

# 国企公务用车消费“无数据”

## 国资委表示没有相关统计数据 监管部门频发使用规定,具体标准仍“不明”

1月14日,五粮液集团公务用车拍卖收官,总计拍卖公车数量324辆,回笼资金3003万。五粮液拍卖公车,引发了公众对于国企公车购买、使用情况的关注。国企的公车有多少?这个数字一直没有明确的官方说法。日前记者联系监管中央企业的国资委,对方表示并无相关统计数据。



### 国企公车有多少?

五粮液集团党委书记、董事长唐桥的公车被拍卖了。他在接受媒体采访时说,以后自己将买车或租车上下班。虽然五粮液拍卖了公车,温州等地也早已进行了国企公车改革,但目前庞大的国有企业群体的公车数量仍无相关数据,国有企业也并未像党政机关一样近年来逐步公开“三公消费”。

此前报道称,一份中纪委、公安部、监察部和审计署的官方统计,截至2007年11月30日,全国三十一个省(自治区)、直辖市党政机关、国有部门,公车共5221755辆。这些车一年共消耗大约4000多亿元。

在机关之外,国企的公车有多少?这个数字却一直没有明确的官方说法。日前,监管中央企业的国资委的相关负责人对记者表示,没有相关统计数据。

### 监管部门频发相关规定

作为国有企业负责人的职务消费之一,国有企业的公车消费一直是重点监管项目。近年来,国资委、财政部、监察部、审计署等部门在多个规范央企领导职务消费的文件上都对此予以了规定。

记者查阅统计发现,自2007年起,见诸主管部门官方网站以及《人民日报》、新华社等媒体的相关规定约有六个。

这些“规定”、“指导意见”大多规定了“亏损企业不得购买、更换”公车,以及“不得超标准”购车,但这些规定多数未列出具体标准。

有些规定则“只闻其声不见其人”。以2011年开始见诸报端的《中央企业负责人公务用车管理暂行规定》为例,据《人民日报》、新华社等媒体报道,该规定由国务院国资委颁布,但相关报道均未披露其中细则。

记者未在国资委官方网站上查到该文件。记者在百度文库中查到的一份该文件的影印本显示该《规定》有如下内容:“企业应按照不超过1人1辆公务用车的编制。企业主要负责人配备排气量2.5升(含以下)、购车价格(不含车辆购置税)38万元以内的轿车;企业其他负责人配备排气量2.0升(含)以下、购车价格(不含车辆购置税)28万元以内的轿车……”

不过记者未能从国资委相关部门核实到该内容。

## ■ 公车消费百态

### 发车补

东航十年前已开始车改

东方航空宣传部门相关负责人对记者表示,公司大约在十年前已进行了公车改革。目前,公司都是员工自己购车,公司给予车补。

同属航空行业的深圳航空,在2010年被国航收购前一直是民营企业。现在身为国企的深航,公车也不多。一名在深航工作近十年的中层人士对记者表示,现在深航是员工自己买车,公司给车补。据他介绍,深航大概有十几辆捷达,还有部分接待访客的商务用车,“深圳各类交通比较发达,并不需要配车。”

### 租车用

商飞成立伊始就没配车

与东航同在上海的中国商用飞机有限责任公司,负责研发国产大型飞机。从公司成立伊始,商飞就没有像老牌国企一样根据不同级别配备公车。

商飞宣传人士对记者表示,公司成立较晚,2008年才组建,身处商业氛围浓厚的上海,汽车租赁行业又比较发达,公司自成立开始就没有配备太多公车。“目前公司应该只有几辆所谓的公车,我们用车基本都是租车。”据介绍,商飞与上海的租车公司已开展战略合作,“省心省力又省钱”。

与商飞类似,四川长虹也是采用“租车”模式。

长虹内部人士表示,公司在2006年就进行了公车改革。“现在,长虹内部已经没有‘公车’的概念了,长虹的车队由下属子公司长虹酒店运营,集团用车都要向长虹酒店

租。”上述人士说。

### 压缩

淮北矿业“不敢换车”

淮北矿业集团是安徽省一家地方经营煤炭化工的大型国有企业,2013年在国内煤炭企业排名第18位。

集团内部一位长期从事车务管理的人士对记者表示,煤炭业近年来不景气,加上八项规定出台,去年开始集团在公车管理上的费用已趋紧。

上述人士介绍,前几年煤炭市场火爆的时候,集团内部公车费用都很“粗放”,很多管理层的车都超标。

“公司去年出台规定,明确不准再购置新车。八项规定出来谁也不敢明目张胆违规。想喝酒不敢喝,车子再破再烂也不敢换。”同时该人士也表示,集团目前没有明确要削减公车总量、拍卖公车等。“公车费用仍然属于企业内部支出,管理政策由企业自行决定。”

### 增加

为防泄密中航考虑增车

中航工业集团宣传部门负责人表示,在2003年,中航工业进行了车改,仅保留少量公务用车。

2012年,按照国资委的规定,集团对公车作了进一步规范。但在制度执行过程中,由于公车太少,一些单位也出现了使用出租车等社会交通工具携带国家秘密,造成泄密事件发生。为此,中航工业集团也在评估有关车改政策,考虑适当增加特殊公务用车,以保证国家秘密安全。

## 近年规定盘点

●2007年实施的《关于规范中央企业负责人职务消费的指导意见》要求企业负责人公开包括公务用车配备在内的职务消费。

●2009年,中共中央办公厅、国务院办公厅颁布了《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》。涉及用车方面,《规定》指出:“企业在发生非政策性亏损或者拖欠职工工资期间,不得购买或者更换小汽车。”

●2011年,新华社的报道显示,公车治理工作领导小组负责人在答疑时表示,对国有企业用车配备管理,重点是严格落实《中央企业负责人公务用车管理暂行规定》。

●2012年2月,财政部等四部委下发《国有企业负责人职务消费行为监督管理暂行办法》,要求不得“超标准购买公务用车。”

●2012年11月,财政部等三部委下发《中央金融企业负责人职务消费管理暂行办法》,要求严格执行《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》。

●2013年1月,国资委制定《八项规定》的24条落实措施,提出要严格执行车辆配备等有关工作和生活待遇的规定。

(据新华社)

# “良心产品”最需要以心换心

## 格力重拳整肃净水机空气净化器行业环境,消费者纷纷“点赞”

格力净水机空气净化器“免费使用两个月,半年无条件退货”活动已进行了半月有余,消费者被格力“出绝招下猛药”净化行业环境,“以心换心”维护消费者利益的诚意所打动。在山东格力官方微博的公共平台上,每天都有近千条信息聚焦格力的这次活动。人们对格力的“除信”营销模式表示了极大的兴趣并予以高度评价。一位来自山东潍坊的用户留言:“除”、“信”、“净”三字承前启后,它是当今中国商业社会正能量的核心。一位济南消费者感慨地说,“除”、“信”、“净”这三个字,不仅在净

水机和空气净化器行业适用,也是当今中国商业新文明的“普世”价值。格力此举对消费者一诺千金,对行业影响意义深远。

净水机和空气净化器从某种意义上讲是一种“良心”产品。——统一的国家标准暂时缺位,偷工减料不会马上被甄别,消费者对它们的认知还处于懵懂状态。正是因为如此,当今这两个行业才出现了鱼目混珠、鱼龙混杂的散乱局面。如何在这样的环境中拨云见日,迅速净化行业,强力撬动行业升级?格力给出的答案是:将心比心,以心换心。

有了这样的认识,一个字跳到了山东格力负责人的心头——除。“除”,承载着人们对中国商业老信誉的眷恋,包含着买卖双方坦诚无猜的真情。以除促信,以信释除,只有凝聚起买卖双方强大的正能量,才能扩大共识,共同净化行业。如此,一个萦绕在中国传统商业数百年的老信条,经过山东格力的创新整合,挖掘出了它的新价值。除,信,净——成为格力今天整合净水机空气净化器行业的利器,也必将成为当今商业竞争中最高的“绝招”。

山东格力电器负责人自信地

说:“不管最后的销售数据如何,我们的这个活动都应该说是成功的。格力与时代互动,充分激发出格力品牌和消费者两方面最闪光的一面。”

——从社会环境上讲,当前的中国社会正在发生前所未有的深刻变革,人们对中国各层面的信心重燃,正能量正在成为全民追求。格力的本次活动无疑给越烧越旺的民间信心又添了一把火,当然也会得到社会广泛的积极响应;从格力自身的品牌影响力来讲,20多年的不懈坚持和务实创新,让格力积累了大量宝贵的“诚信资源”,格

力已经成为品质的代名词,每当行业升级的关键阶段,格力总是走在行业的最前列,可以说,格力是行业整合最合适的旗手和领导者。格力此番出手挑战新行业可谓众望所归,众心所盼。

业内人士指出,“免费试用”做为一种营销手段,不止一家品牌在用,但只有真正理解了其背后的商业规律和内涵,并自觉将高度的责任感来指导商业行为的举动,才能走出单纯“促销秀”的误区,赢得消费者发自内心的响应,实现社会价值、行业价值和品牌自身价值的最大化。格力即属此类。