

# “楼市新政”莫成“富人盛宴”

□殷建光

3月1日,沈阳市政府出台了《沈阳市人民政府办公厅关于促进房地产市场健康发展的实施意见(试行)》,以22条政策举措促进房地产市场平稳发展。仅一天时间内,除了沈阳市,河北省和内蒙古自治区也出台楼市新政,化解房地产库存,促进房地产市场健康发展。(今日本报12版)

楼市新政是减库存,促进房地产市场回暖的重要举措,但是,我们也应该防止“楼市新政”成为“富人盛宴”。一是楼市新政成房地产富商的盛宴。这几天,一线城市房价暴涨,这样的暴涨只能让穷人更加恐惧,只能让房产商富豪更加得意,楼市新政应该避免这样的现象;二是打造个别人的富人盛宴,比如,上海一手房价价格上涨也带动二手房火爆。数据显示,上海二手房市场成交连续两个月突破4万套大关。上海购房者称去年6月份买的一套房子现在涨了500万,涨了百分之七八十。工作再辛苦努力不如买套房,成为很多购房者的内心写照。工作辛苦努力不如买套房,这种现象不应该有,因为这种现象很容易导致人们对房子的过度投资,削弱其他经济的发展资金力量。

通过楼市新政,减库存,促进房地产市场回暖,这是好事,但是,这个好事应该让所有的公民共享红利,不能成为少数人的红利。因此,我们一方面要推出楼市新政,另一方面要对价格进行调控,要建立楼市每平方米价格与城市月人均工资的挂钩机制,楼市每平方米价格不能超过城市人均月工资的1.2倍,这应该是一个基本底线。如果超过了这个平均数,那么,就是楼市价格畸形,楼市经济就会影响其他经济的发展,楼市经济就会过热。

楼市新政本来是好事,但是,这个好事要防止让楼市回到房价畸高的时代,现在,一线城市已经出现了苗头,我们必须坚决打住,我们要进行全程全员的监控,防止楼市新政成为富人盛宴,穷人灾难。

房子是一种特殊的商品,房子问题关系到每个老百姓的切身利益,房子可以拉动经济发展,但是,也会造成巨大的资源浪费,比如现在一些地方出现的“鬼城”,同时,也可能给人们带来巨大的生存压力,比如过去出现的一些“房奴”。我们的房产新政不应该打造新鬼城,不应该让公民变成房奴,这是我们必须提前预防的问题。

房产新政频繁出台,这是必然趋势,在经济新常态时代,我们的房地产市场也有新常态,千万不要回到打造房奴和鬼城的陈旧时代。

# “份子钱5毛”是乡村自治成功样板

□陈广江

5毛钱,能干吗?能随份子钱!据山东广播电视台齐鲁频道报道,在山东省淄博市淄川区凤凰镇南太合村,红白喜事随份子都是5毛钱,如果给多了,哪怕是100块,也得找你99块5毛,而且这个规矩坚持了30年。据村民称,这个传统是一个在村里干了30多年的老村干部提倡起来的。(3月1日新华网)

想想我们身边水涨船高,扭曲变味的份子钱,再看看人家5毛钱红包里的淳朴民风,恍若隔世。每个人都会追问:他们是怎么做到的?原来,几十年来,南太合村有个不成文的规定:谁家有了红白喜事,大家就去无偿帮忙,留下吃饭的只有至亲,乡里乡亲只收几毛份子钱,一直到今天。

无论是好民风还是坏民风,一旦形成“风”,就会有强大惯性,进入某个循环。

份子钱限额5毛坚持了30多年,可视为乡村自治的成功样板和稀缺典范。事实上,只要有合适的“挑头人”,有恰当的“自组织”,村民就有自我约束、自我管理的能力和智慧。份子钱限额5毛是一个老村干部提倡起来的,加之红白理事会这一自治组织的作用,才让南太合村长期保持了勤俭节约的淳朴乡风,并影响了周边乡镇。

十八届四中全会强调,要发挥乡规民约等社会规范在社会治理中的积极作用。乡规民约凝聚了村民共识,具有契约性和自律性,是移风易俗的最佳突破口。只要基层政府拿出积极作用,群众自治组织真正起作用,党员干部甘做“出头鸟”,南太合村的成功样板就可以复制。



礼轻情重 王恒/漫画

## 微声音 | WEI SHENG YIN

这些两会常识,你都懂吗?

全国两会明日开幕,这些词你能分得清吗?①“代表”和“委员”:出席人民代表大会的是代表,出席政协会议的是委员。②“界别”与“届别”:“届”是从时间上说的,“界”则是针对委员的工作领域分类。③“审议”与“讨论”:全国人大代表“审议政府工作报告”,全国政协委员“讨论政府工作报告”。@人民日报

变胖,可能是“另一半”惹的祸

你是不是总是感叹自己“又胖了”?当心这可能是你的伴侣惹的祸。英国医学研究理事会分析了2万人的健康数据后发现,无论先天基因如何,成年时期的生活方式对体重有着显著影响,婚后与伴侣共享的饮食、健身习惯会影响你的身材是健美还是大腹便便。@荆楚网

## 非常道 | FEI CHANG DAO

刘士余:放火把家烧了的孩子将来肯定没出息

证监会主席刘士余曾笑称自己是“贾府里的老祖母”,并表示“无论是传统金融机构还是互联网金融机构,都是自己的亲儿孙,自己都疼爱,希望每一个孩子都健康成长,所以成长过程中遇到的种种问题,我都要操心。”

刘士余将自己的观点形象地表述为,“孩子在家折腾,盘子碎了,盆也碎了,沙发也折腾出多少个窟窿来,这孩子将来一定有出息;但放火把家烧了的孩子将来肯定没出息。”刘士余为互联网金融,特别是P2P划出了两条不能触碰的底线,“一个是非法吸收公共存款,一个是非法集资。”

## 世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

# 82年前教育大纲反衬教育时弊

□戴先任

“每天写日记一篇”“每天吃开水五大碗和豆浆一大碗”“每天大便一次且有定时”……近日,不少教育论坛都在转载一份1934年的《淮安新安小学第六年计划大纲》(以下简称《大纲》),其中对小学生的成长应该做到的事情做了非常细致的规定。记者采访了解到,这份大纲并不是杜撰的,主创就是陶行知知的学生、淮安新安小学第二任校长汪达之。(3月1日《金陵晚报》)

规定每天定时大便,很多人看到此都忍不住笑了,类似这样的细致要求并不少,什么“每天吃开水五大碗和豆浆一大碗”,这些要求难以做到,但《大纲》中有些规定对现在的教育倒很有借鉴意义,比如其中要求学生用十种以上的普通药品;在木匠、瓦匠、铁匠等工人中,选择一种,详细观察记载;要学会游泳和撑船。这些正是现在教育所缺乏的素质教育。

根据了解,这份大纲的主创是陶行知知的学生、淮安新安小学第二任校长汪达之,而陶行知正是提倡“生活教育”,反对“死读书、读死书”,提倡“生活即教育”、“社会即教育”、“教学做合一”,这些思想都在这份大纲中有充分体现。而这与现在提倡的素质教育不谋而合。

有人或觉得这些规定太过繁琐,实操性差,如每天大便的规定,就太强人所难,难以得到执行。其实这些规定每一条都不荒诞,但从医学上来说,养成每天定时的排便习惯,会使排便成为身体一种周期性、节律性的机能,“一天大便1次”虽不必强求,但确实对身体最好。《大纲》对小学生的规定,就是想让学生从小养成健康生活的习惯,这会让他们受益终身。

比如让学生“会用十种以上的普通药品”,这实则就是在对学生进行安全教育,让学生懂得保护自己;让学生学会“游泳和撑船”,也是让学生多掌握生存技能。

82年前的一份小学教育大纲不脛而走,并不纯然是人们对历史感兴趣,而更多地寄托了公众对当前教育予以改善的期望,从这一份民国教育大纲中,也反衬了现在教育存在的一些严重缺陷与问题。

# 顾客说好才是真的好 格力空调再夺客户满意度第一

俗语说的好“金杯银杯不如老百姓的口碑,金奖银奖不如老百姓的夸奖。”对于企业来说,顾客的认可无疑是对其最好褒奖,直观体现了企业过硬的产品品质及优质的品牌形象。

近日,中国质量协会和全国用户委员会发布2015年空调产品满意度测评,格力空调以84.4分的成绩再次获空调品牌顾客满意度最高分,在“顾客满意度”、“忠诚度”、“整体品牌形象”、“行业感知质量”这五个维度的测评大PK中,在国内外12个品牌里,都稳居第一!

据了解,此次调查由中国质协满意度测评中心实施,旨在持续了解空调行业主要产品的满意度水平,给广大用户提供消费依据,也为空调企业提供产品和服务质量参考信息。

放眼当下的空调,世界名牌者有之,混水摸鱼者亦有之;品质卓越者有之,外强中干者亦有之;技术领先者有之,山寨坑人者亦有之……在如此鱼龙混杂,泥沙俱下的空调市场,作为空调的亲身使用者,顾客无疑是对空调好坏最有话语权和评价权的人。

空调品牌顾客满意度调查报告代表的不是一个两个用户的想法,而是中国空调市场整体用户意向。可以这样说,格力压力各大中外空调品牌,获得顾客满意度第一是消费者对格力空调品质、技术的深度认可,是格力多年来以消费者需求为己任,在空调领域不断深耕细作的深切回馈。

多年以来格力坚持自主创新,不断突破制冷技术的发展瓶颈,创造了“双级变频压缩技术”、“磁悬浮变频离心式制冷压缩机及冷水机组”、“光伏变频直驱离心机组”和“百万千瓦级核电水冷离心式冷水机组”等等“技术神话”。生产了如格力“画时代”空调、格力“金贝”空调、格力玫瑰空调、I尊U尊变频空调等一系列广受消费者欢迎的,集实用、美观、创新与为一体的精品空调。

凭借这些自主研发的原创新技术和优质产品,格力连续获得国内外各项大奖,得到了全球消费者的认可与行业尊重:2月16日,格力研发的“双级高效永磁同步变频离心式冷水机组”获得2015年度广东省科学技术进步一等奖。2

月17日晚,董明珠执掌的格力电器凭借自主研发的光伏直驱变频离心机,获得英国ACR新闻奖的年度环保产品大奖。而就在去年的9月23日,同样在英国伦敦举行的另一场盛会——英国RAC制冷与空调杂志年度产业颁奖礼上,格力光伏中央空调获得年度国际成就大奖,这也是中国空调企业的名字首次出现在获奖名单中!

一款款优质产品,一项项核心技术,加上中外行业大奖的频频加持,格力能够连续五年获的消费者满意度第一可谓实至名归。有了消费者的口碑作为强有力的支持,“中国空调哪家强”这个问题的答案不言而喻!

**活动链接:**还记得去年11月28日、29日的安徽沸腾活动吗?18万人2天消费了5.05亿元的格力产品,创造了安徽乃至中国家电史上的营销奇迹。

现在,同样的机遇就在眼前。3月4日—6日,安徽格力开年大促“春雷行动”即将上演,与安徽沸腾相当的价格力度,更多的礼品配送,更便捷的购买渠道,想要购买格力产品的您,赶紧到身边的格力专卖店认筹吧。错过“安徽沸腾”,可千万别再错过此次“春雷行动”。