

总理之问能促使银行降费吗？

苏剑一



今日论语

日前，国务院总理李克强到国家开发银行、中国工商银行考察时，在不同场合先后4次敦促各商业银行“减少服务收费”。在考察两家银行之后，李克强在工商银行召集国务院9部门负责人及23家银行负责人举行座谈会，明确要求各商业银行要进一步减少服务收费，支持实体经济发展，“银行的理念必须改变！”

银行业在国民经济生活中扮演重要角色，银行服务费用直接关系到企业融资成本，关系到实体经济发展，关系到就业这个“民生之本”。长期以来，各种名目繁多的银

行收费项目饱受公众诟病，呼吁银行降低或取消收费项目的呼声不绝于耳，但由于银行与公众之间的话语权不对等，银行通常对这种诉求置若罔闻。

李克强总理反复追问各家银行收费项目现状，多次要求精简合并项目，“能不收的尽量免收”，无疑说出了很多人的心声。从以往的经验来看，当某个民生问题进入中央领导人的视野，通常都意味着问题会尽快得到解决。比较乐观的预计是，在总理连续多次要求商业银行降费之后，这个老大难问题或将积极改变。

各种名目的收费项目，是银行创收的重要来源，正因如此，尽管这些年中央一直要求银行业“做减法”，各

大银行仍咬定一些收费项目不松口。这些收费项目真的非收不可吗？显然未必，在此次座谈会上，刚开业不久的温州民商银行称唯一的收费项目是工本费，就得到了总理点赞。这充分说明，银行仍有降费空间。

小银行与大银行所面临的情况确实有差异，但都应有客户至上的服务理念。在这方面，那些一贯以傲慢姿态冷对客户的传统大银行，真得向民营银行学习。今年《政府工作报告》提出要推动民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构，但愿这对整个银行业降费有积极效应。

一个值得注意的细节是，李克强总理要求企业除了确实需要保留的成本型收费之外，“要主动

精简合并收费项目”。主动作为固然是总理提出的要求，实质上也是深化金融改革的必然。其实公众已开始感受到新式金融服务的便捷，这将倒逼传统银行业尽快主动提升服务品质。

总理揪住银行服务费的问题不放，能够让银行服务费别再像“割韭菜”一样反复吗？在全面深化改革和经济爬坡过坎的大背景下，答案或许会比较乐观。不过，从痛批行政审批中“政府的手闲不住”，到怒斥“处长卡住国务院通过的好政策”，再到敦促银行精简合并收费项目，“总理很忙”的效果虽然比较好，却不是推进改革应有的常态。毕竟，银行深化改革要听总理的话，更要听取百姓的呼声。



新民随笔

太阳底下无新事

连建明

最近的股市让我想起这句话——太阳底下无新事。每一轮股市涨起来，总是想这次行情会不一样，但结果总是一样。

眼下股市火爆的情景很容易让人想起2007年的情景，看看证券公司排队开户的场面和2007年几乎一模一样的。只是当年没有微信，如今微信里人们在照片上加了一句更煽情的话——人生最大的悲哀，莫过于别人都在股市赚疯了，你却还在排队开户。

一些股民的豪言壮语也听着耳熟，比如，微信上有人放言：“宁可满仓跌停，也不空仓涨停。”这句话不就是《死了也不卖》吗？2007年这首歌红遍网络，唱出了当时很多股民的心态。但是，到了股市大跌后，这首歌又被人改成《死了都要卖》。经过一轮大熊市，以为不会有排队开户，“全民炒股”的热潮了，结果，一切依旧。

股市这种火爆的情景不仅2007年看到过，再往前的2000年也看到过，总之，每一轮股市涨了一倍以后，总是有很多新人往股市里冲。我总是很纳闷，为什么低的时候都不买，非得到涨一倍才纷纷进入股市？去年这个时候大家还热衷于余额宝，其实，那个时候的股市作为理财收益率也超过余额宝，比如，以去年6月19日工商银行分红股权登记日收盘价3.71元计算，分红的股息率为7%，不考虑股价的上涨，光分红就很不错了，可惜，那时候却无人问津。

股市有句经典的谚语：行情在绝望中爆发，在犹豫中前进，在欢乐中死亡。回头看每一波行情都是这么一个轮回，真是太阳底下无新事。

A股市场25年的历史里，最常见的是暴涨暴跌，很难出现像美国股市那样上涨慢但持续时间长的牛市，分析认为一个重要原因是机构投资者少，造成股市波动大。大力发展机构投资者说了很多年，然而，每一轮行情进来的依然是散户。证监会公布的数据显示，今年一季度，新开户的股民达795多万户，其中80后占62%，而交易中自然人投资者的交易金额占八成以上，散户市的格局没有变化。看看美国股市，从2009年最低点到现在，已经涨了6年，道琼斯指数涨了一倍半，哪里有散户排队开户的盛况？

新民新语

信息偏食

郁晶陶

物以类聚，人以群分。人总是偏向于跟自己相近的人在一起，这个“相近”，可以是人生经历，可以是兴趣爱好，可以是看待世界的方式，可以是在某个问题上的立场观点……

到了网络时代，要找到和自己相近的人，就更容易了。传统媒体、门户网站都是由专业人员先行筛选信息，网络2.0时代，则是个人订制大行其道。我看我想看的，我关注我想关注的。那些我不感兴趣的信息，我不会去多看一眼，那些与我针锋相对的观点，更要统统拉黑。

信息偏食，我们都很难免疫。个性化订阅的好处在于，不管是多么小众的兴趣、多么孤独的声音，都能找到志同道合者。但问题也来了。在网络出现之前，人们就有选择性阅读、选择性记忆的倾向，如今，这种倾向更加明显。只阅读自己喜欢的信息，只接受与自己立场相近的言论，人们似乎更容易囿于自己的小圈子，满足于与自己和谐的这个小小世界。“其他人”的生活和想法，似乎变得更加遥远。

美国学者桑斯坦在《网络共和国》里提出了对“群体极化”的忧虑，即“团体成员一开始即有某种偏向，在商议后人们朝偏向的方向继续移动，最后形成极端的观点”。有句话说，“三观不同，怎么谈恋爱？”然而，如果只愿意阅读与自己“三观相同”的信息和观点，会不会导致一种错觉：只有自己的观点是正确的，甚至只有自己的观点是存在的？养狗的人觉得自家宝贝可爱得人人都该喜欢，讨厌宠物的人认为豢养宠物的人都是自私鬼；开车的人觉得行人都喜欢“中国式过马路”，行人认为司机永远只会横冲直撞……这样的分化与极端化，会不会越来越多？

幸好，仍然有许多人愿意扩展自己的视野，倾听不同的看法。客观上，一个人也不可能完全屏蔽与自己“三观不同”的声音。你和你所关注的人，可能喜欢同一位作家，却在环保问题上有不同观点；可能对某个社会事件持同一立场，却在另一事件上针尖对麦芒……

身处与自己和谐的小世界总是轻松愉快的，但有时也得给自己找点小麻烦。

南京虐童案中的法治温度

权威声音

南京养母虐童案有了最新进展。4月19日下午，南京市检察院官方微博发布消息称，南京市浦口区人民检察院对涉嫌故意伤害罪的犯罪嫌疑人李某某依法作出不批准逮捕决定。

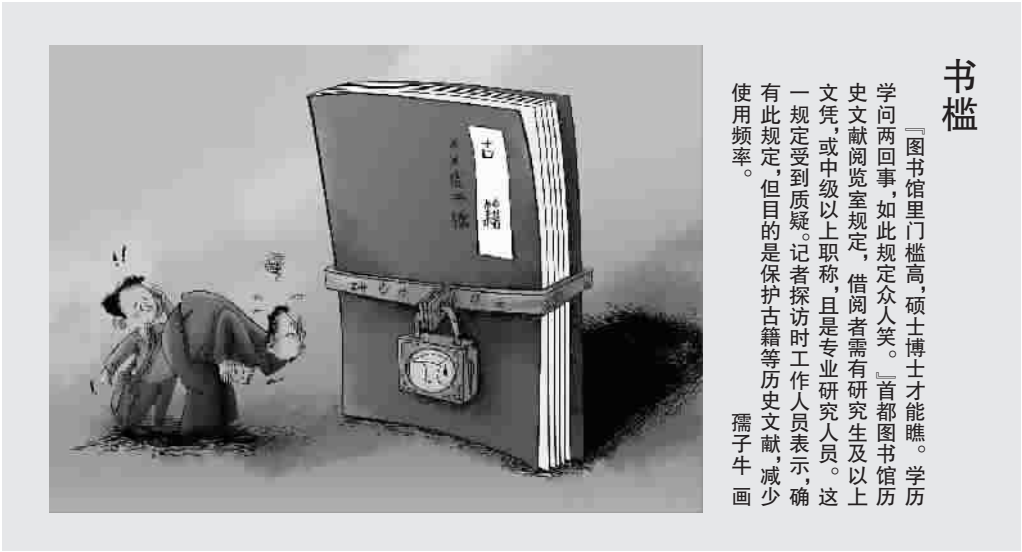
就在16日，检察院召开了各界人士参加的批捕听证会，此案曝光后，“严惩施暴的养母，以警示家暴、护佑童年”，似乎是网络舆论的一边倒意见。很多人坚信，

本案中的养母必须承担相应的法律责任，甚至还应严惩。听证会上，一些声音更有价值。不少人提出：养母的伤害行为是偶发的，孩子眼中的养母平时对自己还是很关爱的，孩子事后也表示愿跟随养父母继续生活而不是回生身父母身边……听证会上，就有法律界人士认为：养母可以不批捕而采取取保候审，养母依然有罪，而孩子的生存和发展则会受益。

多年以后，今天关注虐童案的许多人可能会淡忘此事，但孩子却要继续他的生活，谁又该对

孩子的未来负责呢？我们关注社会事件时，不仅要有超脱的评价，还应有对具体当事人现实生存的人文关怀。

社会各界对南京虐童案的强烈关注，反映出我们社会的文明、进步和温情，反映出越来越强的法律意识。同时我们也必须冷静对待，不能以“严惩养母”作为衡量社会对此事件关注成功的主要标准，而应是：让养母承担应负的法律责任，让孩子一个更好未来！（申琳 刊今日人民日报 本报有删节）



书柜

『图书馆里门槛高，硕士博士才能瞧。学问两回事，如此规定众人笑。』首都图书馆历史文献阅览室规定，借阅者需有研究生及以上学历，或中级以上职称，且是专业研究人员。这一规定受到质疑。记者采访时工作人员表示，确有此规定，但目的是保护古籍等历史文献，减少使用频率。

孺子牛画

网视輿情

上周，一封被网友评为“史上最具情怀的辞职信”在网上爆红，辞职者是一名中学教师，其辞职理由是“世界那么大，我想去看看。”这封辞职信爆发的传播能量超乎了很多人的想象，和以往诸多类似事件一样，网友围绕辞职理由展开二次创作，其内容有的是对这封辞职信的模仿，但更多则是指向情怀的反面——残酷的现实。

“走红网络”一词是近年来新闻中的高频词汇，每隔几天就有新的网络事件成为舆论焦点，这些事件有的是通过传统媒体报道继而被网络放大，有的则纯粹是网络制造出来的。不同的平台，或者说不同的舆论场有彼此交叉的地方，互联网有独特之处，所谓互联网思维，从传事

情怀的魔力

何小手

件播的角度看，关键就是要把握网民的消费心态和审美趣味。

一封简单的辞职信引发如此大的反响，不熟悉互联网生态的人会感到诧异，而每天泡在网络中的人，尽管安之若素，但若要从中说个所以然，也未必能道得清楚。多数人会认为网络事件充满了各种偶然因素，可遇不可求，这样的结论有些简单化。即便是偶然走红的事件，背后其实也有规律可循，可以从总结很多有趣的结论。

围观者钦佩那位老师的勇气和境界，因为它“触动了所有人灵魂深处柔软角落”，感动归根结底在于

情怀二字。网民对情怀的好感由来已久，在此次事件之前，曾经出现过多个由情怀引爆的网络事件或流行语，“一次说走就走的旅行”至今颇具号召力，征服了不少“身未动心已远”的情怀客。这是一个有趣的现象，但也有点不可思议。情怀可以理解为感情，按理每个时代都有相对固定的情怀，现实生活中也有相应的偏好，但情怀与互联网碰撞在一起，似乎总能产生特别的火花。一个看似很小的事件因为情怀而变得备受网民关注，有的产品因为它的情怀特质在互联网上特别受欢迎，情怀营销在互联网上颇为盛行，互联

网改变了情怀，原因何在？

表面上看，情怀只是一种精神品质或者一种生活境界，谁都可以拥有，所以那位平凡的辞职老师也可以因情怀而走红。但是，如果观察互联网上的情怀基因，就可以发现，普通个体借助情怀引爆一个事件的可能性相对较小，其实并不具备典型性。“说走就走的旅行”流行之前，“梁朝伟喂鸽子”这一段子早已不胫而走。不同于网上泛滥的心灵鸡汤和情感夜话，情怀常常与某个确定的人或者群体联系在一起，更多时候，情怀之所以被引爆被关注乃至被营销，是因为这个人的社会知名度。有互联网人士分析情怀营销，认为它之所以成功，就因为与互联网思维的互动，即得益于互联网社交和粉丝效应。没有孤立的情怀，只有孤独的粉丝，这或许就是情怀的魔力所在。