

谁来代表消费者与中房协PK?

【媒体思想之曹林专栏】

房市低迷，不仅开发商着急上火，又以“房价只是俯卧撑”自慰，又是集体拜见“猪坚强”，其实地方政府也很上心，许多地方都放松了调控开始将救市提上日程——然而吃惯了暴利的开发商还嫌政府的救市力度不够，于是撺掇其利益代言人中房协向国务院有关领导提交了一份建议：改变目前“严厉”的房地产调控政策，改为“适度控制”。具体政策包括允许地方政府自行救市、降低房地产交易有关税率、鼓励改善性住房需求等等。

(9月24日《21世纪经济报道》)

舆论顿时一阵狂轰，纷纷质问“中房协代表谁的利益”——言下之意是“怎么不代表千万房奴的利益”。这个问题问得实在脑残，人家中房协从开发商那儿又吃又拿的，当然要帮开发商说话，通过合法正当的渠道表达一下利益诉求并无不妥。正如今年两会上政协委员张茵代表企业利益提交提案建议取消“无固定期限合同”一样，这种表达非常正当。在许多发达国家，这种利益群体向决策者施压

的现象非常普遍，每到议员开会的时候，议会走廊上到处都是各种类型的游说团体。

相比过去，中房协上书甚至能体现出一种进步。因为过去房产商影响政府决策往往是很隐蔽的，人们根本看不到。典型如学者孙立平所说的，当年央行出台旨在严控开发贷款的121文件，就因为商人瞒着公众向政府施压而遭搁浅。公众不知情自然也就无法平等参与博弈，也不知道开发商采取了哪些手段俘获了权力——而如今这种利益施压变得越来越透明了，利益集团不会刻意遮掩，政府会坦然公开，公众能迅速看得到。一透明就好办，一来大家都在法律框架中采取正当手段，二来可以平等地博弈，你开发商可以通过中房协上书，公众可以通过自己的利益代言人影响决策。

问题正出在这里，正像两会时张茵提案引起的公共话题：张茵能代表商人建议取消无固定期限合同，可谁来代表工人在两会上反驳张茵呢？公众在住房消费上的利益代言人在哪里？

媒体吗？很难，舆论毕竟是一种软的力量。消费者协会吗？连日常那些买到假货之类

的小事都难以帮消费者维权，更别指望住房这么大的事了。人大代表政协委员吗？许多代表委员本身就是开发商，你说他们会代表谁的利益。专家学者吗？开发商能给学者很高的代言费和出场费，虚空的公众能吗？那只能是千万个房奴自己联合起来了——可开发商联合起来很容易，而匿名分散在市场中的亿万消费者则很难联合，各有各的利益，难以坐在一起形成利益共识，集体行动的成本太高了。弱势、分散的消费者根本没有像“中房协”这样强势的利益代言人。

更何况在利益驱动下，很多地方政府天然地就坐在房地产商一边：一方面因为开发商有实力俘获权力，另一方面因为楼市的繁荣有利于官员的政绩，无论是从卖地财政还是GDP数字看都是如此。所以在这种利益格局中，即使没有中房协的上书和开发商的叫嚷，地方政府都会主动地迎合开发商的利益而放松对楼市的调控。又没有强势的利益代言人，很多地方政府又选择站在开发商一边，所以大家看到“中房协上书国务院”这样的新闻时，才会产生如此大的焦虑。

(作者系《中国青年报》编辑)

利益表达并没有“原罪”

■第二落点

我能够理解消费者的愤怒，但在现代社会，即使是由行业利益代表者所组成的压力团体，其参与决策的努力也没必要全面否定，兼听则明、侧听则暗，多一种声音会给人理多一个机会。

对于国外立法中压力团体的作用，我们耳熟能详。但对于我国的利益团体，我们却总是抱着警惕的态度，认为出于自身利益而向决策者施压是不恰当、不道德的，而那些即使为了小团体利益存在的团体，也不敢打起维护自身利

益的大旗，总是千方百计地打起公益的幌子。

利益分化使得不同的利益群体都有有着利益表达的需要，而利益团体表达机制在公开场合又受到价值判断的限制，于是利益团体就只能依据潜规则来影响决策，极易形成道貌岸然实际却又各怀鬼胎各使暗招的局面，于是前段时间就有了特定利益群体行贿决策者暗中影响部门法规划制的新闻。

这一切告诉我们，我们不应该忽视不同利益群体表达意愿与参与决策的需要，我们也不应该否认人们拥有参与和表达的权利。我们不应该反

对任何一个人、任何一个群体对于决策的参与，应该以理性的态度看待不同利益群体，认真对待利益集团间的博弈，从而使得社会在妥协中走向和谐。

当然，中房协代表着开发商的利益，而开发商也有着暴利的恶名，但只要中房协是透明地参与决策，这就是值得尊重的，所有的人都有参与决策表达利益的权利，中房协也不例外。

我承认，表达的机会并不平等，但这并不是堵死中房协的理由，中房协并没有剥夺利益相对者的表达权，迫切的问题其实是，消费者的表达权如何强大起来？(邹云翔)

上书求救 不如降价自救

■第三只眼

中房协建议的用意十分明显，即假借帮部分家庭改善住房条件为由，试图让政府放松对二套房贷款的限制，来达到继续鼓励部分人炒卖房屋从而推高房价的目的，并由此实现开发商利益与金融安全更紧密的捆绑，来要挟政府无限“确保”其暴利。假如中房协有关放松贷款限制的建议得到采纳，房屋炒卖将再度反弹，楼市泡沫会越吹越大，最后，开发商的利益是保住了，但银行的房贷风险系数却大大提高，最终可能将国民经济与金融机构推向越来越危险的境地，政府有关部门不能不对此保持高度警惕。

众所周知，当前房地产成交量的持续大幅滑坡，根源在于房价远远突破公众承受能力底线，人们无奈选择以脚投票。也正因如此，只要房价远超公众消费能力的现状不能得到改变，无论外围的调控如何开展与进行，对于开发商利益的挽回而言，都将是无力回天。正如中国社科院金融研究所研究员易宪容所指出的，当前房地产市场低迷的问题出在开发商身上，是开发商没有认清市场形势作出了错误判断。

当前开发商不应在错误的道路上越滑越远，与其不切实际地试图改变房地产宏观调控政策，不如把房价降到与经济发展水平及公众消费能力相适应的程度。唯有如此，消费信心才可能得以逐渐挽回，开发商也才能在更多人实现安居梦想的同时，挽救自己的命运。房价降到与民众承受能力相适应的程度，人们才能从畸高房价的重压下解脱出来，消费其他商品的能力才能得到释放。在当前形势下，放弃暴利幻想，奉行薄利多销政策，是开发商能够实现自我拯救的最合理选择。(魏文彪)

“低胸广告”就是亵渎女性身体？

■热点纵论

河南省人大常委会再次审议《河南省实施〈妇女权益保障法〉办法(修订草案)》时，新增了一条“禁止通过亵渎女性身体和性别特征做广告和引导消费”。(9月24日《大河报》)

什么叫“通过亵渎女性身体和性别特征做广告”？河南有关方面举了一个例子：深圳某房地产广告，图案是一女子身着低胸衣服，胸口处标出每平方米的房价和“不能再低了”的广告语，他们称，“这就是对女性身体的亵渎。”

这样的认定让人哑然失笑，借“不能再低”的一语双关，传达地产商在楼市低迷期的无奈、自嘲等心态，读来让人忍俊不禁，又不违东方人的道德，可谓一次绝佳广告创意，怎么就亵渎女性了呢？

如果只因出现“低胸”，就判定这样的广告“亵渎女性身体”，那我们将基本无广告可看了。放眼四周，电视、报纸、杂志中，有多少广告没有出现女性身体？多数广告不但没有“亵渎女性身体”，反而是对女性美的一种呈现。如果“呈现女性美”也违法，是不是要让广大女性退回到足不出户、出门将自己包裹得

只露两只眼睛的禁锢时代？

在河南有关方面的认定中，我闻出了中世纪的气息，将这样的规定入法，不但不是对女性权益的保护，反而是歧视，因为它暗含以下的观念：女性在广告中展示身体是不道德的，应受禁止的。这样的“保护”，我想广大女性首先都会反感的。

广告属精神产品，同样的广告，不同人有不同观感，如果有方面认定为“亵渎女性身体”，广告发布方却认为是“展示女性美”，分歧产生后，是否有一个固定的标准和机构来仲裁？结合现实，“亵渎女性身体”即使成为法律条文，最后大概只能停留在纸面上，白白浪费立法资源。在这里，我们看到一些地方在女性权益保护上陷入了一个误区，就是过于注重细枝末节的保护，而忽略根本处的着力。

女性权益保护的关键在于运用法律、行政等手段，确保女性获得同等教育权，然后获得同等就业权，让她们拥有经济独立于人格、精神独立，不断向上提升自己的渠道与机会。放弃这点去搞“亵渎女性身体”之类的立法，是舍本逐末，注定要吃力不讨好。(肖风)

一次三赢的食品危机处理

■热点纵论

《新华网》9月24日的报道说，因食用当地一品牌蛋糕连锁店——金冠马得利蛋糕店的双色蛋糕，江西省南昌市新建县6名儿童陆续出现中毒症状。24日，新建县疾控中心检验发现，儿童食物中毒“祸首”为蜡样芽孢杆菌污染和大肠杆菌群超标。据了解，金冠马得利蛋糕店是南昌市一家品牌老店，包括各县区在内的全市范围内均设有连锁店。

新建县卫生监督所介绍，19日晚开始陆续接到儿童食用蛋糕中毒的报告，随后，卫生监督所了解到，患儿此前均食用过新建县两家金冠马得利蛋糕店的双色蛋糕。从19日开始发现患儿，到24日得出检验结果并通报媒体，新建县有关部门对此次食品安全事件的快速反应令人称道。更难能可贵的是，出事的蛋糕店在南昌是个品牌老店，有关部门并未因为怕“事情闹大”和“影响企业声誉”而将此事捂下来。

事实证明，新建县有关部门快速处置这起蛋糕中毒事件，不仅没有把事情闹大，而且还以最小的代价化解了一场危机：当地百姓的知情权得以满足，也就没有了糊里糊涂吃问题蛋糕的可能；企业能够在问题影响较小的情况下尽早整改。

以求消费者原谅，不至于问题隐瞒得太久到最后搞得不可收拾；对于政府相关部门来说，也借此次快速处置蛋糕中毒事件向消费者传递了一个明确的信息：在食品安全问题上，始终有政府部门在尽心尽责地把关，这也直接强化了百姓对政府部门的信任。

新建县有关部门快速处置蛋糕中毒事件，博得了一个政府、企业、市民三赢的结局，此事再次告诉了我们一个道理：应对食品危机，速度其实就是要一切。当下我们已经进入信息社会，任何一起事件，信息都不可能被完全封闭，即便政府部门有意捂盖子，各种信息也会不胫而走。政府部门要做的，就是与传言赛跑，让权威信息盖住传言。而在食品安全事故中，政府部门的处置速度就更显重要，这不仅是满足百姓知情权的需要，也是保障百姓生命安全的必须。没有任何东西比生命更重要，对于政府部门来说，也就是“没有任何东西比帮助百姓远离危险更重要”，所谓的“事情闹大”、“企业声誉”，甚至是地方经济发展，都应该无条件地为百姓生命健康让路。

如何应对食品安全危机，新建县有关部门做出了可贵的实践，但愿，这只是一个开始。(陈强)

养犬管理费调整的标准是什么

■公民发言

《广州市养犬管理条例》草案二次审议稿将养犬管理费的征收标准降为每只犬第一年700元，第二年起每年300元，此举引来一片叫好声。但也有政协委员认为：以前养犬管理费是1万元，现在一下子降到700元，降幅太大，养犬管理费至少应该是1000元。

(9月24日《新快报》)养犬管理费属于行政事业性收费，收费标准，应该是经过缜密而科学的成本核算后得出的，而不是谁一拍脑袋就能决定的。10万可能不多，100块可能也不少。从法理角度说，少收一块钱可能导致服务打折，而

多收一块钱就涉嫌乱收费和非法收费了。养犬管理费降多少其实是个伪问题。

从这个意义上说，上述政协委员的观点就站不住脚了。提出“一下子降到700元，降幅太大”的质疑当然可以，但必须拿出科学依据来，证明为什么降幅太大？大在什么地方？“至少应该1000元”又是出于什么样的考虑？养犬管理条例是关乎民生的重大公共事项，其草案的审议过程必须是公开科学的，不能仅凭一己之感受来说话。用“降幅太大”这个模糊字眼来作为反对理由，显然有些不合时宜。也许，将养犬管理费的收费依据公布出来，第一年管理费收700元，都会太高了呢？(房媛)

■相关评论

现在是一个提倡让一部分人先富起来的时代。于是，在商城这个国家级贫困县内，“四大班子”就成了先富起来的人。他们不愧为时代的“先锋”，致富的“带头人”。那么，他们是怎样富起来的呢？原来领导们强制以每亩3.3万元的价格征收了当地最好的良田，随后又将其卖给开发商，“价格至少翻了10倍”。奇怪的

是，政府的说词与村民完全相反。当地官员说：“那里原来是一片烂土岗，没水没电，路也不好，是最偏僻的地区，根本没人来投资。后来政府千方百计搞开发，想把这块的经济发展起来，就由县里四大班子工作员带头认领土地，开发建设，后来慢慢繁荣起来。地价提高了，老百姓就嫌给的补偿少了。”言下之意，当地百姓简直是不

知好歹，他们不但对四大班子带头发展经济不领情，反而还漫天要价。

截然相反的说法看来还是要以官员的解释为准的，毕竟当地政府的嘴巴要比老百姓的大得多。因为，“四大班子”成员都是当地的精英，是有知识有文化的，当然，也是有权的，如果不是“集资建房的同时改善了市政道路设施”，那块土

地的人气怎么会旺起来呢？所以说，如果将知识和权力结合起来，财富会像变魔术般地手到擒来。从这个意义上说，什么“民意”啦、“民情”啦，完全可以忽略不计，只要官员们能先富起来，有些事情是可以忽略不计的，否则的话，怎么官员别墅群已是遍地开花，民意虽然痛斥不断，最终却也不了了之呢。(海瑞)

“官员别墅”是发展经济所需？

现在是一个提倡让一部分人先富起来的时代。于是，在商城这个国家级贫困县内，“四大班子”就成了先富起来的人。他们不愧为时代的“先锋”，致富的“带头人”。那么，他们是怎样富起来的呢？原来领导们强制以每亩3.3万元的价格征收了当地最好的良田，随后又将其卖给开发商，“价格至少翻了10倍”。奇怪的

投稿电邮:wfwcbxyh@vip.sohu.net
电话:025-84783646