

# 汇源收购案无关感情有关垄断

## 今日观点

可口可乐收购汇源果汁一事愈演愈烈,在绝大部分网民对收购表示出强烈反对之后,不少关联企业也行动起来,准备联名上书商务部反对此次收购。理由是可口可乐和汇源合并之后,将垄断一半以上的渠道,加上可口可乐的财力支持,其他企业基本没有生存空间。而面对舆论的反对声,一向长袖善舞的可口可乐也陷入了情绪焦虑,开始利用自身影响力压制反对收购的舆论。

(9月8日《北京晨报》)跟那些打着保护民族品牌旗帜不分说反收购的网民一样,可口可乐压制舆论的动作也显得很业余。相反,倒是国内关联企业欲联名上书反收购,显得深谙市场经济的游戏规则。

我始终认为,可口可乐收购汇源果汁只是一个简单的市

场行为,跟所谓的“消灭民族品牌”根本搭不上边,假如价钱合理又不会形成市场垄断,这就是一笔双赢的交易。至于汇源董事长朱新礼所说的“企业就该当孩子养、当猪卖,平常心看待出售”,也只是在商言商,网民们没必要大动肝火。毕竟,你不能要求每一个企业家都能怀有实业报国的高尚理想。

中国已经市场化这么多年,我们应该早就学会用理性而非情绪化来看待商业问题。汇源收购案的核心并不在于民族品牌保护,也不在于对外资巨头的心理抵触,而在于这次收购会不会形成事实上的市场垄断,进而伤害其他企业和消费者的现实利益。从这个角度上来看,关联企业正准备的联名上书,恰恰点中了这个收购案迷雾的根本。如收购将导致垄断,则网民不反对而不能成事;如收购不会形成垄断,即便

有再多的民族感情帽子顶在头上,可口可乐也大可以理直气壮地把汇源娶回家。

旨在反市场垄断的《反垄断法》已经实行,可口可乐对汇源的收购是否会形成垄断,商务部大可依法审核,舆论也应该给予商务部足够的信心,不要试图用对民族品牌的感情来影响商务部的审核。但这并不表示民意对垄断的担忧就能被忽视,毕竟,《反垄断法》刚刚实施,如何依法界定垄断和非垄断,对商务部和公众来说,都是一次前所未有的法律实践,尤其是这么一起金额巨大牵连甚广的收购案,可以说,大家心里都没什么底。正因如此,商务部在这次反垄断审核中,不仅应该严格依法办事,而且还应该多听取各方面尤其是利益相关方的意见,努力让整个审核过程向公众公开,实现真正意义上的透明审核。

比如说,此次关联企业提到的可口可乐和汇源合并后将垄断一半以上的渠道,就是一种必须得到重视的利益表达。企业们提到的担忧会不会变成现实,负有反垄断审核责任的商务部应该给出明确答案,如果说审核结果是不会垄断一半以上渠道,理由和依据是什么,也应该跟公众交代得清清楚楚。此外,如果消协代表消费者出面表达对可口可乐收购汇源后利用垄断地位涨价的担忧,商务部也应该给出令人信服的解释。

可口可乐是不是可以收购汇源,无关民族感情,有关垄断。我们应该有信心,重任在肩的商务部不会受网民们反对收购情绪化表达的影响,能够在充分吸纳各方意见后完成对这一收购案的透明审核,为实践《反垄断法》打造一个有标杆意义的经典案例。

(本报评论员 赵勇)

## 观点链接

汇源收购案是一个比较纯粹的商业行为,它的指归只是交易各方利益的最大化。这样一个商业行为,实在担负不起民族主义的重负。可口可乐与汇源,一个愿买一个愿卖,而且汇源并非国有企业,其他人若要横加干预,是找不到法律依据和道德借口的。我们口号声声说要保护民族品牌,可是民族品牌的所有者却要将其

## 站在消费者立场看汇源收购案

“当猪卖”,我们又如何能保护得了?保护的前提是要发展,而发展企业和决定将企业易主一样,终归都是品牌所有者自己的事,公众是无法代劳的。

欲联名上书商务部的企业也是一样,他们虽然利用的是大众情绪,可实际办的却只是为己谋利的私事。他们并不热衷于关注汇源品牌的未来,他们也并不反对甚至非常期待与

外资合作,他们所关注的只是可口可乐收购汇源对自己利益的影响,这和公众关注的保护民族品牌完全不是一回事。

对于公众而言,正确的关注立场应该是消费者的立场,而不是民族主义的立场。换句话说,汇源收购案只关乎消费者利益,而无关于民族主义。而且我认为,消费者利益立场,也应该是商务部在审查这起收购

案时所秉持的立场,即严格按照《反垄断法》等相关法律,考察收购行为是否涉嫌垄断,是否会损害消费者的利益。事实上,动辄站在民族主义的“高度”,而不愿站在消费者的“低度”,来看待市场经济的商业行为,并不利于民族品牌的强大。因为真正让民族品牌做强做大的,不是民族主义的高调,而是消费者的鼎力支持。(舒圣祥)

# 刘禹锡的“陋室”并非不能包装

## 热点纵论

“山不在高,有仙则名。水不在深,有龙则灵。斯是陋室,惟吾德馨。”唐朝著名诗人刘禹锡任和州(今和县)刺史时的住所,因为他的这首《陋室铭》一举成名。安徽和县打算投入数千万元,将已显陈旧的陋室整体扩容改造,打造成全新的“陋室园”。

(9月8日《新安晚报》)该新闻在各大门户网站引起热议,网络舆论几乎是一边

倒地反对。批评重修“陋室”破坏其文物价值,而且乱花纳税人的钱。应该承认,这些质疑都有道理,但提出质疑可以,却不必动辄上纲上线,一味反对。事实上,不仅是和县,好多地方都在“文化搭台,经济唱戏”,千方百计挖掘人文、旅游资源。重修投入数千万元,将已显陈旧的陋室整体扩容改造,打造成全新的“陋室园”。

将本着历史原来风貌,着力营造文化品位。对陋室本身不做任何的包装,仍以旧貌示人,只是围绕陋室周边进行开发建设。包装“陋室”整旧如旧,不搞推倒重来,应该说,有关部门的这一表态是值得肯定的。

“陋室”该不该包装不是问题的关键,如何包装才是根本。我认为,在包装“陋室”之前,有这么几件事要做。第一就是充分论证包装“陋室”的必要性与包装方案的合理性。测算包装之后的旅游效益与社会效益,

看看砸下几千万元能否获得合理回报。第二,广泛征求并尊重民众意见,特别是当地百姓意见,看看民意价值取向到底如何。第三,就是建设程序与建设资金合法性的问题。在保证民生投入与公共服务质量的前提下,“陋室”包装从项目立项到资金预算都必须经过人大审核、同意。不能由少数领导与一两个部门拍脑袋决策。如果包装“陋室”真能提升地方形象,增加旅游收入,为当地百姓带来福祉,我看也未尝不可。(胡艺)

# 别误读了美国“最大救市计划”

## 热点纵论

美国财政部7日召开记者会,宣布将美国两大房贷抵押融资机构“房利美”和“房地美”暂时纳入政府监督管理,这被视为美国史上最大的政府救市行动。

(9月8日《南方都市报》)“史上最大救市”的称谓,很容易让人联想到当下的中国房地产市场,但我们不能误读了美国的“最大救市计划”,更不能拿来做呼吁政府救市的理由。房利美与房地美对美国金融体系影响巨大,任何一家倒

闭都会导致美国国内与全球金融市场的动荡。市场经济这“看不见的手”,也有照顾不到的时候。次贷危机发生后,就出现了典型的“市场失灵”——房地产供求关系在短时间内发生了较大变化,市场陷入萧条。“市场失灵”的另一个表现是劣币与良币混同,由于次贷引发的公共信用危机,金融信贷机构也几乎“丧失”了鉴别住房抵押贷款申请者资格的能力,使得贷款发放处于停滞状态,这必然会导

致恶性循环——民众不敢买房,或者想买房又无法获得贷款,金融机构一方面面临大量次贷危机引发的呆坏账,另一方面又苦于大量资金无法放贷,最终只能带来更大的运转危机。“市场失灵”时,“看得见的手”就要出面了。美国“最大救市计划”首先及时准确地向公众表达了监管者的态度,不仅具有社会意义,而且深具经济意义。反观我国楼市,所谓的下行危机根本就只是一种尚未定论的捕风捉影,开发商降价自救也只是刚刚开始,这个时候,政府出手救市还远没有必要。

美国紧急干预某个行业也

不乏先例。“9·11”之后,美国政府紧急向受到严重影响的航空业和保险业实施财政拨款和政策支持,避免了这两个行业由于自救力量的薄弱陷入破产境地,推动了美国经济在遭受此次重大打击后迅速恢复元气。

通过强化对房利美和房地美的监管和支持,全面修复美国普通民众取得房贷、车贷与其他信用的能力,这也许就是美国“最大救市计划”的本意所在,而绝非国内某些房产商所言的“政府托市重返暴利时代”。(毕刚)

## 单双号限行是对财产的征收

### 【中国观察之杨涛专栏】

奥运会之后北京是否要将单双号出行制度化,最近引起了舆论的持续热议。按照赞同方例如学者秋枫的观点,个人在某一时期较多占用道路的事实,也不能变成一种私法意义上的路权,城市管理者可以基于公共利益考虑调整路权分配,但要经过严格的民主程序;反对方例如学者蔡定剑认为,单双号限行关系到侵犯私人财产,它限制了财产的使用价值,是不能通过民主投票方式来解决;也有反对者提出,这还涉及到一个“法律不溯既往”的问题——政府只能对法律生效后新置车辆实行单双号限行。

这里就涉及到一个重大的法律问题,限行是对路权的限制还是对财产权的限制?如果是对路权的限制,那么就是对公共资源分配的问题,当然可以通过民主表决;如果是对财产权的限制,那么财产权是一项宪法保障的公民基本权利,大多数人的表决并不能随意剥夺私人的权利。

从表面上看,限行只是规定汽车在一定时间不能在路上行使,它是对于路权的限制,但实际上,车主的路权,本身就是车主汽车财产权延伸的一部分。某种程度上讲,路权是汽车财产权的附属权利,因为汽车的主要功能就是上路行驶。举个例子来说,房屋主要的功能是居住,但现在开发商为了达到拆迁的目的,将房屋四周的去路堵塞,断

水、断电,那么实际上就是对于房主所有权的侵犯。所以,认为限行只是对路权的限制,没有看到其背后对财产权的限制,是不对的,根本上说,限行就是对财产权的间接限制。

但车主的财产权是不是就一定不能通过民主表决的形式来限制呢?并非如此。现代社会中,私有财产神圣不可侵犯也不是绝对化的,为了公共利益,法律可以对私有财产进行适当限制。《物权法》就规定:为了公共利益的需要,可以征收个人的房屋及其他不动产。由于单双号限行涉及交通、污染等重大公共利益,所以是可以对车主私有财产权进行限制的,关键在于必须充分讨论和制定相关法律法规。

如果通过法律规定推行单双号限行,在法律意义上可以理解为,是为了“公共利益”对车主私有财产的“部分征收,那么也就自然涉及到“合理补偿”的问题。至于标准是什么,可以讨论,比如减免购置税、养路费,给予相应的补贴,等等。

此外,值得一提的是,如果要出台限行法律,那就应该明确规定:法律生效后新置车辆实行单双号限行。这就不涉及到对私人财产的征收问题,正如立法对枪支和管制刀具进行限制一样,公民在购车前已然知晓并有选择权。因此,公民在购车后,当然应当遵守法律关于限行的规定。

(作者系江西科技师范学院客座教授)

## 推迟增长工资不是什么良药

### 热点纵论

“经济增长面临严峻形势,《工资增长机制》推迟出台”——这是一条来自“官方权威人士”的消息。《工资增长机制》全称是《关于建立企业职工工资正常增长机制的建议》,被认为是近年来规格最高的引导工资改革的文件。该文件要求加速推进企业工资集体协商制度,并且要求工人的工资增长与CPI挂钩。

(9月8日《济南日报》)推迟出台的消息令人失望,它似乎表明,有关的专家和决策者,并没有真正搞清目前“经济增长面临严峻形势”的真正原因。这个根本原因其实只有一个,那就是“外需回落”,因为中国近三十年来,走的就是出口导向型的路子,一直在搞所谓“两头在外,大进大出”,经济发展严重依赖国际市场,尤其是来自美国的订单,可以

说美国经济打个喷嚏,中国经济就要重感冒。因此,中国经济目前的“严峻形势”,正是这次美国次贷危机所诱发的经济衰退的一个副产品,为了缓解这种“严峻形势”而推迟《工资增长机制》的出台,相当于美国经济生病,却让中国工人吃药,不仅不公平,而且也无济于事。

中国经济要走出“严峻形势”,摆脱严重依赖国际市场的窘境,出路只有一条,那就是要变出口导向为国内导向,变依赖外需为主要依靠内需。而要扩大内需,最直截了当的做法只有一条——涨工资!尤其是给那些收入最低的打工群体涨工资,因为他们的需求被严重抑制了。不妨设想一下,如果在外需回落的情况下冻结国内工资增长,会产生什么情况呢?肯定是内需回落,在国内、国际两个市场双双萎缩的情况下,中国经济的前景就真的很令人担忧了。(郭松民)

## 警惕招商引资中的渔利冲动

### 公民发言

温州商人厉崇昌到湖北京山县新市镇投资小水电站。镇长称设计和施工不用公开招标,实际操作中却被当地乡镇干部承接后转包。耗资420万元的工程“竣工”后的鉴定结果是:拆除重建。该工程主要承包负责人陈华的真实身份,是京山县新市镇派出所警察。

(9月8日《长江商报》)在全民招商的热潮中,湖北京山县新市镇又演绎了一出“招商吃肉”的丑剧:先扮孙子把客商骗来,然后马上变身为爷爷,将招来的客商当唐僧肉,一口一口吃掉。

如今,在媒体的揭露下,该工程承包人陈华的警察身份大白于天下。其实,陈华对外公开承接工程的行径,在新市镇派出所几乎是公开的秘密。谁都知道,公务员私自承包工程违反了《公务员法》的明确规

定:公务员不得从事或者参与营利性活动,在企业或者其他营利性组织中兼任职务。同样,谁都知道,新市镇镇党委书记黄元峰为什么要将这一项目承包给陈华。我的问题是,这件事,在当地已造成了恶劣的影响,可三年过去了,为什么非要等到水电站刚竣工就报废才来追究当事人的责任?难道说,此前有关方面对此毫无察觉?如果说,黄书记涉嫌“渎职罪”、“受贿罪”,那么,负责监督的有关部门是否也有不作为之嫌?我在想,假如这帮吃了唐僧肉的人如果没有将工程做砸,而是让小水电站顺利地发电,那么,它背后隐藏的罪恶,是否会得以曝光?如果招商引资时没有那些匪夷所思的优惠,又会不会有后来的那出丑剧呢?如此看来,这反思的,不仅是权力的监督,还有不问青红皂白就招商引资的政策本身。(张兰英)

## 五星启动“家电全品类让利”

自五星08秋季家装节开幕以后,各品类产品销售均有大幅增长,家电市场也进入“金九银十”的旺季。为了迎合和满足消费者的需求,本周五星将借中秋小长假,掀起家装节优惠让利的高潮。以彩电、冰洗、空调、厨卫等畅销家电器为主的品类联手,从价格、礼品、增值服务等方面带给消费者更大的实惠。

上周五星电器就借新街口旗舰店重装开业强势启动08秋季家装节,最全的产品线、最实惠的价格,提供最优

质的家电解决方案成为此次五星全面领跑秋季家装旺季的核心。五星本次家装节也联合各大家电厂家投入众多资源,其中最值得关注的是家装必备电器,包括冰箱、洗衣机、空调、彩电、厨卫电器等,这些都是绝对的消费重点,一些新型生活小家电销售也相当突出。家装市场消费者还是以套餐购买为主,购买2件及以上的顾客占80%,其中中高端机型受到消费者青睐,如高清平板彩电销售占到彩电品类近50%的份额。

五星电器的秋季家装节

刚刚打响头炮,“金九银十”的家装旺季对家电卖场来说还有很大的市场空间,五星表示从本周起促销形式将更丰富,还将在新产品上市和增值服务等方面有所动作。而本周又恰逢国家假期调整后的第一个中秋小长假,之前的“假日经济”带来的收益更让商家看好这块“蛋糕”。而有意购置婚庆家装电器的消费者不在少数,因此五星电器将借中秋节的小黄金周效应,为新婚新居人群带来家装电器促销活动的提档升级。

本周五星将联合方太、老

板、A.O.史密斯、海尔、西门子、三星、夏普、LG、海信等众多厂家追加让利,加大家装节的促销力度,更加强调价格上的卖点,满足更多消费者的需求。活动期间,在五星电器卖场购物将享受最优价格保护,如果购物价格高于其他家电商家,凭有效销售凭证,五星双倍赔付差价。累计购物满一定金额还能得到丰富的礼品回馈。同时五星还将以整体家电解决方案为主打,为顾客提供一系列的增值服务。通讯员 陈程 快报记者 黄建军