

民生视点

民心工程不能让民意缺席

一些民心工程在一些地方陷入“困局”,给出的重要启示就是,让民心工程更合民心,就得要它先合民意。

成 鑫

广州番禺要建垃圾焚烧发电厂,以期解决迫在眉睫的“垃圾围城”问题,没想到,政府部门眼中的“民心工程”却遭到拟选址周围居民的反对,理由是项目不应选在人口密集区,担忧焚烧垃圾造成的污染损害附近居民健康。一些官员起初不解,为什么民心工程还会遭来异议?类似的疑问前不久在深圳也出现,今年面向低收入家庭提供的廉租

房,由于出租价格较高,迄今超过一半的房子无人租住,一些官员思考:为什么低收入家庭不买账,不领情?

无论是番禺拟建的垃圾焚烧发电厂,还是深圳提供的廉租房,在政府部门看来,这些都是民心工程,都是关系当地百姓切身利益的惠民之举,理应获得百姓的广泛支持,怎么会出现百姓不买账、还挑剔的情况?问

题恰恰是,民心工程也要广纳民意,广泛征集不同意见,尊重、体察和平衡各方利益诉求,不能以公共利益为由简单而粗暴地牺牲少数人的利益。

值得肯定的是,无论是番禺,还是深圳,都注意到了这个问题。争议日久的番禺垃圾焚烧发电厂建设问题,目前进入长达半年之久的全区讨论阶段。面对拟选址周围居民的

代表,番禺区长明确表态:感谢市民认真负责、富有诚意的意见,项目环评不通过,绝不开工;绝大多数群众反映强烈,也绝不开工。而在深圳,相关部门也在分析廉租房无人租住问题,并没有把原因停留在低收入家庭“挑剔”上。

一个是民心工程遭到反对,一个是民心工程缺乏吸引力,都表明一些民心工程并没

有真的深入人心。究其原因,就在于不少民心工程忽视了决策前的民意征集。这样的例子并不鲜见。现在,大量民心工程在各地推进,一些地方、一些公共部门自以为民心工程代表公共利益,往往仓促上马,一厢情愿地推进,偏偏忽略了广泛征集民意,把民意请进来参与民心工程决策,或者给公共讨论和民意决策留出空间和时间,结果使一些民心工程变成了伤心工程。

番禺全民讨论垃圾项目建设问题,深圳思考廉租房为什么不受欢迎,一些民心工程在一些地方陷入“困局”的现象,给出的重要启示就是,让民心工程更合民心,就先得要让它合民意。即便是民心工程,也要充分尊重不同人群的不同利益和诉求,充分听取民意,既不能堂而皇之地拿“多数人的利益”来牺牲少数人的利益,也不能无视受惠群体的真实需求。对于民心工程来说,充分了解民意,了解百姓真正想的是什么,需要什么,有什么建议,有助于更好地科学决策,激发更多智慧,让民心工程更合民心。而不是相关部门自说自话,到头来却使民心工程失了民心。

在一些地方看来,也许让民意参与到民心工程的决策里来,成本高,效率低,本来两年就可以落实的项目需要花费更长时间。不过,如果与民心工程忽视民意而可能导致的代价相比,这样的成本恐怕是必要的。其实,民心工程充分考虑民意,对公权的行使也是一种监督。现实生活中不乏“懒政”,尤其在涉及公共决策上,一些部门经常拿着喊着“民心工程”就盲目推进,公权打着“公共利益”旗号当起了推土机,一些必要的程序都成了过场,导致民心工程反失民心。尊重民意诉求,有助于公权在公共决策上挖掘智慧,激发创新,克服“懒政”,约束公权,真正把民心工程做好,做得深入人心。

现在,对关系公共利益、民生大事的决策和项目,百姓的知情诉求和利益表达日益强烈。事实上,公众对事关其切身利益的公共事务享有话语权与决策权,这些权利必须得到尊重。缺乏与此相应的渠道和机制,不能将更多的民意纳入到公共项目的建设过程之中,完全凭公共部门和专家决策,这样的民心工程难免离民心有距离。

资讯速览

全国文化先进单位在京表彰

本报讯 (记者王瑜)11月24日,文化部、人力资源和社会保障部联合在京召开全国文化先进单位、全国文化系统先进集体和先进工作者表彰大会。北京市密云县等65个县(市、区)被授予“全国文化先进单位”荣誉称号,来自全国各地150个单位被授予“全国文化系统先进集体”称号,张宏达等253名同志被授予“全国文化系统先进工作者”。

据介绍,上述三项荣誉称号是由文化部、人力资源和社会保障部组织实施的综合奖励,旨在表彰在中国特色社会主义文化建设中作出突出成绩的地区、单位和个人。

据悉,全国文化先进县和全国文化工作先进集体荣誉称号授予工作每2年进行一次;全国文化系统先进工作者、劳动模范授予工作每4年进行一次。被授予“全国文化系统先进工作者”人员,享受省部级劳模和先进工作者待遇。

大米满意度测评结果揭晓

本报讯 中国质量协会、全国用户委员会近日调查显示,大米的用户满意度为71.9分(满分为100分)。

调查进一步显示,大米的包装安全卫生情况、色泽、食用放心程度、蒸煮后口感得到消费者的好评且为消费者看重,处于优势区;蒸煮后的米香味、颗粒饱满程度,也是消费者重视的指标,但评价较低,处于改进区,是提升满意度应改进的方面;性价比、品牌形象处于消费者评价较低,但看重程度也低的指标,处于提升满意度的机会区;生产日期保质期标识、产地厂址标识、干燥清洁程度、食品成份标注等指标评价较高,但属于消费者看重程度低的指标,处在维持区。

领袖国笔公开发售

本报讯 近日,共和国历史上第一款领袖国笔《毛泽东宝青花瓷英雄金笔》开始公开发售,该笔青花瓷的图案为工艺美术大师张松茂绘制,笔身上纯手工镶嵌了翡翠、红宝石、玛瑙等七种名贵宝石,并配有毛泽东同志头像的黄金笔座。该笔的收藏编号为新中国60年每天的日期,并配发当天《人民日报》的原报,该笔由中央文献出版社监制、上海英雄金笔厂出品。(月红)

美的发动冬季市场攻势

本报讯 美的集团11月25日宣布,于本周强势启动冬季市场攻势,开启了新一轮的空调行业洗牌战。据美的空调北京公司总经理张文峰介绍,本次冬季攻势,美的在业内首推“冬季联合作战”一站式服务以及为新婚、新居用户推出的买空调送冰箱和洗衣机史无前例的大型活动。

除空调、冰箱、洗衣机价格攻势外,美的还首次将3大产品线联动实施市场攻势:购买美的空调、冰箱、洗衣机3大品类中的商品,满一定额度后还有额外美的及其旗下的荣事达、小天鹅的空调、冰箱、洗衣机赠送,使消费者选择余地大增。美的还宣布,在北京继续扩充门店,在现有110家基础上再开出40家,使美的北京专卖店数量达到150家,成为北京拥有门店数量最多的家电制造企业。(金亮)

徐州消防支队开展拥政爱民

本报讯 11月22日下午,江苏省徐州市召开双拥工作会议,徐州市消防支队等17个单位被授予“拥政爱民先进单位”,消防支队泉山区大队侯山沃中队队长张德宝被授予“拥政爱民模范”荣誉称号,鼓楼区大队孟家沟中队政治指导员王斌被授予“拥政爱民先进个人”。

近年来,该支队通过广泛开展拥政爱民、警民共建等活动,推动了徐州四个文明建设进程。据统计,今年徐州消防支队共接警出动2230次,出动消防车4890辆次,消防官兵25903人次,抢救被困人员221人,疏散人员249人,抢救财产价值2290万元。两年来,义务植树10万棵,清理垃圾40000余立方米,为灾区、贫困群众捐款23.9万元,捐助300多件;支队官兵到敬老院多次看望老人;义务献血约40000毫升。(周卫兵 孙逢宇)

面对224亿元的住房公积金“沉睡”,甘肃的职工感叹贷款难,公积金管理机构却称“受商业房贷挤压,有款却贷不出去……”有学者建议,应重新思考住房公积金管理中心的定位

甘肃:超七成“沉睡”公积金待唤醒

本报记者 康 劲

面对今年以来再次持续上涨的市区房价,兰州市企业职工刘明效痛下决心,在相中一处房产后交下了1万元的订金,但是一个多月过去了,他还是没能正式买入这处房产,原因就在于他在公积金贷款上遇到了麻烦。

他所不知道的另一个事实是:按照甘肃省建设厅提供的数据,截至今年9月底,全省公积金缴存总额累计达327.92亿元,缴存余额则达到224.04亿元,职工贷款率仅为28.68%。

一方面是超过七成的公积金“沉睡”,一方面却是贷款难,像刘明效这样的职工希望住房公积金能够尽快变身。

贷款难加重了职工负担

“最终选择商业银行的贷款,实属无奈。”刘明效算了一笔账,因为住房公积金贷款可以享受比商业贷款低2%左右的利率优惠,假如申请了15年25万元的商业贷款,自己要多付近7万元的利息,这对他来讲等于背上了不小的负担。

据了解,许多职工感叹贷款难,主要是卡在抵押登记的环节。没有贷款,就不能足额交清房款,没有交清房款,自然没有产权证明,没有产权证明,就没有抵押登记的实物,公积金管理机构自然就不能放款。

这是一个典型的悖论,不仅限制了职工购买新房,也限制了二手房的交易,导致很多房主都不愿意将房屋卖给公积金贷款的客户。因为,商业贷款在买房人证件齐全的情况下20个工作日就可以完成批贷,接下来就可以过户,而公积金贷款发放规定,管理机构初审通过后,卖方须先将房产过户给买方才能够给买方发放贷款,绝大多数二手房卖主都不愿承担这个风险。

凡贷款必有抵押,在任何时候都无可非议,否则放贷就会有风险。经过了一个多月的奔波,刘明效终于明白了其中的奥妙,在办商业房贷时,银行和开发商共同承担了抵押登记期间的风险和繁琐手续,而办住房公积金贷款时,开发商和公积金管理中心却不愿承担这个风险。

“我从公积金中心贷款,我付利息给他们,我就等于是他们的客户,但为什么就不能像在商业银行里那样享受到同等的服务?”刘明效对此颇为不解。

房贷难源于商业房贷的“挤压”

针对一些职工提出的贷款难的问题,兰州市公积金管理中心相关负责人却表示了不同观点:“我认为,职工贷款难问题根本不存在,和商业贷款一样,老百姓在使用公积金贷款时,所提供的一切申请材料,在进行商业贷款时,也要向银行提供。我不明白究竟难在什么地方?”

他表示,目前,中心向住房公积金缴纳者提供了多种贷款业务,包括商品房贷款、经济适用房贷款、单位集资建房贷款、“二手房”贷款等,可以说大大方便了市民贷款买房。对职工而言,贷款只需到住房公积金管理中心来两次,第一次提供贷款所需申请材料,第二次办理提款手续。

据了解,为确保公积金贷款在最短时间内办结,该管理中心对住房公积金提取和贷款两个环节进行改革,简化手续,降低门槛,在确保贷款安全和降低风险的前提下,为职工提供方便。但是,仍然由于抵押担保环节的制约,兰州市累计归集住房公积金71亿元,贷款总额21亿元,公积金使用率平均为30%左右,50亿元公积金处于“沉睡状态”。



近日,北京公积金贷款中心内聚集了不少申请贷款的市民,7折房贷利率优惠明年可能停止的信号成为二手房交易井喷的最大动力,而明年加息的信号也让购房者对自己的月供格外紧张起来,利率相对低的公积金贷款成了“香饽饽”。

柴程 摄

对于许多职工的公积金贷款被卡在抵押登记环节的问题,这位负责人也坦承,虽然也曾出面协调过,但没有效果,“抵押登记中的延误,是其它部门的事情,我们也是爱莫能助。”

兰州公积金管理中心的马新霞提出了一个贷款难的新解:“住房公积金目前的困境,源于房地产开发商和商业银行的联合打压。几乎所有的开发商,都不愿给客户提供公积金贷款服务。”

据了解,许多开发商把楼盘抵押给银行

从加油站卖水遭投诉,到便利店成加油站新宠,短短几年时间,便利店就步入了有车族的生活

便利店,加油站争抢的新蛋糕

本报记者 王冬梅



便利店步入有车一族的生活。 江心 摄

其中百万元店162座,50万元店203座;同时还与可口可乐、伊利等知名企业进行合作。1至9月,中国石油成品油销售企业实现非油销售收入19.6亿元,同比增加8.08亿元,增幅69.9%。这一增幅远高于该公司上半年成品油销售3%的增长。前9个月华南等6个地区销售公司的非油收入突破亿元大关,创历史最高水平。

有车族激增凸显需求

随着国民消费水平的逐步提高和生活节奏的不断加快,社会消费结构和消费习惯正在发生转变,快捷、便利的消费形式日益得到青睐。截止到2009年8月,全国机动车保有量已达1.8亿辆,其中私人机动车保有量为1.38多亿辆。由此专家认为,我国加油站便利

店业务真正开展也就一年多时间,虽然仍处于起步阶段,但围绕汽车和司驾群体的市场越来越大,商机越来越多,直接为非油业务的发展提供了广阔空间。

从国外的情况来看,经过多年的实践,国外非油业务的开展已经进入成熟阶段。道达尔、壳牌等大型石油公司在欧洲开展非油业务的加油站占总数的85%,美国开设便利店的加油站也占总数的85%,近10年来,在加油站的毛利贡献率稳定在60%左右。

在国内,与国外石油公司合作的加油站有87%开展了以便利店业务为主的非油业务。中油BP公司2006年非油业务实现收入2.5亿元,毛利率31%,净利润率达到5.1%。

根据麦肯锡的预测,未来5年中国零售市场的平均增长率将达到10%,并将形成1.3万

亿美元的市场。专家预测,未来几年内加油站便利店这项非油业务的贡献率将突破10%。

加油站便利店的“火爆”是由需求引发出来的。在珠三角拥有400多座加油站的中油BP从2001年开始有选择性地开展便利店业务,在短短5年间便利店收入增长13倍,2006年中油BP便利店营业收入已经达到2.5亿元,毛利达到1.56亿元。如果按照这个数据,全国8万多座加油站就至少有500多亿元的市场,产生的毛利在300多亿元。如果把经济发展总量、汽车保有量以及消费意识等因素考虑进去,实际上市场应当远远高于这个数。

加油站欲成购物新场所

加油站便利店的大量出现,正是顺应了消费者特别是城市消费者在工作、生活压力大等多种因素影响下形成的安全、便利的需求,越来越多的人开始选择了顺道的加油站便利店购物。

从欧美等发达国家加油站便利店业务的发展历程来看,非油业务最终形成五种模式:加油站+便利流动摊、加油站+便利店、加油站+便利店+汽车服务中心、加油站+便利店+大型超市、加油站+综合服务中心(餐饮、住宿、娱乐、汽车维修)等多种模式。从整体来看,与汽车相关的业务占便利店业务的四成以上。

专家表示,我国的加油站便利店也最终要经过这些过程。可以说,将来的加油站便利店能满足目标用户汽车服务、生活、工作、住宿等大部分需求,使其成为旅行的驿站,也将成为人们生活中购物的主要场所。

专家认为,我国加油站便利店市场潜力大主要在于:人均GPD和机动车保有量。

国际上有一种用人均GDP衡量便利店的办法,认为人均GDP超过3000美元时,便利店才能得到很好的发展。根据国家发布的

统计数据,2008年,我国人均GDP已突破3000美元,其中上海、北京人均GDP已经超过1万美元,而天津、浙江人均GDP已经接近1万美元,其他省市区的GDP也在不断增长。人均GDP虽然不是直接说明便利店市场大小的直接论据,但却从某一侧面说明了居民的购买力水平,这是便利店生存、发展的前提。

虽然近一年多世界处于金融危机形势下,但我国私人机动车保有量仍然稳定增长,其中私人轿车保有量增长速度最快,与去年同期相比,增长31.46%,而且保持较快增长速度,月增量占私人机动车月增量的45.42%。汽车保有量的持续增长直接影响着加油站便利店顾客群基数。以养一辆10万元车为例,除去燃油、保险、停车费等基本费用外,仅花在汽车上的换机油、保养、小维修、购置汽车用品以及非常规消费,一年不低于5000元。全国有1.8亿辆机动车,如果有半数用户选择在加油站便利店消费,那么这个市场相当可观。

按照汽车业中最保守的估计,价格在10万元左右的轿车在我国至少有2100万辆的潜在需求量,而且相当多的驾车人在五年内会将经济性轿车更换成中级车。如果按30%的驾车人是加油站便利店的消费群体算,那么将有600多万驾车人在便利店消费。

目前,许多成品油企业正在谋求、探索增设公众服务、保险、旅游、专业汽车维修中心、汽车俱乐部合作等业务、项目。比如一些交通要道的加油站便利店设立特产专柜,开办汽车服务中心;有的甚至全部租下整个服务区,实现了吃住、停车、修车、休息、玩一条龙服务。中国石油便利店的商品已经超过5万种,除了日常消费品外,特产专柜、汽车服务中心、餐饮住宿、鲜花、化肥销售、轮胎、润滑油、文化用品、广告也出现在便利店里。