

# 凤凰古城，谁的城？

郝洪

民众与政府、私企之间的抗争。

据报道，凤凰新组建的景区管理服务公司，是由叶文智经营的凤凰古城公司、南华山公司、乡村旅游公司与政府合建而成。其中，政府以土地入股49%，叶文智入股51%。原来，凤凰古城不姓“凤凰”，是姓“叶”了。

凤凰古城，谁的城？

如果说，政府的49%股权，勉强是代表着凤凰古城民众——但是，没有任何公开听证程序证明，民众愿意授权政府以土地入股筹建企业经营古城，那么，叶文智究竟花了多少钱，竟能够买下凤凰古城51%的经营权？又是谁批准了，是叶文智而不是其他经营者能够有权买下凤凰古城的经营权？

凤凰县政府网站上的资料说，据《凤凰厅志》记载，在夏、商、殷、

周以前，这里即为“武山苗蛮”之地。“历史演进，云卷云舒，悠悠数千年，凤凰古城镇竿的地位日显重要，最终成为统辖“大湘西”二十余州、县（厅），辐射影响至湘鄂川（渝）黔四省（市）边区的一个政治、军事、经济、文化中心，这种中心位置一直延续到解放前夕。”

几千年历史历数下来，并没有看到凤凰古城曾经专属过某个姓氏，古城今天的格局和建筑形态，它的历史和文化，是无数民众的生活累积而成。若要说有权利将古城圈起来，以“此路是我开，此树是我栽”的姿态，对外来者收取“过路费”，这个收费权是在凤凰古城百姓手中，既不属于管理者，更不属于“叶氏”。

然而，至今，没有任何公开听证程序证明民众的权利得到尊重。不仅没有得到尊重，收费还收到了

古城居民的头上。凤凰本地小伙子带女友回家，因女友不是直系亲属被索要门票。当地一名副县长解释说，规矩定了就要有严肃性。不过，这位副县长又说，凤凰不是不讲人情，凤凰景区工作人员对待散客往往是很宽容的，天黑几乎不查票。这，是不是说“凤凰男”要摸黑进城才能不花钱？

在凤凰古城门票风波上，最关键的问题是利益问题，核心的问题则是权利问题。凤凰县民众、凤凰县政府、凤凰县规模私企以及散而小的商户们都各有什么样的权利，先要搞清楚，在此基础上才能谈收不收费、怎样收费、所收费用如何支配的问题。把主人家搬在一边，管理者自说自话引入外来资本，圈起主人家的院墙收费，主人进出需出示证件，这实在不是公仆们干的事。

## 新民随笔

### 金融品牌

晏秋秋

上周，陆家嘴金融城内，发生了两件事。

其一，建设中的“上海中心”大厦，超过500米，刷新了上海高度。其二，新民晚报《陆家嘴金融城》周刊正式创刊，在辰山植物园“兰之夜”上，上海金融界群贤毕至，堪称盛事。

这两件事，在某种程度上，有共通之处。《陆家嘴金融城》周刊和“上海中心”建设，都是陆家嘴金融城品牌的一部分。

上海建设国际金融中心，既要“共建”，也必须“共享”。换句话说，陆家嘴一年74栋“亿元楼”当然不易，但在此背后，如何让老百姓实在感受、实际享受“金融城”发展的成果，似乎更为重要。如果说，“上海中心”代表高度，那么本报的《陆家嘴金融城》周刊，谋求的就是市民文化和金融文化的互动，要传递给老百姓的，是“金融城深度”。

可以拿来借鉴的，是伦敦金融城。这个大部分建筑只有四五层高的伦敦“城中城”，何以受到全世界的认同？除了语言和地域优势外，很重要的一点，是它的品牌建设，它能够提炼出全世界认同的金融文化。

“陆家嘴”的品牌，如今已妇孺皆知。但“陆家嘴金融城”这个品牌，似乎还有很大的推广空间。谈到陆家嘴，至今仍有市民认为，仅仅是一个“旅游景点”。在媒体版面上，“白领午餐”和“环城巴士”的新闻，要大大多于对陆家嘴“筑巢引凤”的聚焦。007的电影中，陆家嘴璀璨繁华，但与“金融”又有多大干系？不必讳言的是，在品牌建设方面，陆家嘴金融城还需迈开步子猛追。

品牌打造，要一脉相承。将近20年前，陆家嘴金融城草创初期，获赠一只可爱的小白羊，羊头上挂一金牌“金融领头羊”。巧的是，《陆家嘴金融城》周刊创刊号上，也有“金融羊的故事”。羊是英语young(年轻人)的谐音，又是沪语“烔”的谐音，可以理解“领头羊”，还意指金融城内那些85后“小绵羊”。

希望“金融羊”会像“张江男”一样，成为流行语。更希望的是，“陆家嘴金融城”这个品牌，能在众多类似“金融羊”的子品牌的烘托下，不断发光。

## 权威声音

### 尽心呵护公众对法治的信仰

王石川

“我还要上诉。”日前“上访妈妈”唐慧诉永州市劳教委案被一审驳回，走出法庭后，她说出了自己的心愿。无独有偶，浙江杭州强奸冤案当事人张高平出狱后，表达了相似的心迹：我这十年吃尽了苦头，流干了眼泪，但是我的心没死。我始终坚信法律是公正的。

作为一位母亲，今天的唐慧无论对女儿的不幸经历多么痛心疾首，对自己受到的劳教处分多么不服，都没有采取有违法治的过激行动，而是选择依法诉讼去坚持自己的主张；作为一起冤案的受害者，张高平哪怕在囹圄之中也不自暴自弃，始终坚守着“正义虽然迟到但不会缺席”的信心。这份对法治的朴素信仰，令人为之动容。

法治的根基在于公民发自内心的拥护，法治的伟力源于公民出自真诚的信仰。唐慧和张高平这些普通公民对法律的敬畏和坚持，正是我们建设法治中国最可贵的民意资源。

没有信心，就没有信仰。让公民信仰法律，法律须给公民以信心。这就需要执法者公正对待公民的合法诉求，像习近平同志所强调的那样，努力让人民群众在每一个司法案件中感受到公平正义。

世界上从来没有抽象的法治。在这样的意义上，每一个判例，都是公众法治信仰的基石；而每一次失误，都可能导致信仰的崩塌。

公众关注唐慧案，既是对一位母亲锥心之痛的同情和关切，更表达了对改革劳教制度的急切呼唤。事实上，推动制度改革的顶层设计，近年来不曾停步。在全国两会上，李克强总理明确表示，劳教制度改革方案正抓紧制定，年内有望出台。

党的十八大重申全面推进依法治国的目标。进一步树立法治理念、弘扬法治精神，让深化司法体制改革成为立法者的不懈追求，让公正文明执法成为执法机关的共同意识，让学法尊法守法用法成为全社会的共同理念，让法治不仅成为一种治国方略，更成为一种全民自觉的生活方式，则法治中国可期，公平正义长在。

（原载今日人民日报，本报有删节）

## 驾照直考权如何落实？

### 新民网论

驾驶证可不经驾校而直考，公安部首次明确了公民学驾驶的法定自由选择权。

权利的确认是一回事，权利的切实保障又是一回事。如何保障公民学驾驶的法定自由选择权，公安部要出台具体的制度，落实这一权利。过去，各地驾考普遍存在“强制驾校培训”的行为，各地的驾考垄断，恐怕还涉及到巨大的利益，深圳等少数地区还引发挥卫直考权的诉讼。地方车管所通过强制性的驾校学习，把本来应该由自身承担的管理责任转放给了驾校和学驾者，重培训、轻考试，导致应试型驾校培训和“马路杀手”应运而生。

垄断门槛被拆除了，但横亘在学驾者面前的现实障碍，还有待进一步扫除，以保护直考的合法性与便利性。在驾考问题上，车管所应该检讨过去垄断驾考培训的认识误区，去除那些强化垄断机制的规章，重新审核修订各种制度，以保障公众直考的权利。比如，教练员与教练车的界定问题，应当被理解成一个宽泛的概念，而非特指驾校的教员和车辆，否则又将把自主学习者赶回驾校。

不经驾校而直考，会不会产生更多的“马路杀手”呢？很多国

家的经验表明，只要有严格的考试，直考驾照并不会降低学驾者的水平。所以，各地交通管理部门应早点退出该管的领域，回

归本位，科学规范搞好考试，严格核发每一张驾照。

（新民网评论员 网址：www.xinmin.cn）



### “瓶水”相逢

“山泉‘有点甜’，好像有点悬，执行啥标准，真是好山泉？”瓶水门事件暴露了瓶装水企业执行标准的混乱。人民日报微博称，从市场买回九瓶不同品牌的瓶装水，竟发现有七个标准，有执行国家标准的，有执行地方标准的，还有执行企业标准的……

潘顺祺 画

## 网视舆情

近来互联网对微信收费问题展开激烈讨论，在此期间，重要的利益相关体，如微信产品的所有者腾讯公司，电信运营商，以及他们的主管单位工信部等，均有过表态。腾讯公司在多次回应中表示微信将不会向用户收费，而电信运营商和工信部则倾向于向微信用户收费。

主张收费者背后各方的利益纠葛非普通民众所能理清，很多网友倾向用一种“中国特色”的话语来解读这种收费冲动，即电信业务给电信运营商带来巨大冲击，使前者面临前所未有的竞争压力。正如中国移动董事长在一次发言中，认为以往电信运营商彼此竞争只是“量的变换”，而互联网的挑战，则意味着“质的变换”。微信产品崛起直接影响了电信运营商

## 微信收费问题讨论的意义

何小舟

的收益，这是网友对围观收费事件背景的直观判断，而工信部相关负责人的收费主张，则是基于微信对电信业务资源耗损这一事实。

电信运营商的垄断事实，将微信收费问题扩大化，在其抱怨过后，官方即快速反应，表示将推出收费方案。在此之前，有关各方或在其内部经过了充分的讨论，但公众却只是近来对此问题有了热情。值得注意的是，此前有主张微信收费的发改委专家，以“既然短信收费，微信也应该收费”的论据来论证自己的观点，甫一传播即受到网友嘲讽。微信收费或确有其必要，但简单地和短信业务相提并论，确定收费的必

要性，或许勉为其难，再者，收费能找到榜样，但免费同样有榜样可寻，如今这种重收费而忽视免费的现象，难免给人以十足的逐利冲动意味，这轮讨论过程中，主张收费阵营的强大官方背景，以上几个因素决定了微信收费问题将要经受一番诘问。

微信收费或将成为现实，不经意间，三大电信运营商过去多年来去垄断的尝试，其所积累的口碑，如今恐怕要因为此次讨论而搁浅，相反甚至要代之以“迟来的恨”。现实再次回到那些原始的话题辩论上，如同发改委的石油价格调控，民间对于电信运营商和有关部门的角色扮演，其中的是非多有指摘。

电信运营商缺乏竞争活力。人民日报一篇评论文章，从创新的角度评价中国三大电信运营商，文章举例西方红极一时的电信企业，提到它们都先后遭遇严峻考验。反观中国三大电信运营商，至今地位不容撼动，市场竞争有限。另外也有媒体评论微信收费问题，认为其实质是利益格局调整。就其本质而言，舆论对此议题的热烈反响，不仅在于微信收费将直接影响到普通消费者，更在于它直接呈现了垄断行业的市场竞争问题。国字头的电信运营商们，可藉此契机强化危机感，推动自身的创新，这或许就是此次微信收费问题讨论的意义吧。