



# 刚毕业就置业，都怪房价不等人

□本报评论员 李康宁

近日,全国人大常委郑功成谈及今年两会期间社会关心的热点话题时表示,“大学生一毕业就想买房,心态不正常。”他认为国人需有“正确的住房观”,不能“一步到位”,一开始就想住上自有产权的大房子。

之所以有这样的论断,郑功成的理由是“住房应该是最昂贵的消费品,应该是用一生的规划来解决”。从理论上说,这种分析是成立的,但问题在于,大学生们

为何拒绝“一生的规划”,急于安家置业?

单纯从经济上来讲,一毕业就想买房确实很难实现,但这么多年轻人都想早买房,却是很多社会原因造成的。最直接的原因,当数房价与收入严重不对称,给大学生带来了沉重的心理压力。如今大学毕业生的收入普遍不高,面对高昂的房价,大多数人只能望而兴叹。部分有能力支付首付,成为“房奴”群体的已属不易,一些几乎一无所有的“蚁族”群体,只能承受高房价带来的

焦灼与煎熬。尤其在房价出现回落之时,他们早点买房的愿望更加迫切,因为房价一旦反弹,可能他们多年的努力就会重新付诸东流。

其次,大学生一毕业就买房,并非放弃了“一生的规划”,恰恰是为规划争取一个好的开端。毕业生们面临的人生考验,远不止住房这一个。在不同的年龄阶段,他们必须承担来自多方面的压力。成家之后,子女的教育成长需要花钱;中年之后,父母的赡养需要花钱;年老之后,自身的医疗

还需要花钱。在方方面面的社会保障都不到位的情况下,毕业生们必须趁着自己还年轻早作打算,等到上有老下有小时才想起买房子,有可能成为“一生的规划”的败笔。

另外,很多社会因素也迫使毕业生不得不做出早日买房的决定。我国每年毕业的大中专学生超过千万,政府提供的保障性住房还满足不了庞大的需求。大多数毕业生不仅要到租赁市场上承担较高的房租,还要经常忍受居无定所的痛苦。

再如,很多人把住房视作成功与否的评价标准,甚至成为谈婚论嫁的前提条件,也助长了年轻人早日买房的需求。

物质决定意识,一种观念的形成,必然存在着相应的现实背景。国人住房观的“不正确”,忠实地映照出了当前社会中保障不到位,安全感缺失的现实。在房价尚未回落到合理水平,保障房依然紧缺的情况下,让年轻人安之若素地树立“正确”的住房观,同样是一种不合实际的想法。

## >>声音

我从来没有读到过英国人骂苏格兰威士忌的文章,我也从未见到过法国人调侃科涅克白酒的文字,走遍世界各国,但凡出名酒的国度,我们听到的都是对自己国家和民族出产的名酒的盛赞,而且不少酒的价格,要远远贵过我们的茅台酒。

——作家叶辛说。

我们常说做人要厚道,其实做医生,办医院更要厚道。医生们要挣钱,但是要体面地、有度地挣钱,不能迷失在经济利益里。

——北京大学第一医院院长刘玉村说。

220伏与110伏电压都是国际标准电压,各有优势,但你到了一个采用110伏电压的国家,就得用变压器将220伏电压转换一下,因为两者不能兼容。艺术的标准也一样,现在文化市场有大家认可的世界标准,你若融入,不能用自己的标准,只能接受通用的标准。

——中国爱乐乐团艺术总监余隆说。

鼓励犯罪人道歉赔偿,可以更好地保障被害人权益,使其得到更多赔偿。这有利于减少社会矛盾,促进社会和谐。

——中国政法大学终身教授陈光中说。

高校发展已经面临“强者愈强、弱者愈弱”的趋势。合理配置高校资源,已经刻不容缓。

——江西师范大学校长梅国平说。

大幅度大范围减税不仅是当务之急,而且力所能及,特别要尽快免除小额纳税人的负担,因为这种税征收成本极高,会产生极大的社会摩擦,但收上来的税其实很少。

——中国国际金融有限公司董事长李剑阁说。

■本版投稿邮箱:  
qilupingjun@sina.com

# 茅台本无罪，公款吃喝出“恶名”

□本报评论员 王封

今年两会期间,随着居高不下的“三公”消费被热议,价格不菲的茅台酒也被卷入其中。

全国人大代表、贵州省委书记栗战书3月7日在接受采访时表示,“政府采购和市场销售都是市场行为,政府部门和个人都是消费群体的一部分,有些单位和社会成员需要购买茅台酒,我认为无可非议,不要把茅台酒和公款消费必然地联系在一起。”贵州省副省长慕德贵也说,“三公”消费一定要控制住,但“三公”消费高不是茅台的错。

为官一任,自然力求造福一方,在两会这个平台上对所代表的利益诉求予以不同程度的表达,乃是责任担当,无可厚非。众所周知,茅台对经济并不发达的贵州举足轻重,2011年,茅台集团销售收入240多亿元,上交税费94亿多元,在贵州财政收入中占到了7%以上。

其实,在去年的全国两会期间,贵州省长也就茅台酒的涨价问题做了详细的说明。只是,这一次暴风雨来得更加迅猛剧烈,有人大代表建议控制茅台酒过快涨价,甚至有政协委员还向大会提交了《关于禁止使用公款消费茅台酒的提案》。在人民网两会

网络调查中,53.6%的受访者认同“在公款消费中明确禁止喝茅台”的建议。

作为中国白酒的知名品牌,茅台价格十年涨了6倍多,为外界广泛诟病。原因很简单,如今一瓶2000块左右的飞天茅台,寻常百姓家的餐桌是难得一见的。这茅台酒到底都让谁喝了?不用做太深入的调查,大家都对此心知肚明。

但是,若说完全是公款吃喝拉高了茅台酒的价格也有失公允。众所周知,茅台酒生产周期长,年产量并不高,长期以来处于供不应求的境地,物以稀为贵,加上不少人还把买茅台酒作

为一种投资渠道,这也在很大程度上使其市场定价急剧攀升。因此,一瓶难求的茅台酒被传说为奢侈品也就不足为奇了。当天价的茅台酒跻身政府采购目录,成了公款消费品,难免要背负上外界的指摘和攻击。

假如像外界呼吁的那样,让茅台酒退出政府采购领域,就能让公款吃喝的费用降下来吗?栗战书对此说得很实在,“不上茅台酒也会上拉菲,一瓶进口的拉菲,会比茅台酒贵得多。上一碗鲍鱼多少钱,上一碗鱼翅多少钱?”

最近几年,国家在限制“三公”支出方面采取了不少办法,收效明显,公款出

国和公车消费的支出基本没有明显增长,公务用车购车经费甚至有所下降。但对于公款吃喝方面,似乎还没有太好的措施和制度来治理“嘴上腐败”。把遏制公款吃喝的板子打在茅台身上,这也凸显了公众的焦虑和无奈。其实,千夫所指、人人喊打的不是茅台,而是铺张浪费的公款吃喝。

有道是,酒香不怕巷子深。处于风口浪尖的茅台如果感觉自己比赛娥还要冤,不妨自信一把,自行退出政府采购目录,在检验自身市场魅力、号召力的同时,验证一下到底是谁拉高了公款吃喝等“三公”消费费用?

## “不折腾”应该惠及学生

编辑:

你好!

3月8日《齐鲁晚报》刊登《不是搞点特长就是素质教育》一文,文中山东省教育厅副厅长张志勇就素质教育说出了自己的看法。事实上,素质教育实行了好多年,真正能把它说明白的人却不在多数。一段时间说,减负是素质教育的需要;一段时间又说,多培养特长是素质教育。要

说短时间内,人们的思想不明晰,倒是还没有什么,问题是,经过了这么多年,无论是教育专家、教师还是学生仍然在“素质教育”的迷魂阵中冲杀,确实值得重视。受害最严重的是学生,面对高考独木桥,除去一成不变的文化课竞争,还要有很多额外的东西,弄来弄去,让教育界一头雾水。希望教育主管部门,从实际出发明确学生的必修与选修范围,切实减轻负担。正如张副厅长所说,不是搞点特长就是素质教育。

读者:李洪嵩

## 福泽子女的“好父母”

编辑:

你好!

我有一家亲戚,男的从机关退休,女的是退休老师。他们的儿子前年从杭州一所大学毕业,一直没有找到工作。那孩子曾有过一段短暂的工作经历,在杭州一家软件公司做后勤,每个月三千元不到,租房加生活,还需家里贴补。后来父母让他回家,索性供养他了。他们的想法很朴实,就

一个儿子,不指望他赚钱养家,两人的退休金加起来有一万多块钱,日子非常好过。

我真的为这对父母感动。大学生就业问题其实是一个比较尖锐的社会问题,但做父母的凭借体制内的高福利待遇消减了就业压力,这种福利滋润了一代人,甚至还能养活下一代人。现在面临就业的群体绝大部分是“90后”,这是一个被人贴上“独立、反叛、自信、脆弱”标签的群体,他们面对的就市场非常不乐观。如果你与这个群体有过接触的话,就

可以把他们分成三类人:一类继续读研,其实就是延缓自己过早地进入社会,去做那些重复又透支生命的工作;一类是家有“好父母”,赋闲一两年不算长,三四年也正常,没有好工作绝不将就。一类就是普通群众的子女,他们就是我们经常看到的抱着一大堆简历到处投的孩子。在大学生就业这个问题上,有高薪有保障的“好父母”起到了一个减压器的作用,这好像是一个黑色幽默。

读者:陆文



读者来信

# 三顾泉城!安化黑茶竞相参与本报山东茶博会

由齐鲁晚报主办、齐鲁晚报天一国际会展有限公司承办的第三届中国(山东)茶博会暨第四届紫砂艺术节将于3月3日至5日在济南舜耕国际会展中心举办。近年来,随着“金花”保健功效逐渐被人们认可,安化黑茶在山东市场上呈现出一片火爆景象,成为市场上广大投资者和消费者的首选。就目前山东茶博会订购展位的形势来看,安化黑茶再次表现出强劲的参展势头。

## “金花”保健功效强 黑茶市场前景看好

千年黑茶,源于安化。由于湖南安化县位于群山峻岭中,长年云雾缭绕,拥有独特的地理和气候环境,生产出特有大叶种茶,因而成为我国黑茶的主产区。安化黑茶茯砖茶在加工中产生的金黄色颗粒,是一种对人体非常有益的物质,专家命

名为“冠突状菌落”,俗称“金花”。研究表明,“金花”只有在安化特有的温度、湿度环境下才能生长,引其菌种到其他地方生产黑茶,虽然也能发芽,但会发生变异。在边陲牧区中流传着“黄金铂金不如黑金”的俗语,“黑金”即“金花”,有较佳的降脂降压、调节糖代谢等保健功效。微生物学家发现,“金花”只是偶然存在于野生的千年

贡至上。于是安化黑茶特有的“金花”保健功效,使其受到了越来越多人们的青睐,市场前景十分看好。

## 黑茶企业参展势头强劲

今年茶博会招展工作启动之际,品牌茶企展区的黄金展位已被黑茶企业预订一空。尚鸿、高家山、久扬、华莱健、泉生道等几大品牌黑茶企业一早抢订了本届茶博会的VIP展位。济南一叠云茶行刘总第一时间就为其代驻的高家山和尚鸿两大品牌黑茶预订了最近入口的黄金展位。据刘总介绍,通过本届的茶博会,她仅在济南就订了六家代驻商。茶博会后销量会一直很好,其专卖店内的“荷香茯砖”、“茶多蜜”等黑茶在年前就畅销了,还有很多黑茶产品一直供不应求。

久扬黑茶青岛总经销戴海霞透露,2011年拿下山东代驻权后即参加2011山东茶博会,并成功发展了两家较有实力的专卖店,均是茶博会上的意向客户。“目前,久扬黑茶在东营、青岛、泰安等地都已发展了经销商。今年的目标是通过齐鲁茶博会要盖山东全省”。

安化黑茶在山东茶博会的火爆吸引了华莱健黑茶山东总代理周洪生的目光。他表示,看到许多安化黑茶参加本届举办的茶博会后,不仅纷纷在各地市发展了加盟店,并冠仲了许多二三级经销商;而且通过茶博会和齐鲁茶博会的大力宣传和推广,提升了品牌价值。于是今年他提早预订了就近展馆入口的VIP展位。

泉生道茶业的盛总说,以多年参加全国各大茶博会的经验,她办过的茶博会

其独特优势在于,展会前后期齐备对于展会及参展商频率、大版面的宣传和品牌推广。盛总表示参加齐鲁茶博会主办的茶博会可谓一举两得:一方面,她对展会的大力宣传为展会带来了大量的经销商、代理商,参展的成交效益高;另一方面,她在展会前对参展商的品牌推广,提高了企业的品牌知名度,扩大了品牌影响力。参展企业往往在开展前就收到了各地茶商、茶友的问候电话,甚至还有老客户签订合作协议。

## 黑茶收藏投资潜力大

由于黑茶越陈浓度越高、口感越好;同时,陈年安化黑茶在存放过程中会产生后发酵,使“金花”分裂出更多的“冠突状菌落”,保健效果会更好。因此黑茶

收藏的潜力很大,未来升值空间很大。

据久扬的盛总强介绍,一款1.7公斤的2007年黑砖茶,前几年市场价为300元左右,如今在北方市场上价值近万元,而在南方市场已超一万元。华莱健黑茶的一款50斤重、69岁的老茶“天尖”在2006年时已卖到48万。一叠云茶行刘总告诉笔者,2010年黑茶展会李华堂老先生推出的首批花雕茶产品(千两茶、百两茶)一脱销,零售价由官方公布的2万元多飙升到如今的3.8万元。

目前茶博会的招展工作正在火热进行中,已有许多茶企纷纷致电咨询。热络欢迎广大茶企茶商报名参加本年的山东茶界最大的盛会。

齐鲁晚报天一会展公司订展热线:0531-81750005 81750000 81750002