

银行信贷必须“量入为出”

观察 On Watch

同呼吸，共奋斗 ——三谈“治霾在行动”

张 双

雾霾围城，谁都无法独善其身。解决这一难题，需要唤醒每一个人的责任意识，使自己成为环保理念的传播者、低碳生活的践行者、绿色时尚的引领者

每一个人都有空气使用权，每一个人都知道空气将由于过度污染而恶化，但每一个人却又因阻止别人污染破坏的机会成本太高而对阻止事态继续恶化感到无能为力。这就使得空气质量陷入了“公地悲剧”的困境。

雾霾是我们为过去的粗放式发展付出的沉重代价。雾霾围城，谁都无法独善其身。同呼吸，共奋斗，化解“公地悲剧”，需要唤醒每一个人的责任意识。

我们可以成为环保理念的传播者。大学毕业生王一坤在一栋居民楼顶连拍14天北京空气后引爆了互联网，浏览量近千万次，此后，他坚持拍摄了一整年，希望得到更广泛的传播。“北漂”青年李非凡受此启发，拍摄了纪录片《未·未》，讲述普通人为保护环境付出的点滴努力。笔者的一位朋友在上海生活，每天上班路上也用手机拍摄陆家嘴的天空，发到微信朋友圈里。移动互联网时代，我们的传播渠道更为便利，传播方式更加多元。就算没有精力原创，举手之劳转个帖子、发一条评论或者点个赞，都有可能把环保理念传播给更多的人。

我们还可以成为低碳生活的践行者。目前，煤炭燃烧、机动车尾气、工业排放、建筑和道路扬尘等，都是空气中PM2.5的来源。每一脚油门、每一根燃烧的秸秆、每一串响亮的鞭炮、每一抹绚烂的烟火背后，都可能增加对雾霾的“补给”。当然，由不节俭的工作和生活方式所造成的能源资源浪费，就更不用说了。对于大自然的馈赠，我们应常怀敬畏和感恩之心，少开一天车、少用一张纸、少要一个塑料袋，不妨从身边小事做起，践行低碳节约的消费方式和生活习惯。

我们也可以成为绿色时尚的引领者。时尚是人们在一段时间内对社会某项事物或行为的崇尚。去年以来风靡全国的“光盘行动”，让珍惜粮食、反对浪费成为新的时尚。同样，在促进空气质量改善的过程中，每个人都可以成为绿色时尚的引领者。比如，鼓励亲朋好友把在婚礼上燃放礼炮改为共植结婚树，为城市增绿；再如，好天气里选择骑行出行，既健康又自由。当绿色环保的行为方式成为新的时尚，得到更多认可和追逐时，保护空气质量的责任心也将深入人心。

在今年召开的各地两会上，代表委员们纷纷呼吁为雾霾治理立法。制度的刚性约束加上个体的自觉参与，有利于在全社会树立起“同呼吸、共奋斗”的思想共识和行为准则，为尽快改善空气质量加分。

房企发展转向务实稳健

李治国

在地产逐步由增量市场转向存量市场、主业增长越来越难的背景下，如何继续保持企业的持续稳健发展，已经成为房地产企业必须面临的课题

国内一些房地产商和相关研究者近日表示，2014年房价将保持基本平稳的态势，房价增幅趋稳，房企现金流充沛，降价动力不足，但也不会疯狂上涨。

2013年，在多变的市场环境下，部分房企开始从快速扩张转向稳健发展。比如，新城地产公司对拿地有严格的审核标准，产品定位以满足刚需为主，且少有高调的营销手法和软性的包装手段；绿城集团在加大力度转型，从偏执的追求产品品质和忽略财务风险盲目扩张，转向重视销售、实现资金高周转，在改变产品定位的同时延续产品质量。

历经了多年的业绩攀升，国内不少房地产企业早已完成了相关积累。不过，在新的政策和市场驱动下，在地产逐步由增量市场转向存量市场、主业增长越来越难的背景下，如何继续保持企业的持续稳健发展，已经成为房地产企业必须面临的课题。

有业内人士认为，未来一段时间，房地产行业基本面还会持续向上，但是增长的幅度会变小，需要房企做好相关准备。对于这一点，已有不少房地产企业在展开相关实践。比如，与国内很多开发企业相比，仁恒置地在国内的拿地速度和频率相对较慢，就缘于其稳健发展、追求长期回报的理念。

仔细阅读相关数据不难发现，虽然房地产企业的销售额还在上涨，但行业利润率却在下滑。这要求房企要调低盈利目标，更加务实稳健，并加快进行战略结构调整和练好“内功”。当前，很多房地产企业正进军海外市场，优化产业结构、市场结构、产品结构，多家企业实现上市和A+H双主体布局，联合开发和并购重组的企业已呈增多的趋势。

总之，在行业利润率下降、竞争格局突变的形势下，更加务实稳健，提高自身软实力，才是房地产企业实现可持续发展的关键所在。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 张伟 马洪超

纵论 Comments

有报道称，今年以来，很多银行在房贷发放上比去年紧得多，有别于往年年初银行为了冲指标而多放款的现象，2013年下半年以来的银行信贷额度紧张局面仍在延续。

当前，民间借贷、互联网金融及各种投资理财产品分流社会资金加剧，加上银行存款利率过低，存款增长空间受限，而地方政府投资扩张，以及中小微企业实体经济资金需求旺盛，都使银行信贷资金面临较大压力。这告诫银行，资金供需面趋紧不是暂时的，而是长期倾向，银行在信贷工作中要坚持“量入为出”原则，根据资金来源确定放贷规模、速度和期限，防止信贷规模过度膨胀和信贷期限错配。

来论 Letters

为延时免费点个赞

范子军

为应对春运返途中突如其来的雨雪，江苏高速联网中心在6日23时紧急决定，在春节高速免费的基础上，延迟数个小时恢复收费。此举赢得了网友的一片“点赞”。

返程高峰偏偏遇上雨雪天气，属不可抗力。按照既定的免费时限，于6日晚24时准时结束免费放行，恢复收费常态，无可厚非。可江苏高速公路“看天”延时免费的做法，无疑让人耳目一新，其中释放出人性关怀的政策善意，其中从实际出发的制度务实，值得关注。

在网络上，数十条高速公路

因为雨雪警报而局部关闭的消息发布后，质疑到底是为避雨雪还是避免免费的声音就此起彼伏。江苏高速公路延时免费，无疑用实际行动做出了积极的回应，打消了一部分民众的疑虑，也迎来了掌声一片。一直以来，高速公路收费政策备受各界诟病。这一善意的举动，显然是高速公路在回应关切、改进服务方面的积极努力。

善解“看天”延时免费背后的民生关怀和政策善意，未必不是一种对改进高速公路收费政策的鼓励和鞭策。善待善意，也更有利于民意表达和良性互动。

公务员不是推销员

谢伟锋

据报道，在山东某县政府工作的刘娜（化名）近日接到了一项重要任务：2014年，必须介绍自己的亲戚或朋友，至少在县城内购买两套新建商品房。否则，她可能被停发工资。

本应是面向群众提供公众服务的政府公务员，却成了部分楼盘的推销员，而且工资还与销售业绩挂钩。如此错位之举，实在令人哭笑不得。

房地产行业长期受到特殊“照顾”，这一方面与该行业对上下游产业的明显拉动作用相关，另一方面

也与房地产带来的可观土地出让金、契税不无关联。房地产行业长期“定位”不正，部分党员干部甚至产生“房地产好，经济就好”的错觉。在这样的观念下，公务员变身推销员也就不难理解了。

公务员理应是政府形象的名片。然而，部分领导干部却不顾相关法律法规，让代表着公权的公务员去承担卖楼这样具体的市场活动，以车取私利。这不仅会损害政府形象，更会让公务员产生定位混乱，不利于其坚定树立“为人民服务”的宗旨意识。



为防止超员、超速等问题，让社会共同监督，去年10月，山西省要求省内所有校车和面包车的车身上必须喷涂“核载人数”和“举报电话”。近日，山西运城的多位面包车车主称，车辆年检时被强制收取了每车144元的喷字费，而且喷字只能在车检单位进行，不交钱就不能通过年检。诸如此类的远高于市场价的收费现象，此前已被曝光不少，如“天价结婚宣誓费”、“天价复印费”、“天价拖车费”等。这些发生在某些管理部门内的高收费现象，是该好好解决一下了。（时 锋）

从“发誓明志”到“优购指南”

张 毅

群众对食品安全的关心和审慎的背后，是被严重抑制的消费信心，而信心的低迷，说到底是基于对市场信用的评价。解决这一问题，既需发展壮大第三方信用评价机构，更需要发挥市场在资源配置中的决定性作用，同时辅以立法跟进和政府监管、媒体监督等

春节期间，消费趋旺，大众对食品安全格外关心。据估算，在超市里，消费者花在研读食品产地、成分、添加剂、有效期、保存期等产品标签上的平均耗时已经占到购物总时间的30%。据说，国际上这方面的平均标准是15%以下。还有消费者拿着食品满超市寻找食安检测室，为的就是现场检测。

如此审慎的背后，是被严重抑制的消费信心，而信心的低迷，说到底是基于对市场信用的评价。日前，国务院原则通过推进社会信用体系建设规划纲要，直击市场环境软肋。

让人欣慰的是，一些来自市场内生的约束性力量正在发挥作用。据报道，不久前，以乡村美食旅游闻名西北的陕西礼泉县袁家村部分商户门前不约而同地挂起了一块小木牌，上面不仅明示店主姓名、联系方式及各种原料的具体进货渠道，甚至还把全家福合影附上并以全家人身家平安担保，用“发誓”来确保食品

安全。商家祭出如此“狠招”，当然不必推崇，但也在一定程度上反映了市场主体的信用自觉已开始萌生。

无独有偶，最近在手机微信圈中有一个颇受追捧的“李克烟酒茶优购指南”。该“微主”李克立足行业观察者、研究者和评价者的角色，专门针对名酒、名茶等定期发布体验式评价，其评价指标不仅涵盖相关检测指标，更有不少体验式的个性化感受。即使对一些大品牌，也不乏严肃点评。一时间，微粉数量激增。

细想看来，“李克优购指南”之所以广受关注，其原因大致有三：其一，相对超脱和独立的第三方观察者、评价者角色。不拉赞助，也不跟企业正面接触；其二，专业、细分的互动式评价模式和站在消费者立场的评价思维，微信平台公开发布，接受公众监督、点评；其三，也是更重要的一点，就是在现有市场环境中，类似的独立第三方市场评

价、监督角色的稀缺。其实，在当下市场环境体系中，行业协会、质监机构、行业主管部门等第三方角色不是没有，但关键是由于千丝万缕的联系而无法超越利益往来的嫌疑，加上官办监督机构“管”“办”不分，最终无法“独立”，进而不能产生市场公信力。

“独立第三方”机构就会永远洁身自好吗？谁能保证“李克优购指南”将来不会出于商业利益而与不良商家串通一气忽悠消费者呢？这种情况可能会有，但必须看到，随着独立第三方信用评价机构的发展壮大，信用服务市场本身的竞争、约束和淘汰机制自会发挥作用。当前，在国际市场上享有盛誉的市场化评价机构，无一不是市场优胜劣汰的结果。经验表明，只要放手让市场在资源配置中起决定性作用，并辅以立法跟进和政府监管、媒体监督等综合手段，消费信心与市场信用必然会触底回升，以扩大消费为主动力的经济换挡就会成功。