

别让房产“微利宣言”迷了眼

【今日视点】

在7月4日开幕的博鳌房地产论坛上,开发商们发表的宣言指出,近十年来中国宏观调控政策的变迁,决定了中国房地产行业必须转型,进一步迈向理性化、专业化、品牌化、国际化、科技化和微利化。(7月5日《第一财经日报》)

在这“六个化”当中,最令人感兴趣的,恐怕还是最后这个“微利化”。某房产大亨那句经典的“房地产就是要允许暴利”仍然回响在耳际,在这个时候,突然听说房地产商们集体意识到了自己需要

“微利化”生产,怎么也不敢轻易相信。难免要以小人之心,度一次君子(或许是吧)之腹:地产商们发表“微利宣言”,究竟意欲何为?

从理论上讲,房地产的微利时代具有必然性,毕竟,房地产行业既不是国家管制垄断的行业,也不是有排他性核心技术行业。尤其随着土地成本的大幅上升,这个行业其实离微利时代已经不远了。话虽然这么说,但没有一个置身于暴利领域的产业会心甘情愿地向“微利时代”投怀送抱。

去年以来,国家为了抑制高房价采取了一系列措施。尤

其是今年5月“国六条”颁布以来,其中“90平方米”户型要占到70%等规定,让房地产行业嗅到了转型的必然。通过这样一个宣言,可以表现出房地产业界接受国家宏观调控政策的姿态,但并不意味着他们真的从心里愿意接受“微利时代”的尽快来临。据媒体报道,房地产业界正在对“90平方米”规定是针对套内面积还是建筑面积,与管理部分充分博弈,恐怕也从一个层面佐证了这一点。

正如此前几乎所有的地产商不承认自己是暴利,却仍然可以安然享受着暴利一样,

今天的地产商集体宣布要进入微利时代,不过是个姿态罢了,目前来看,没有丝毫的实际价值。当初低房价的时候房地产业都可以做到“暴利”,今日房价居高不下,如何让他们“微利”起来?恐怕都不是发个宣言那么简单吧。况且,没有准确成本核算的公布,在一个密封的套子里,如何让民众相信并见证到地产商们的“微利化”?与其听开发商们的微利宣言,还不如盼着主管部门尽快公布商品房成本、平均利润率等数据来得更实在一点。

(毕诗成 陕西 职员)



张瑞说新闻

别太把自己当个“官”

也不知道算不算“与时俱进”,如今某些地方的人民政府,像个宫殿似的,普通老百姓一看就发怵,要么不敢进去,要么进去就找不着北。把老百姓忽悠成这样了还嫌不过瘾,有的地方的政府还想想方设法设障碍,让你进不去!

近来,乌鲁木齐水磨沟区人民政府办公楼前贴了个《通知》,在全国引起一片哗然。且看《通知》是咋说的:赤脚的、穿凉鞋(拖鞋)的、穿吊带装的、穿露背装的、穿背心短裤的、穿露脐装的、浓妆艳抹的、奇装异服的、衣冠不整的,不管是公务员还是外面来办事的,门卫都得给我统统挡在门外。

嗨,乍看这通知,觉得这个区政府挺严谨、挺正派的哈,可仔细琢磨琢磨,有点不对劲。人民政府,就是为人民办事、为人民服务的,套到老百姓的头上,未免管得太宽了吧?你们可是号称人民公仆啊,有公仆这么颐指气使的吗?再说了,穿露脐装到你政府办事的老百

姓,应该不会很多吧?偶尔一两个穿露脐装的,就能腐蚀到你们的领导干部了?定力不会这么差吧!

如果这个规定只限于穿露脐装的,浓妆艳抹的也就罢了,关键是我担心他们这个通知,限制不了几个露脐的,反倒把绝大多数的老百姓挡在政府门外了。老百姓啊,特别是乡下来的农民,他们没条件也没心思在找政府办事之前,还要从头到脚把自己打扮打扮、包装包装,他们当中恰恰不乏赤脚的、穿拖鞋的,敞胸光膀子的,衣冠不整的。

说白了,就是有少数官员太把自己当个官了,就是啊,你来朝见本官,怎能衣冠不整?分明不把本官放在眼里嘛!

不符合着装要求,就不给老百姓办事,凭什么啊?国家法律规定的么?如果就你一个区政府自己瞎规定的,对不起,咱们不听。什么,不听就不给办事?那咱们得告你不作为!整天不去多想想如何提高政府的办事效率、廉洁的水平,尽瞎整这些玩意,像话吗?

“反油炸事件”也有积极意义

【公民发言】

四川一方便食品企业在成都商业区举行了一个反油炸方便面的活动。有媒体调查后于7月4日播出报道认为,这是企业为炒作散布的假信息。

其实,结论不该如此简单和武断。即便挑起事端的企业纯属为己乃至有些心术不正,但并不排除它也能产生“主观为自己、客观为大家”的正面效应。当有关部门在质量检验、市场监管、信息发布方面做得不到位甚至干脆“不作为”的时候,正需要某些“好事”者站出来揭露黑幕。即使他站出

来的动机并不是“以天下为己任”,而这种“客观为大家”的行为,同样值得肯定。

我倒真心希望反油炸方便面事件确属一场“无中生非”。亦即说,最终由世界顶尖级研究机构研究证明油炸方便面的确无任何害处。即使如此,这一事件的正面意义仍然不容置疑:起码它让广大消费者增长了一条食品卫生常识,让生产别的有害食品的厂家增添了一份新的恐惧。而且,它还能引起或加强有关部门对这类问题的重视,对消费者又有什么害处呢?

(刘以宾 湖北 职员)

谁造就了“奥数”疯狂?

【异论锋生】

著名数学家丘成桐呼吁,国内大学应尽快改变招生时让奥数金牌选手免试入学的做法,因为正是这种选拔制度引发了奥赛的全国性疯狂。(7月5日《新京报》)

“奥数”是用来做什么的?丘成桐的答案是:“我认为‘奥数’是用来激发学生兴趣的,是引起大家关注数学的一个渠道,应该是一种很好的业余活动、课外活动。”丘成桐所言不虚,纵览世界上多数国家,参加“奥数”的大都是业余爱好者,“奥数”只是学生的业余

爱好。但在我国,“奥数”被赋予了形形色色的符号,最明显的例子是,“奥数”训练成了中小学生的必修课。

为什么要孜孜以求“奥数”冠军?答案不言而喻。一旦在国际“奥数”上披金戴银,不仅可以铺就一个人的锦绣前程,而且还可以上升到国家高度的荣耀。那些在“奥数”上有斩获的中学生,当仁不让地被名校的“星探”所掌控。即便不能免试进入名校,高考也可以加分,6月27日,教育部公布的高考加分种类中,第五类是国际科学与工程大奖赛、国际

环境科研项目奥数获奖者,即赫然名列其中。蛊惑之下,谁能心止如水?

常听家长说:“如果我还孩子一个童年,我就要欠孩子一个成年。”诚然,为了孩子日后有个好出路,他们才迫不得已赶风似的让孩子上“奥数”班。问题是,如果某些优质学校不对“奥数”尖子生趋之若鹜,如果奥数获奖者在高考加分中不占优势,如果某些教育部门不把培养“奥数”冠军当作政绩工程,家长会不惜血本让孩子去参加“奥数”班吗?

(清川 江苏 职员)

家教机怎么“神”起来的

【公民发言】

某品牌家教机功效之“神奇”令人匪夷所思:在广告中,今年1月才上市的这款家教机,竟能帮助湖南一考生一举夺得2005年的省文科“高考状元”!

(7月5日《现代快报》)报道一出,立刻引起社会各界的热议。有痛斥生产厂家欺骗公众的;有指责“高考状元”唯利是图,拿了钞票就任由促销广告胡言乱语的;还有延伸到对应试教

育“唯考分论”的口诛笔伐的……但我在想,仅凭“状元胡诌”,“神奇”家教机就能如此红火吗?

近年来,“家教热”不断升温。沉重的家教支出压力之下,一些家庭便把目光对准了往往吹得神乎其神的家教辅导产品,期望着走上一条“投资省、见效快”的家教助学路子。而正是有了这样的社会基础和心理需求,当“状元胡诌”与家教机广告联袂演出之时,顿时也就产生了催化裂变的巨大功效,

让表演双方都赚得盆满钵满、眉开眼笑了。

“状元崇拜”的根基是“家教崇拜”。鱼龙混杂、泥沙俱下的家教热潮,有多少是真正符合教育需求?又有多少纯粹是为了变着法儿掏空家长的腰包?家教治理是不是真的已经到了可以无须多虑的程度?一连串的问号,可能比一个靠虚假广告树起来的“神奇”家教机,更值得相关部门的关注重视,并将其一一拉直。

(司马童 浙江 职员)

南京话本

装修扰梦,咋办?

你睡得正熟,突然感觉墙壁一阵颤抖,“吱吱吱……”的噪音震耳欲聋,是做噩梦吗?爬起来掐掐自己的脖子,疼得厉害,不是做梦。清醒了一下,你终于明白过来:又有芳邻大刀阔斧开始装修了。气愤之后,你只能忍气吞声企图继续睡觉。要不然你还能怎样?难道冲下楼去理论不成,到时他来句“我装修碍你什么事了?谁也没规定什么时候不能装修啊。”还不把你气得屁股冒烟。

昨天看到一条新闻:《南京市城市房屋安全管理条例》即将提交审议,其中有一条是“装修乱拆墙可能要被罚款10万”。乱拆墙要重罚,这当然不错。但自己的命都不要的毕竟是少数,大装特装扰人清梦的却大有人在。现在乱拆墙终于要有个条例来管了,装修扰民呢,什么时候也能有个条例来管管?



■今日主持 赵勇

迎合消费者需求,提供专业化 IT 卖场 宏图三胞 DIY 超级店 7 月 8 日盛大开业

在继上周末宏图三胞山西路实验店开业之后,本周六,7月8日上午,宏图三胞小营店将以DIY体验互动式专营卖场的身份闪亮登场。新开业的小营店,是南京宏图三胞重金打造的一家以专营DIY为主的超级店。该店无论是从产品的摆放、类别的分布还是专业化的一对一的导购服务,都在行业中独树一帜。

随着电脑的普及,IT产业的迅猛发展,DIY不再是少数发烧友的专利,越来越多的用户开始热衷于该领域,纷纷涌入DIY市场,尽情享受自助装机的乐趣。俗话说,有需求就有市场。但在家电卖场,电脑城,甚至百货商场等纷纷涉足IT零售领域的今天,多元化的市场为消费者购买数字产品提供了便利的同时,也给很多消费者带来了新的问题,如何选购适合自己需要的产品,如何挑选物美价廉的正品,成了消费者心中一块无法落地的石头。

宏图三胞DIY超级店的开业运营,所有问题都将迎刃而解。专业化的小营店不仅提供了放心的购物环境,更提供了优质的产品。通过对正规渠道和品牌厂商进货的同时把关,无论消费者是否对产品熟悉,都不用担心会买到假货、水货,而统一开具的正

规发票,也给了消费者信心的保证。更值得一提的是,DIY超级店将采用一对一式的导购服务,从顾客进入宏图三胞小营店开始,就会有专门的一位销售员全程跟随。任何问题都可以随时得到解答。

既然为DIY体验互动式严格执行业务条例以及自身独有的“九大承诺”,让您舒服、明白、放心购物。看来,宏图三胞确是在终端客户上下了一番功夫,可谓质量、价格、服务,专业一个都不少,正是因为迎合了消费者日益全面的消费需求,在市场中为消费者提供了一个专业化的IT卖场,宏图三胞才能以优质的品牌表现和服务,铸就一个真正意义上的“IT工程师的卖场”。

【厚仙】

热烈祝贺瑞风商务车成为江苏省政府公务用车指定车型

荣誉共享 MPV 销量“冠军”



06款瑞风劲锐上市!

refine 瑞风 空间成就自由

瑞风一家亲 仲夏欢乐送

购车用户:现金大礼包+装潢超值大礼包

活动时间:2006年7月1日~31日

【本次活动解释权归南京汇通所有】



中国经济峰会

中国经济峰会

试驾有礼 预约惊喜

江淮瑞风南京汇通特约销售服务店

销售热线:025-57908898 52409666 13382033050

特约经销

镇江江都:0511-8785888

丹阳广陵:0511-6918666

淮安广达:0517-4981111

