

“自住房”不能由银行来定义

【今日视点】

交通银行近日率先对外公布了“自住房”的定义,即贷款人购买的首套住房,并且建筑面积在90平方米以内。有关人士表示,交行的“自住房”定义有望成为业内标准。

(7月10日《新闻晨报》)
“自住房”标准之所以如此引人关注,是因为国家九部委有关房地产调控“十五条”中规定“除购买自住住房且套型建筑面积90平方米以下的仍执行首付款比例20%外,其余情况下,个人住房按揭贷款首付款比例不得低于30%”。

对手头只有首付款20%的购房者来说,如果你买的是“自住房”,那就可以顺利从银行获得按揭贷款,如果不是,那你就无法通过贷款买下这套房。对银行来说,“自住房”究竟如何定义,也直接关系到他们的放贷效率。所以说,界定“自住房”对银行和购房者而言都意义重大。也正是因为如此,交行才迫不及待地公布了他们的“自住房”定义。但交行将“自住房”界定为“首套住房,并且建筑面积在90平方米以内”仍显得很牵强,至少“购买的首套住房”并不一定就是用以“自住”,如果这样的“自住房”定义果真成了

业内标准,那就真的是有点无厘头了。
这样的尴尬其实源自国家房产新政中对“自住房”的定义没有给出明确的标准,政策的些许粗糙给了银行自由解释“自住房”定义的权利,也让“自住房”在很大程度上成了一个可以从多角度解释的含糊概念——交行可以这样认定,其他银行当然也可以那样认定。如此一来,房产新政在执行层面的走形也已经是意料之中的事,这种走形,不仅将损害房产新政的权威性,还将令购房者和银行无所适从,通过房产新政打击炒房、稳定房价的初衷也将大打折扣。

这些可以预见的后果,政策制定者们不能不给予充分的重视。

交行公布的“自住房”定义,虽然有这样那样的缺憾,但至少让我们看到了问题的存在。当务之急是,有关部门应该尽快对“十五条”中“自住房”的概念加以明确和细化,并要求各家银行按照统一的标准予以执行。唯有如此,房产新政才能保持一以贯之的权威性,才能给市场一个清晰可辨的标准,更好地实现政策初衷。官方“自住房”标准尽快出台,相信这是银行和购房者们的共同期待。

(尹之 江苏 公务员)



张瑞说新闻

金陵忆,最忆是大妈

“江南忆,最忆是杭州。”此乃古诗词中绝佳佳句,居然被今人篡改如下:“金陵忆,最忆是大妈……”

敢问此君何以会如此修改?莫非对我金陵不满有加?非也。而是光临南京的外地游客,对南京老太太、老大妈的褒奖是也。概因“南京大妈”生就一副热心肠子。例如,遇上有人问路,大妈们会不厌其烦如实地相告,恨不得亲自带你去。相较之下,有些城市,问路者常常碰一鼻子灰,由此更凸现南京大妈之和善。

外地游客可能有所不知,

“南京大妈”何止热心,还常显巾帼本色。且说前日,安品街一女子下班晚归,楼道里被一蠢贼抢走挎包。女子大喊救命,惊动了吴大妈,你看她,虽已年逾六旬,却鱼跃而起,拿根铁棍,连鞋子都不穿就追将过来。“小贼,哪里逃!”好一个大妈,紧追不舍之下,小偷大骇,此老太太有如神助,倘若入她手,那还了得?惊之下,小偷遂丢下所抢之包,落荒而逃。汗!六旬大妈,如此骁勇,乃见义勇为之心使然。联想许多七尺男儿,事不关己,高高挂起,冷漠异常,怎不心中有愧?

治强买强卖当施重典

昨日听闻,南京建康路有三名强买强卖之女摊贩被公安拘留。消息传出,人心大快。近年来路边强买强卖减少,当属警方施以重典之功。只是,对南京一些专业市场强买强卖现象亦应一视同仁,严加管束。前段时间,有顾客在某家具城便有一番恐怖经历:顾客在查看一个电视柜,交易快成之际,顾客发现瑕疵,便不愿再买。卖主当下脸色一沉,找出电视柜上一个划痕,硬说是顾客弄坏,得照价赔偿。顾客不肯,便被团团围住,有一群女人尖声叫道:你若不赔,休想走出家具城。并推推搡搡,

更有一男子威胁说:再不付钱,就打断你的腿!

某些城市,强买强卖之举比比皆是。在下曾亲眼见到,有鞋贩伏在路边,专门瞄准背包的外地客或乡下人,以“迅雷不及掩耳盗铃”之势,将鞋子又快又狠又准地击向他们,被击中者若不买下鞋子,休想脱身。一些服装市场遇有顾客谈好价格不买者,摊主恶毒咒骂绵绵不绝,甚至会殴打顾客。

看来,整治强买强卖之风,任重而道远。建康路那三名女摊贩被拘留后,亦有少许摊贩认为警察小题大作。窃以为,如此小题大作,多多益善。

南京话本

怀念露天电影

露天电影是我最有意思的童年记忆之一:夜幕降临,广场上黑压压的全是人,我们这些毛孩子骑在大人的肩膀上吃着兰花豆或者5分钱一根的冰棍,在放映机单调的“叭叭”声和虫鸣的大合唱中,似懂非懂地看幕布上的高手们刀光剑影、战士们奋勇冲锋。《小兵张嘎》、《地道战》、《少林寺》、《神秘的大佛》……它们让我的天空变得五彩斑斓。长大之后,电影进了人们的DVD储存盒,我们也把自己关在一个个封闭的空间内看电影,露天电影的惊喜已经无迹可寻。你要问现在的孩子什么叫露天电影,他说不定会惊讶于电影也可以“露天”,的确,他们不知道,电影可以让那么多小伙伴一起开心、一起哭泣。

昨天看到一条新闻,金陵图书馆在暑假期间要举行“爱国主义经典影片观摩”活动,地点是在图书馆的学术报告厅。我在想,如果金陵图书馆把放映场所放在广场上,如果南京还有更多的单位愿意在小区内、广场上多放点露天电影,不仅孩子们会觉得新鲜,我这个老小孩也一定会去凑凑热闹的。



今日主持 赵勇

“研究生收费”是个好开头

【公民发言】

北大宣布,明年起公费和自费研究生都将缴纳学费,但九成以上的研究生将有机会获得高额奖学金,其中最低档三等奖学金将与学生每学年应缴纳的学费等额。新办法明年还将在复旦、浙大等十余所名校实行。

(7月10日《青年报》)
有关研究生培养该不该全面收费的讨论一直不曾停歇,出人意料的是,北大等高校这次的改革与“自费读研”其实关系不大。正如北大研究生院有关负责人所介绍的,“新举措是为了完善研究生教育激励机制。”在我看来,北大们的研

究生培养机制变革还没有触及问题的核心。

高校向研究生收取合理学费是妥当的。学生作为高等教育的受益者分担部分教育成本也是符合市场经济规律的。而之所以强调“合理学费”,是因为高等教育投资不仅可以为受教育者个人带来收益,而且可以为全社会带来很高的收益。因此,研究生的培养依旧必须坚持财政拨款为主,学生交纳学费为辅的方向。

在明确了研究生培养的收费性质后,接下来的问题是该怎么收。这里有两个疑问:一是谁来定价——是大学还是教育行政部门?定价

的过程当中利益主体之一的研究生们该如何参与?二是学费的价格与高校提供的教育产品质量之间有什么样的正相关关系?理清这两个问题很重要,因为目前高校教育成本还是一笔糊涂账。而对研究生来说,要收费可以,先要把账算清楚,要提高培养质量。收费之后学生对教育质量期望值的提高,必将对高校改革形成一种现实的压力,免费读研中的研究生质量不高、专业针对性不强等问题也因此有望得到破解。从这个意义上说,我对北大们明年起实行“研招”收费温和改革之后,抱有更深切的期待。

(夏朴 上海 职员)

暗访监督不如“透明办公”

【热点纵论】

慕江县纪委正在对机关工作作风进行暗访——成立专门的暗访督察组,利用密拍设备,采取暗访手段,搜集全县63个机关单位及工作人员各种负面音像资料,并将作出处理。

(7月10日《重庆晚报》)
如果能将拍摄到的画面不留情面地公之于众,不能否认,这样的做法还是有一定效果的。但这是非常态性的监督,而不是长效监督。真正长效、高效、治本型的监督,是将监督权交给公众,放手让公众来对机关人员进行监督。在这一点上,河北成安

县一年多以前施行的做法值得效仿。成安县也没有什么惊天动地之举,不过是改变了“一个单位一套院,一个科室一间屋”的传统,把1000多名公务员集中在两个综合办公大楼办公;一般局委只有两个办公室,小间供局委正职办公,大间供其他人员办公,人与人之间用矮屏分隔,办公室之间用玻璃隔开。县委、县政府领导的分管事务和本人的手机及办公电话、办公室门牌号等公之于众,来访者可以直接敲门进入任何一间办公室,包括县委书记和县长的。归结起来,就是“通透式办公,公众自由出入”。

“通透式办公,公众自由

出入”的好处实在甚多,减少了政府运营成本,减化了办事程序且不说,监督的成本也可大大降低。因为这种做法,让公务员处于了一个开放的空间里,不但公务员之间可以互相监督,随时可以进入的公众也可以进行监督。每一个公务员都有很多双眼睛盯着,一举一动都不能再随意,所以其不敢粗暴冷漠、不敢虚与委蛇、不敢懈怠。这才以众监督寡的高效监督。

倘若“通透式办公,公众自由出入”成了各地普遍的做法,那么又何必耗费人力、物力、财力搞什么密拍暗访呢?
(孙立忠 山东 职员)

“小大人”未必是好事

【公民发言】

中国青年报与新浪网联合开展的一项有4099人参与的调查发现,19.3%的人对孩子最深的印象是“说起话来一套一套的”,18.7%的人认为孩子们“更早熟了”。调查还显示,80.9%的人感觉现在的孩子有过早成人化的倾向。

(7月10日《中国青年报》)
孩子应该有孩子的特点,“过早成人化”实在不是件好事。在我看来,“小大人”现象产生的原因有三:一个是老师的明确教育,总在用成人的标准去教育孩子;二是家庭的悄然引导,忽视孩子个性,用大人的标准去要求孩子;三是社会的环境熏陶,尤其是一些孩子喜欢看的

节目,渗透着成年人的信息,让孩子不自觉地模仿。

其实,“小大人”现象就是孩子个性被压抑的恶果。这种压抑不但是对孩子成长的压抑,而且是对社会创新力的压抑。孩子应该是充满个性、充满张力的,现在,孩子都成了小大人,没有了个性,没有了张力,还能有多大的活力呢?“小大人”现象应警惕,应警惕这是对成长规律的违背,应警惕这是成年人缺乏尊重意识的表现。我们应该把孩子的世界还给孩子,把自己的霸权意识收回,让孩子们尽快还原自己的本色。(殷建光 河北 教师)

本版言论除评论员文章外均不代表本报观点
wfwcbxyh@vip.sohu.net

格力小家电引领2006年精致消费“新风尚”

日前,格力小家电技术研发中心在格力电器总部正式成立。作为空调行业领军者的格力电器,此次强势出击,成立小家电技术研发中心,再一次彰显格力电器做精做强做大格力小家电的决心和信心。在格力小家电研发中心,笔者深切感受到了格力小家电所倡导的精致消费“新风尚”。

风尚一:将“精品战略”落实到底

在几乎所有生产厂家都会遇到的交货速度和产品质量检测标准的矛盾上,格力小家电秉承格力电器“打造精品企业、制造精品产品、树立精品品牌”的“精品战略”,执行严格的检测标准和不折不扣的检测质量,保证格力小家电质量经得起市场的考验,经得起消费者的考验。据悉,格力小家电的检测标准非常严格,行业闻名。如产品的跌落试验,格力小家电产品检测标准是“五面跌落”,即包装产品的规定五个面分别要经过两次共十次的跌落测试,远高于国际规定的每一次的跌落测试;目的是检测产品的内部结构各零部件是否牢固和考验产品的抗跌性能;又如格力电暖器的电源线检测标准,据了解国标规定上市销售电暖器产品电源线都要经过折弯

检测,格力电暖器电源线的检测标准是10000次折弯测试,折线率必须低于10%的国标规定;而市面上销售的很多品牌的产品折线率竟高达50%至60%。笔者向格力研发工程师了解到,电源线的质量好很难用肉眼看出来,这也是很多不负责任的制造厂家最容易偷工减料的地方;如果线缆的铜线质量不好,铜含量不高,导致电源线的延展性差,所以折线率就高。

在铁、铜、铝等原材料不断涨价对家电生产成本造成一定压力的情况下,格力小家电有关负责人表示:品质是格力小家电的生命,格力小家电绝对不会因为原材料价格上涨,而采取任何影响产品质量的偷工减料或降低产品检验标准的行为。

风尚二:差异化策略满足各种需求

笔者了解到,为了给消费者带来更多的选择,格力小家电2006年将推出更具个性化的精品,产品概括了市场中高档品牌的整体风格基调,包括色彩搭配、外观设计、功能设计等方面上,都遵守色彩简洁、功能方便、外观大方、科技感强的设计原则。比如2006年新品电暖器就采用了淡雅、简洁的雅白色+卡其色风格,形成差异化的高档简约风格。

风尚三:新产品引领精致消费潮流

格力小家电风扇也将新技术引入到新产品当中。笔者了解到,格力新推出的落地扇FSN-40B,不仅有大屏幕彩色液晶背光显示,让使用者对风扇的运行状态一目了然,如当前的风速、定时、风类、负离子释放状态,皆可在彩色视窗中清晰体现出来,另外还有全功能红外遥控、微电脑智能化程序控制等功能。新推出的格力大夏扇,不仅造型独特、色彩高雅,而且功能非常齐全。据格力小家电工程师介绍,格力最新研发的塔式大夏扇完全改变了人们对电风扇的传统概念,这和新款风扇从表面上看不出普通风扇固有的扇叶,却可以大角度柱体送风,科技感非常强,非常适用于高档写字楼、精装修的客厅等豪华场所,满足人们更多的需求,且风力柔和,应用了正常、自然和睡眠风等可根据环境自由调节的智能风技术,上市以来深受消费者青睐,成为家庭风扇中的新宠,引领精致消费潮流。

风尚四:精工制造科技精品

据格力小家电研发中心负责人介绍,一直以来格力小家电产品在研发阶段必须

经过一个风位定位及市场定位环节:格力小家电认为,只有对世界各国的流行趋势有充分的了解和流行因素的足够积累,才能在设计的时候找到最感性又最清晰的设计理念。

在格力一款全身吸顶的高端H系列新品落地扇上,从修长秀美的不锈钢升降杆和晶莹剔透的风叶,可以隐约感觉到中国的婉约细腻;从粗实稳重、设计别致的下支杆和底座上,似乎又看到了欧洲四平八稳的豪华轿车的金属影子,特别是那扇叶在急速旋转的时候,加上蓝色的液晶显示屏和彩光灯柱、错落有致的按钮、小巧的遥控器,还有35分贝超强静音电机设计、7.5小时睡眠定时、“8”字组合插头、二种风类选择等领先行业时尚潮流的多种功能设计,总能让人刮目相看。用“时尚精致”来形容它,恰到好处。

而格力小家电“小海星”系列的身上,却能看到另一种时尚风格:虽然功能设计简便实用,但拥有专利的海星形状出风网罩,冷色调非常丰富的金属色和蓝色搭配机身,档位风速调节,专利底座扩音设计,一体化提手等等,个性鲜明,给人非同一般的时尚精致的感觉。