

写的是房东直租,看房时全是中介;说离地铁十分钟,事实上最起码得半小时

“北漂”租房困境:房租贵、找房苦、维权难

业内人士称,租房困境的背后是行业准入门槛过低、监管制度缺失和市场法规的不健全

本报记者 周有强

每年六七月份,伴随着高校毕业生离校高峰而来的,是租赁市场的持续升温,数以十万计的北京租客又开始找房、搬家、迁移。提起自己的租房经历,不少“北漂”感叹:房租真贵、找房真苦、维权真难。

业内人士称,“北漂”租房困境的背后,一方面是因为租赁房源短缺而需求量巨大,卖方市场现象凸显;另一方面则是由于行业准入门槛过低、监管制度缺失,市场法规不健全等,加剧了租房市场秩序的混乱。

房租真贵:有些要花近半工资

尽管今年6月底刚从中国传媒大学毕业,潘凡已经深刻体验了一把房租的飞涨。

由于要毕业实习,去年5月份,潘凡就搬出了学校宿舍,在位于东五环的学校旁与另外两个人合租了一套房子。她住的那间次卧一个月的房租费是1350元。

今年3月份,由于房东要收回房子,她只能搬走。在周围小区内咨询了几天,潘凡发现不到一年,“房租就像疯了一样,1600元/月

以下根本找不到房子”。她最后租的那间屋子,比之前的小,房租却要1800元/月。

记者采访发现,与去年同期相比,今年北京的房租普遍大幅上扬,月租金涨幅从几百元到1000多元不等。相关机构统计数据也表明,北京毕业季的租金逐年递增,从2010年7月的47.2元/平方米到2015年7月的72.8元/平方米,涨幅达54.2%。

潘凡的工作单位在东城区,每天上下班的时间要花3个多小时。她想要搬到距离单位近一点的地方,可是“相同的房子,1个月起码要2500元,这还不算水电费之类的”。这对于月薪只有6000多元的她来说,意味着光房租就要花掉她一半的工资。

潘凡其实还算好的,根据相关机构针对2016年毕业生群体进行的数据统计与分析,北京刚毕业学生中有69.2%的人群租房要依赖父母资助,只有将近25.6%的人群可以独立支付自己的开销。

专家认为,北京租房贵主要是因为外来人口增长过快,二手房原本就供应不足,加上半年多来,房价的上涨让更多的业主选择卖而不是租,房源供应的缩减又再次推动了房租的上涨。

找房真苦:租房陷阱频现

“写的是房东直租,看房时全是中介”“中介说离地铁十分钟,事实上最起码得半小时”“图片上的房子可好了,实地一看漏水、掉漆是常有的事儿”……北京的租客们不仅要面对每年都涨的房租,还要和中介们斗智斗勇。

在北京海淀区工作的白伟告诉记者,他前年刚从大学毕业,想要找个人房源,结果他打了10个标注是个人房源的电话,“9个是中介,1个是二房东”。最后,他只好找了一家中介公司,可是退房时,中介以地板有刮花、厨房灶台有缝隙为由,不仅不退还押金,还要求他赔钱。因为急于换工作,白伟不想跟中介耗下去,只好不要押金,赔了点钱走了。

白伟是在换房的时候被中介坑,朱秋则刚住进去就遇到不靠谱的中介。2015年来北京实习时,朱秋花了3500元在朝阳区广渠路附近的一个小区租了一间有独卫的主卧。因为不太懂租房市场,她没多想就跟中介签了一年的合同,“中介说到时可以转租”。

结果刚签完合同,中介就来要服务费,“什么暖气费、卫生费,好几千元”。考虑到马上要实习,又签了合同,朱秋讨价还价后交了

钱,就住了进去,“没想到厕所三天两头漏水,地板还渗水。”她叫了好几次,中介才派人来修,可每一次修完没几天,厕所又坏。因为维修工白天要来修,而她白天要上班,正常的节奏完全被打乱。

白伟和朱秋的经历并不是个案。根据某互联网租住平台今年5月发布的《北京租房报告·租客篇》显示,北京的800多万租房客中,超过八成租房时曾被坑。其中,24%的租客曾遇到押金不退,24%被随意涨房租。

维权真难:缺乏监管投诉无门

记者在采访中发现,大多数人在遇到租房侵权时,选择自认倒霉,忍气吞声。白伟说,他并不是不想维权,只是“一没那个精力和时间;二不知道该去哪裡维权;三是真要维权,成本太大”。

有一回,白伟和中介事先已经谈妥不收物业管理费。可当他提着大包小包搬进房子,准备签合同时,中介却反悔了。白伟眼中吵了起来,中介就叫了几个人把他的东西给搬了出去。

气不过的白伟选择了报警。警察来了却说,这属于租房纠纷,不属于他们管辖范围。

快递“被广告”引发三重思考

如何创建快递公司、广告主和寄件人、收件人多赢共享的现代商业生态环境,是更为现实的考量

本报记者 杜鑫

近日,有媒体报道称,北京、广西、福建等地消费者表示,收到的快递包裹上被贴了广告。快递“被广告”,一时间成为媒体热议的焦点话题之一。

随着电子商务的发展,快递业近年来发展迅猛。2015年,我国快递业务量完成206亿件。从商业的角度看,总体数量巨大、人群接触率较高的快递包裹成为刊印广告的载体并不稀奇。但是,由于快递包裹并非传统的信息媒体,而是功能性、适用性的包装容器,快递“被广告”由此引发三重思考:是否合法?消费者是否愿意接受?如何平衡商业利益与消费者权益?

根据邮政业相关国家标准,快递封装用品的封套、包装箱、包装袋“任何部位不能印有经营性质的广告”。不过,在一些律师看来,这是国家推荐性标准,不具备强制执行要求,而《广告法》等法律也并没有对快递包裹上的广告做出明确的禁止性规定。

北京华沛德权律师事务所高级合伙人熊定中表示,由于法律上没有禁止,所以不能说是快递包裹上贴广告是违法的。不过,有专家指出,如果广告塞到快递包裹里面去了,涉嫌“二次开箱”,管理部门可依据相关法律法规进行处罚。

针对快递“被广告”是否合法,有人从消费者权益的角度提出了不同的观点:快递从交寄到签收这一过程的所有权都在消费者,快递公司只是负责运输,没有处置权,未经许可就可私自张贴广告,是侵权行为。

实际上,早在2014年,就有地方工商管理部门表示,如果他人未经消费者同意,擅自在快递包裹上添加广告信息,以获取经济利益,就侵犯了消费者的合法权益。

这就引发了快递“被广告”的第二重思考:消费者是否愿意接受?从媒体的报道看,在快递服务质量没有明显提高、消费者没有获利的情况下,不少消费者对快递“被广告”有抵触情绪。

有人明确表示不喜欢这种被动接受广

告的形式,并调侃说,快递包裹和广告都是垃圾,都要扔的,正好打包一起扔。

值得一提的是,一些规模较大的快递公司明确禁止在包裹上贴广告的业务,理由之一便是客户对此表示反感。一些快递公司的网点却私下“接活儿”,与广告媒体公司合作挣钱。

而从快递业整体发展来看,行业利润空间逐步压缩。根据《2015年度快递市场监管报告》,2015年行业平均价格为13.4元,比上年降低8.8%,行业运营成本不断增加,从这个角度来说,快递企业需要寻找新的利润增长点,与广告媒体公司合作也许是一个选择。

在一些业内人士看来,如果快递公司能利用快递包裹广告收益,开拓邮费收入之外的其他收入来源,从长远来看,对收件人、寄件人未尝不是好事。

如何平衡商业利益与消费者权益成为业内热议的话题。首先,快递“被广告”给监管提出新课题。快递由邮政系统主管,广告则由工商部门主管,两个部门应加强协调处理,形成监管机制,消除监管盲区。其次,应充分尊重消费者的意愿。有人建议参照治理垃圾电子邮件的方法来处理:要事先经过收件人,即消费者同意,消费者明确表示拒绝接受的,就不能再发。此外,广告内容上应明确是广告,有明确标识。最后,让消费者能从中获利,有明确标识,快递公司广告方可适当减免消费者的邮寄费用,以换取个人选择权的让渡。

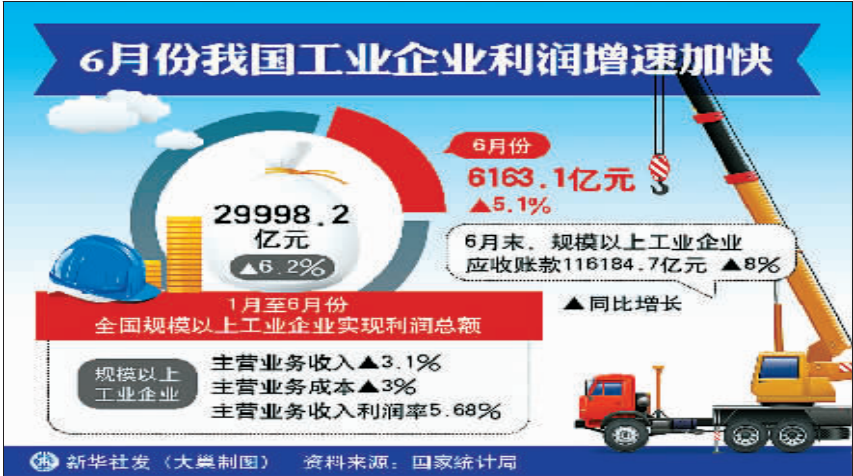
现代商业社会,任何一个新生事物的出现,不免会对监管方和相关法律法规提出挑战,消费者接受也需要一个过程。如何创建快递公司、广告主和寄件人、收件人多赢共享的现代商业生态环境,是更为现实的考量。



工信部为 76 家企业授牌

据新华社北京7月27日电(记者张辛欣)27日在此间举行的2016年工业企业品牌培育经验交流会上,工信部核定青岛双星轮胎等76家企业为2015年品牌培育示范企业,并授予示范品牌。工信部称将通过创新品牌管理体系、评价体系以及试点示范等方式,鼓励企业在“创品牌”上做足文章,不断提高产品附加值和竞争力。

品牌是制造业水平的重要体现。工信部品牌培育专家组组长周宏宁在会上说,我国不少行业低端产品产能过剩、高科技高品质的产品相对不足,核心就是质量不高。品牌认知度不高,培育品牌,可以从供给和需求双侧发力,破解产业转型升级的难题,而从企业角度,要让消费者有依赖、有期待,同样需要在“品牌”上下工夫。



7月27日,参观者观看一款多功能智能机器人。当日,在哈尔滨举行的第十五届全国大学生机器人大赛机器人创业赛进入第二天,工业机器人、服务机器人、教育机器人、特殊领域专用机器人等多种用途的机器人纷纷亮相。新华社记者 王凯 摄

《国家信息化发展战略纲要》发布

我国将分“三步走”建设网络强国

本报记者 彭冰 柳珊珊

本报北京7月27日电(记者杨召奎 实习生林冶)国家互联网信息办公室副主任庄荣文今天在国新办举行的新闻发布会上表示,作为指导和规范未来10年中国信息化发展的纲领性文件,《国家信息化发展战略纲要》(以下简称《战略纲要》)已向社会公开发布。《战略纲要》明确了新的指导思想、战略目标、基本方针和重大任务。

庄荣文介绍说,网络安全和信息化事关国家安全和国家发展、事关广大人民群众工作生活,需要立足全局、面向未来、统筹规划。中央网信办会同国家发改委、工业和信息化部等部门经过深入调研,广泛听取各方意见,历时2年时间,制定完成《战略纲要》。今年上半年,中央网络安全和信息化领导小组会议审议通过了《战略纲要》。

庄荣文表示,《战略纲要》明确的总目标是建设网络强国,分“三步走”:第一步到2020年,核心关键技术部分领域达到国际先进水平,信息产业国际竞争力大幅提升,信息

2012 年还亏损 69 亿元,吉林石化今年却已成功扭亏为盈——

“多措并举降成本功不可没!”

员,月奖金最低只有300元,反之,高的可达9000元以上。

在改革杠杆推动下,“人人努力降成本,个个竞相创效益”,“克煤必省,度电必争”,“严细操作,认真巡检,精细监督”蔚然成风,公司原油综合损失率等主要技术经济指标持续改善,仅今年上半年,吉化便实现节能降耗6100万元,装置运行平稳率达99.61%,为历史最好水平。

政策频仍送东风

除了自己的努力之外,国家和地方有关降成本的政策也持续释放红利。

吉化机动处副处长孙祥印心中的账本,最能体现电价改革带来的好处:“去年5月,电价每度降了5分钱,以公司平均每年用电量20亿度计算,一年就能节省1亿元左右!”

今年,吉林省还出台了大用户直购电政策,允许企业直接从发电厂购电。吉化通过积极争取,成为试点单位,并在5月份与国电吉林热电厂签订了7亿度的直购电合同。与从电力公司购电相比,从热电厂直接购电,一度电能优惠一毛钱,算下来又能节省电费7000万元。

让吉化财务处处长刘宏岐兴奋的是,6月份,吉林省政府又出台了17项关于“清费减负优化发展软环境”的措施,包括“降低企业社保缴费比例,将失业保险费率由现行的

2%降低至1.5%”,“免征消防产品、安防产品、消防工程、安防工程质量监督检查费”,“免征雷电防护设施安全检测费”等。

“其中,仅失业保险企业缴费费率下调0.5%这一项,公司今年就可实现降费增效近800万元,明年全年预计可增效1200万元。”刘宏岐告诉记者,至于其他政策红利该如何享受,吉化基层各单位财务部门目前也正在积极研究。

据了解,为加快推动成品油质量升级国家专项行动,近期,财政部和国家能源局还联合发文,由中央财政安排资金,对符合条件的成品油质量升级项目贷款给予贴息补助,贴息年度为3年。

“吉化国Ⅴ汽油升级改造项目已完成可行性研究批复,符合贷款条件。这一项目总投资1.6亿元,按照有关规定,投资的35%部分可进行贷款,算来就是能贷4600万元,有了这一贴息补助政策,公司明年两年可节约贷款利息支出290万元。”刘宏岐说。

期待改革再推进

税费负担重,是很多企业面临的难题,同样也让吉化有些“吃不消”。

“实际上,我们最迫切需要的,莫过于消费税改革。”刘宏岐告诉记者,2015年,吉化主营业务收入466亿元,全年上缴税金112亿元,其中以消费税和增值税为主的国税占比86%,

总税费占收入的比例高达24%,算下来,吉化每生产一吨汽油,就要缴纳消费税及附加1580元,税费已占汽柴油出厂价的40%左右。

进一步取缔不合理电价收费是很多企业的迫切呼声,吉化也不例外。谈及此,孙祥印忍不住打开了话匣子。

“与南方施行的送电制不同,我们需要自己建线到变电所取电,如果委托电力公司,每千瓦就要缴纳23元的‘高可靠’费用。去年我们公司实施一个电力优化项目,仅这笔费用就投入了800万元!”

“电价中的电容电价,不管企业用不用电,只要你装了变压器,都必须按变压器容量交钱,这跟装电话后打不打都必须花钱一样不合理”……

另一项让吉化忧虑的问题是,柴油质量升级后的销售政策问题。“吉化按照国家要求完成国Ⅳ柴油质量升级项目后,有关政策却没能完全得到执行,导致部分省内非中国石油加油站以及非主要城区的加油站仍在销售普通柴油,老百姓不管环保与否,只愿意买更便宜的,这种情况下,我们生产的国Ⅳ柴油,成本虽高,却只能以普通柴油价格降价出厂。”刘宏岐告诉记者,2015年,吉化就因此损失效益1亿元。

聚焦降成本