

根据铁路总公司通知,7月26日起,全国高铁、动车停止赠送矿泉水。此前按铁路部门规定,多数动车、高铁乘客均可凭车票免费领取一瓶330毫升的“5100西藏冰川矿泉水”,而这项免费的服务却“暗藏”招标信息不公开、铁路部门超标采购等问题。

高铁取消赠水何以激起舆论波澜

中国铁路总公司26日发布通知称,全国各高铁站将不再向动车乘客“免费赠水”。对这一消息,不少人第一反应是震惊:原来习以为常的“5100矿泉水”居然是赠品。那么接着问题就来了:为什么取消“赠水”却不降票价?有业内人士分析,车上、车站已经可以提供饮用水,再赠瓶装水的意义不大。但这一小瓶神秘水的前世今生,却值得掰扯一番。

网友们之所以不买账,其实不只纠结一瓶水的有无,更在乎的是小瓶水背后的大生意。据新华社之前的报道,免费水发放随意、地点不明显,超过一半的旅客实际上喝不到,而生产商的毛利率多年超过70%,净利润6年涨近40%。重要的是,这家外资生产商,仍须铁路部门支付购买它的产品。换句话说,表面上对乘客是“免费”,说到底还是由国企买单,最终要转嫁到乘客、公众身上。

因此,动车的“赠水”名曰营销,实则垄断。仅看披露的财报数据,中铁快运迄今累计投入15.92亿元“买水”。身为国有企业、垄断企业,每一分钱怎么花,都应当充分地尊重乘客的意见、公众的意见。拿着国有资产,未经讨论便购买大量“赠水”,反过来想发就发、想停就停,未免让人想起“任性”与“傲娇”等词。

应当说,作为关乎国计民生的特殊行业,铁路垄断经营有一定的合理性。然而,有垄断就要有监管,就要公开透明,一分一厘都要向公众交代清楚。以往,很多人对动车的票价、服务质量有过意见,可经常是媒体一批评,勉为其难回应一二,便不了了之。这次“赠水”的风波其实早前几个月已露端倪,如果还是“事出有因、查无实证”地糊弄过去,恐怕真的难以服众。

“铁老大”既然改为企业,那就要按

媒体对高铁“免费水”的质疑,主要包括两个方面。一是管理不善,赠水服务存在较大漏洞,旅客要么“喝不到”,要么“随便拿”,管理和服务水平低下,与如此巨大的采购项目不匹配。二是,铁路总公司(以及改制前的铁道部)是供水企业西藏5100的主要客户,铁路部门采购矿泉水成为这家外资控股企业这几年最大、最主要的生意,令其在资本市场上高歌猛进,但采购似乎并未按规定进行公开招标,其间是否存在不当利益输送或腐败交易?

上述问题可以归结为:铁路部门采购矿泉水并向旅客免费提供,这一重大决策是否经过了严格的必要性、可行性论证?是否按规定进行了公开招标?在决策和执行过程中,有关部门和人员是否涉嫌违规操作或腐败交易?要回答这些问题,需要公布当初这一决策的

论证和决定过程,以及项目是否招标、价格谈判、采购明细账等与项目有关的信息,都应当全面、详细地向社会公开。2012年12月,广东律师庞琨向铁道部提出政府信息公开申请,要求公开高铁票价中是否包括一瓶西藏5100矿泉水的价格,被铁道部拒绝。2013年2月,庞琨将铁道部诉至北京市第一中级人民法院,要求判令铁道部公开相关信息,4个月后,法院以“铁道部已经拆分被告不明确”为由退回了起诉书。

2013年3月,铁道部拆分为国家铁路局和中国铁路总公司,之后法院以“被告不明确”退回律师的起诉书,这在程序上应该说没有问题。但是,《政府信息公开条例》规定,教育、医疗卫生、供水、供电、公共交通等公共企事业单位在提供社会公共服务过程中制作、获取的信息的公开,参照政府信

市场的规矩办事:一是成本与收益的核算要相当。国家投入那么多人、财、物力,万千普通乘客的“获得感”究竟怎么样?每年几个亿买水、赠水,要是用来降低票价或者改善服务,会不会更经济更划算?二是契约意识与法治精神。买水、赠水的招标信息常年说不清道不明,政府采购价怎么比网络零售价还高?

国企,国之重器,做大做强做优是全民共同愿景。什么叫强、哪里算优,得让老百姓来评价。只有主动承担起社会责任,审慎、稳健搞好服务与经营,让乘客舒适度与付出的价款基本相当,让国有资产不被任何营销的旗号侵蚀、甚至流失,国企才能收获到广泛的信任,才能克服“老不信”的舆论危机。一瓶水的事,看似不大,较真起来,真不是小事,闻者当足戒。

(据《京华时报》)

高铁不再送瓶装水,你怎么看?

正方:赠送矿泉水本就是铁路运输企业的一项服务措施,相关费用不包含在票价内。随着各高铁站服务设备和配套设施的进一步完善,车站和列车的直饮水和热开水设施能够满足旅客的饮水需求,因此车站不再赠送矿泉水合情合理。

姜文来:没有免费的午餐,这是商场铁律。高铁属于商业运营,如果矿泉水不能为其带来利益(包括品牌宣导),中断此业务太正常不过了。

罗立志:取消赠送瓶装水,符合当前的党政方针,有利于节约。众所周知,在全国“两会”都不提倡发瓶装水了,好多地方的会议室里是提供大瓶装的饮用水,各取所需。我国水资源贫乏,如果说不注重节约,生活就是大问题。高铁、动车乘客多,如果说免费赠送,需要多少水呀?有些人可能不将免费赠送的当作珍贵东西,不爱惜,喝一点就丢掉了。这样,还给列车环境卫生造成麻烦。

刘传斌:铁路有关人士表示,此前赠送矿泉水是铁路运输企业的服务措施,相关费用不包含在票价内。如果矿泉水只是铁路部门对高铁乘客的一个附赠品,免费矿泉水也就算不上每名乘客的正常“福利”。因此,对不再送瓶装水一事,乘客应保持平和心态。但是,铁路部门必须随时免费提供开水,保持车内整洁,确保安全秩序,进一步提高服务水平。

小群:无所谓了,相对于那么高的票价,一瓶免费矿泉水能值几何?记得当年老家有据俗话说得好,买的起门,还买不起那个门搭子吗?

反方:为什么免费水说取消就取消了呢?在一些高铁车站,领取点不容易找,旅客难喝到免费的矿泉水,但每年铁道部还是大规模采购,其最大的受益者就是矿泉水供应商,让人担心的是即使赠饮成本不包含在票价内,但每年数亿元的采购开支,还是会进入国家铁路的运营成本。如果铁道部不公开采购信息就让人难以接受。

李兆清:高铁、动车给乘客提供免费水,这看似是一种福利,但其实,买水的钱已经包含在车票价格中了。高铁、动车不再提供免费水,笔者关心的是,高铁、动车价格是不是相应地下调一些呢?

隔岸枫红:一瓶水值几钱,要小题大做?有“免费供应”的洁净水就可以了。倒是那个车票那么贵,咋没人说说?把成本账亮一亮还消费者一个明明白白,也免得藏污纳垢,豢养贪婪。

(据红网)

高铁“免费水”其实很昂贵

息公开执行,因此,公开“免费水”项目的决策和实施过程,以全面、详细的信息公开回应公众的关切,这个责任就从铁道部转移到了铁路总公司身上,作为相关“被告”的资格和压力,也转移到了铁路总公司身上。

据报道,中铁快运为“买水”已累计投入15.92亿元,每瓶矿泉水成本比有些渠道零售价还高,而这些钱最终都要由旅客买单。高铁“免费水”其实很昂贵,如今“免费水”停止向旅客提供,但其引发的质疑并未由此消失,公众行使知情权、监督权不会停止,媒体探究“免费水”背后真相不会停止。目前,中央第八巡视组已进驻铁路总公司开展专项巡视工作,高铁“免费水”暴露的诸多问题,也应当引起巡视组的高度重视。

(据《新民晚报》)

高铁免费矿泉水不能稀里糊涂取消



高铁、动车再也没有免费矿泉水了,消息一出,吐槽声一片,“喝过的请举手”、“听都没听说过”、“票价能降吗”……本是一项重金打造的免费服务,对乘客来说就是额外福利,结果“热脸贴冷屁股”,乘客并不买账。

社会对高铁、动车上免费矿泉水的争议和质疑,从未停止过。从不知“免费水”的存在,到怀疑成本加在票价中;从追问成本究竟由谁来买单,到质疑“西藏5100”的垄断;从诟病招标信息不公开,到质疑其中暗藏非法利益输送……说清楚这瓶330毫升的水有这么难吗?

在“免费”的名义下,这瓶水究竟藏着多少猫腻令人遐想。这家在英属开曼群岛注册、香港联交所上市的外资控股企业,究竟是何方神圣,以至于原铁道部各分局每年都会发通知要求“做好5100西藏冰川矿泉水营销工作”,当成一项“政治任务”来完成?铁

路“免费水”背后诸多疑问注定无法回避。一方面是招标信息长期未公开,铁路部门的采购价比部分网络渠道的零售价还高,另一方面是西藏5100公司净利润6年涨了近40倍,多年毛利率超过70%,公众怀疑其中存在不当利益输送,自然是情理之中的事情。

一瓶水见微知著,不仅照出了铁总捉襟见肘的服务质量,更照出了铁路任重道远的市场化改革之路。而公众对于铁老大与高价水的采购合作,可以说充满了各种猜测;尽管这可能并不公允,但是铁总还是有必要公开相关合作细节,以消弭公众的疑虑。

(据《济南日报》)