已经有所收获,随着整治行动推进,尤其是部分违规行为被纠正,相信更多市民会主动为爱犬登记,文明养犬意识也会因“最严”整治而提升。

不过,任何专项整治行动都有期限,一旦行动结束,某些养犬违规行为会不会反弹,这是让人担忧的一个问题。因为整治结束后,巡查力度很可能随之减弱,对违规行为的处罚力度也可能不像整治时期那么严,而部分养犬人恐怕也会不再重视养犬规定。

也就是说,任何治理“最严”容易持久难。相对来说,发起一场整治行动比较容易,整治期间取得明显效果也比较容易,但任何“最严”整治都有结束的一天,整治结束后还能否保持应有的监管力度,对城市管理者是一大考验,这需要制度、监督、投入等支撑。

广州最严养犬管理执法整治专项行动的决心、力度和初步效果,我们已经看到,也值得其他城市借鉴。但长效治理怎么做,则是个问题。可能有人会说,长效治理就是落实《广州市养犬管理条例》,但问题不是这么简单,制度是否完善、体制机制是否理顺、治理体系是否健全,都值得关注。

众所周知,养犬问题主要发生在居民小区内,而监管部门多在社区之外活动。在这种情况下,笔者认为有效治理养犬问题,需要一种长效机制,比如监管部门的触角深入社区,与社区管理机构建立犬只管理协作机制等。只有如此,才能避免养犬问题在“最严”整治后出现反弹。

## 公民警

可以肯定的是,真正的大学精神不是一次说走就走的旅行就能感悟到的。

## “状元陪游”不过是一门生意

□宋潇

时值暑假,清华、北大等高校成为热门“旅游景点”。参观火热及进学校困难催生了相关产业,有机构在淘宝店叫卖“状元陪同参观游览北大清华”,不需要排队就可以进入校园参观,要价近200元每小时。(8月17日《北京青年报》)

“状元陪游”项目中的状元头衔,自然是个噱头。不过,通过由“状元”噱头带动的“游客经济”,仍然可以看到目前“名校游”的问题:多数只是“求名”,而不是“求学”。

正所谓有需求就有市场,“状元陪游”商机的出现,源于“名校游”热情只增不减。每年暑假期间,参观北大、清华校园的游客往往是络绎不绝,但今年引发的问题貌似要比以往多一点。原因就在于,“名校游”以及随之而来的各色夏令营的价格,已经越来越走向精英化,门槛越来越高,限制自然就会越来越多。于是就可以看到,在游客不断涌向校园的同时,校门口的“黑导游”、“黄牛党”、“偷渡客”也应运而生。

本来,向往名校、追求高质量的教育平台,对每个怀揣着上进心的家长和学生来说,无可厚非。然而,怕就怕一些人误解了“名校游”的本质,将参观名校当成“到此一游”,将一睹名校风采视为感受大

学精神,以为在北大、清华的校园里走一走,就能感受到厚重的文化内涵。殊不知,这不过是一场“快餐式”的旅游观光和一门追求利益的生意。其实,感悟大学文化内涵,应该来自一场行走中的素质教育,来自家长和学生的寓教于乐、寓教于游。

“状元陪游”项目,让“名校游”在这种商业气息中,渐渐变了味道。一方面,如果真有北大、清华的学生,选择这种方式给自己赚零花钱,那么很明显,就是一种“自降身价”的体现。另一方面,用金钱堆砌出来的“名校游”,不过是一种流于形式的浮华,学生和家花钱体验到校园风光,以及所谓的大学精神,也不过是商家有意营造出来的“假象”。

有人将参观名校总结出三种境界——看景、看人和感受内涵,达到三种境界的最高层,其实才是“名校游”应该有的样子。而“状元陪游”,最终能给家长和学生带来什么尚且不知,但可以肯定的是真正的大学精神不是一次说走就走的旅行就能感悟到的。如何让大学所承载的人文教化功能发挥好,仅仅是将校园开放还远远不够,改进家长和学生的教育观念才是关键。

要吸引更多的游客,包括讲解在内的服务必然要升级,有文化探究的高端需求,当然要准备高端讲解服务。

## 景区推“天价”讲解员无可厚非

□何勇海

近日,贵州黄果树瀑布出现特级讲解员,一人一次收费1800元。网传的价目表显示,该景区讲解员共分为初级、中级、高级和特级四个级别,价格分别是每人讲解一次120元、150元、180元和1800元。特级讲解员的身份为专家教授,其中一名女性讲解员名为姜昭,专业为地理学;另一名男性特级讲解员名为吴羽,专业为历史、人文学。(8月17日《北京青年报》)

在讲解行业,一人一次收费1800元,确实算得上是“天价”。但对于这个“天价”,我认为还是可以理解的。这不仅仅是因为这两位特级讲解员的身份为专家教授,也是因为,一者,明码标价,童叟无欺;二者,除了特级讲解服务,景区还提供了120元、150元、180元三种低价位的讲解服务。这种做法,符合《价格法》之规定——“经营者定价,应当遵循公平、合法和诚实信用的原则”。

即使抛开明码标价、自愿选择、童叟无欺不谈,从特级讲解员的专家教授身份考量,一人一次收费1800元的讲解服务也是对知识的尊重。从新闻报道来看,相比普

通讲解员,特级讲解员在讲解过程中会加入更多文学、历史、地理等知识的介绍,还可以服务于多语言讲解。可见,两位特级讲解员一定要有扎实的人文、地理和历史方面的造诣,也要有深厚的多种语言交流能力。

从游客角度看,工薪阶层可以聘请价格低廉的讲解服务,富裕者也可聘请“天价”讲解服务,目前在很多市场都是低端与高端产品共存,以满足差异化的消费需求。因此,景区出现“天价”讲解其实很正常。有的游客外出旅游就是图个热闹、放松身心,有的游客却是带着探究心理上路的。贵州的地质地貌本就奇特,多民族文化源远流长,可以探究与讲解的知识确实较多。作为景区而言,要吸引更多的海内外游客,包括讲解在内的服务必然要升级,有文化探究的高端需求,当然要准备高端讲解服务。

目前,这种专业讲解员恰恰是大缺乏了。景区是弘扬和展示自然景观、民族历史文化的重要载体,何不鼓励更多的专业人士为游客提供讲解服务,更好地传播民族历史文化?

# 共享停车,考验公共部门的协调智慧