

别让救市伤了城镇化的刚需

楼市调控政策的放松,投机性购房者的回归,或许确实会刺激房地产业的回暖,或许会让地方政府交出的数字更漂亮,但减缓了城镇化的进程,对国民经济和社会发展的负面影响是难以估量的。



评论员观察

近来,有关房地产调控政策的话题很多。23日,多家大银行对房贷政策的回应“千呼万唤始出来”,表示依旧积极支持个人住房和房地产开发的合理信贷需求,其核心问题就是避免误伤刚需。

既然要考虑刚需,就要弄清楚对商品房具有刚性需求的到底是哪一类人群。相比于投资性购房和改善性购房,那些从农村走向城镇的无房者,对“有所居”的需求显然最为迫切。从

这个角度来看,楼市的走向关系到农村剩余劳动力的转移,关系到国家的城镇化战略能否顺利实施。

我们常说城镇化是人的城镇化,不仅要让农村人在城里找到工作,更要留得住他们,让他们享受到城里人的待遇,购房落户就是这个过程中必须跨过的门槛。如果房地产市场价格持续快速增长,这个门槛也会随之提高。当房价的增长远远超出了经济增长的平均水平,超出了人们的购买力,很多原本打算到城镇买房定居的农村人,就只能望而却步了。

最近一段时间,房价快速增长的势头得到遏制,呈现出相对平稳

的态势。对于从农村走出的人来说,尽管在城里买房的经济压力还是很大,但还是给了他们更大的希望。如果这个时候,房地产市场再次回到刺激、扩张的老路,不光是这一刚需人群的生活受到负面影响,更会给城镇化进程带来阻力。

的确,现在的中国处于“新常态”之中,经济下行的压力很大,面对房地产业归于沉寂的态势,难免会有地方政府按捺不住救市的心情。然而,既然是新常态,就要有新的举措,这正是经济转型的良机,从投资拉动经济的老路走向消费拉动经济的新路。转型靠什么?靠培养新的消费人群,提高人们的消费能力。那些进城买房的新市民

显然具有极大的消费潜力。

楼市调控政策的放松,投机性购房者的回归,或许确实会刺激房地产业的回暖,或许会让地方政府交出的数字更漂亮,但减缓了城镇化的进程,对国民经济和社会发展的负面影响是难以估量的。更何况,现在全国每年要新增城镇劳动力就业1000万人以上,今后一个时期要促进约1亿农业转移人口落户城镇,这不仅给楼市提供了更广阔的市场、更大的推动力,也将为中国经济的发展释放巨大内需,成为中国经济长期平稳发展的动力源。相比孰重孰轻,值得决策者审慎考虑,切莫舍本逐末,因小失大。

QILU EVENING NEWS 齐鲁晚报 www.qilwb.com.cn

本报地址 济南泺源大街6号 邮编 250014

读者服务中心 96706 www.qj96706.com

传真(0531) 86993336 86991208

读者服务中心 96706

报纸发行(0531) 85196329 85196361

报纸广告(0531) 82963166 82963188 82963199

差错投诉 96706

发行投诉(0531) 85196528

邮政投递投诉 11185

舆论场

崔滨

大洋彼岸此起彼伏的“中国黄牛凶猛”,开始让国内媒体的视线,转向这个潜在在灰色地带的群体。

人民网海外频道借用美国科技媒体The Verge的评论,表达了嘲讽之情:“一群中国工人没日没夜装配iPhone送到美国,再由一群中国黄牛没日没夜排队买下送回中国,最后以这两群中国人都出不起的价钱卖给另一群中国人。于是装配工人有了工作,排队黄牛有了收入,有钱的买家也交了大把‘奢侈税’。”

而21世纪经济报道,则更为严肃地将中国黄牛带来的纷扰,归结为中国人心灵里混杂着肤浅与贪婪的“炫富性需求”:“这是过于物质崇拜的一种结果,在每个国家从贫穷开始变得富有时,都会经历这种让人难堪的社会风气,但是在中国这

种风气是如此普遍而又强大,主要与我们的社会转型过快有关。”

钱江晚报的评论也表达了相似的观点,黄牛凶猛,就是源于少数“土豪”的虚荣。但这篇评论更有价值的,也许是无心点染的一句,“哪里有稀缺的资源与旺盛需求的矛盾,哪里就有中国的黄牛。”

的确,从iPhone手机、春运火车票、专家门诊号到“国五条”下二手房交易的房管局网签号,凡有资源短缺之处必有黄牛出没。对于这些具有鲨鱼般灵敏嗅觉的商机发现者,新浪科技频道记者郑峻评价:“黄牛并不违法,只是不太体面,付出体力劳动换取一天几百美元报酬,这至少比懒

汉乞讨勤快。而且需求旺盛才是根源,如果拉美非洲也有土豪高价购机,他们一样会去排队。

TMT资讯网站虎嗅网的认证作者“梅花园陈述”,则在《为手机“黄牛党”正名》一文中,做出了如下评价:“黄牛党扰乱了市场秩序吗?没有。计划经济时代,不按计划出牌要按投机倒把论处。市场经济时代,没有这个说法,厂商打价格战都不扰乱秩序,黄牛抬高回应该有的价格,怎么会是扰乱秩序呢?如果他没有对手机做手脚,诚信经营,就应该得到允许和保护。其实,健康的市场,针对剧烈的变化,有将其调整到缓和、循序渐进发展的能力。黄牛党

黄牛凶猛

此次iPhone6上市发售未包括中国大陆。在“果粉”的巨大需求之下,全球华人的“黄牛党”隐蔽技能瞬间全开,让全世界在“中国大妈”之后,再度领略了一次极富中国特色的存在感。

就是这样一种力量,它是市场自调节的产物。”

这篇少有的为黄牛翻案的评论,也得到了不少网友的好评。不过,随着苹果公司逐渐扩大产能,增加供应,周末价格还在云端飞舞的iPhone6开始凌空跳水,黄牛们“24部水货亏12万,3天亏50万”的消息开始在朋友圈蔓延。

于是问题就来了,对于这些你又爱又恨,却又不承认有头脑有眼光的黄牛,应当如何引导呢?《中欧商业评论》近期发表的介绍全球最大的票务销售网StubHub的文章,就认为与其消灭藏身灰色角落的“黄牛”,不如让他们走进阳光。“这种时刻,商业创新的程度取决于制度创新的力度。随着2007年,美国大部分州废除反“黄牛”法,那些最初在法理上质疑StubHub自由转让门票的机构和公司,已经成为交易二手门票的利益共同体。”

本版投稿邮箱: qilupinglun@sina.com

保护消费者权益 提升服务品质

——建设银行山东省分行与消费者和谐共赢

中国建设银行成立60年以来,尤其是股改上市以后,始终秉承“以客户为中心”的经营理念,积极应对各种挑战,大力推进战略转型,并在实践普惠金融的道路上,将保护消费者合法权益置于更加突出的位置,通过一系列行之有效的举措,全面推进消费者权益保护工作深入、有序开展,彰显了建设银行以人为本的服务理念。

坚持以人为本

持续提升消费者满意度

随着银行业经营环境的不断变化和消费者维权意识的逐步增强,消费者权益保护目前已成为中国银行业监管工作的重要内容和,并逐步成为各商业银行践行群众路线的自觉行为。

全面深化消费者权益保护理念。从现实需要看,加强消费者权益保护是广大银行消费者的迫切愿望;从行业发展看,加强消费者权益保护更是银行业坚持以人为本、履行社会责任、规范经营行为、实现可持续发展的必然选择。为积极回应消费者的现实需要,使广大消费者更好地享受建设银行成立60年来的改革发展成果,建设银行始终将消费者是否满意、服务体验是否改善作为检验工作成效的重要标准,贯彻落实监管部门提出的银行业消费者权益保护工作宗旨,以实际行动将保护消费者合法权益的理念落实到各项工作中。

全面构建管理体系。去年以来,根据上级行《关于做好消费者权益保护工作的若干意见》和《消费者权益保护工作指引》,建立了各层级消费者权益保护工作联系人制度和日常沟通机制,并加强与行业协会、消费者协会、先进同

业等机构的沟通交流。

持续提升消费者满意度,2009年以来,建设银行逐步建立起国内同业领先的消费者服务质量监测评价体系,通过对消费者满意度和渠道服务质量的持续监测,并开展神秘人专项检查,有针对性地实施产品和服务改进。近年来,建设银行消费者总体满意度持续攀升,山东省分行2014年上半年较2013年又提升2.4个百分点。

坚持服务至上

持续改善消费者体验

建设银行十分注重消费者多样化、多层次的金融需求,高度重视消费者服务体验,不断增强服务能力,持续提升服务质量。

大力提升渠道服务能力。持续做好网点“三综合”建设,并在全行范围内启动智慧银行推广工作,加快物理渠道创新和转型;坚持“智慧、泛在、跨界”的电子银行业务发展方向,率先推出微信银行服务,并不断加大自助设备布放,优化布局;加快推进电话银行业务集约化进程,努力将其打造成为重要的服务渠道和服务窗口。

加快产品创新步伐。坚持“人无我有,人有我优”的工作目标,持续推进产品优化和创新,形成了一批有市场竞争力、能够较好满足消

费者需求的金融产品。

建立健全多渠道投诉管理体系。建设银行坚持将客户投诉管理作为消费者权益保护的一项重要工作常抓不懈,积极为客户投诉提供便利,通过95533和400/800客户服务热线、客户投诉专门受理电话、官方微博微信、来信来访,互联网网站、手机银行等多种途径全面了解客户诉求。山东省分行在同业独创开发了客户意见管理系统,实现了客户诉求的流程化、痕迹化、闭环化管理。同时,进一步健全投诉处理问责、回访、通报和考核机制,有力推动了各类问题的快速有效解决。

特别关注特殊消费者群体。特殊消费者服务质量和突发情况处理能力是考验银行服务水平的重要标杆。建设银行通过制定规章制度,提供服务便利,推广电子银行服务等一系列举措,为残疾人等特殊消费者提供规范化、便捷化、人性化的服务。

坚持社会责任

持续推进宣传教育

作为一家国有大型商业银行,建设银行将金融知识尤其是消费者权益保护知识的宣传普及,作为应尽的社会责任加以全面落实。

广泛开展公众宣传教育。积极开展专项活动。配合银监会开展“金融知识进万家”宣传服务月活动;配合银行业协会开展“普及金融知识万里行”活动等。近两年“3.15”期间,部署开展“消费者权益保护五个一”和“五个强化”活动;开展基金服务万里行、反欺诈及信用卡知识专项宣传;组织金融

知识进社区、进校园等特色宣讲活动;编写消费者教育知识读本等,2014年9月份配合山东省银监局举办的以“金融知识早接触,走向社会有帮助”为主题的面向青少年群体普及基础金融知识的“金融知识进万家”活动。

加强宣传报道和信息披露。通过网络媒体、广播电视媒体等,广泛宣传消费者权益保护工作开展情况。依托建行报、内部网站及时开展内部宣传。同时,在企业社会责任报告中披露消费者权益保护工作相关内容,接受社会公众监督。

坚持规范管理

持续提升服务品质

建设银行不断深化监管部门提出的“预防为先”的理念,努力在规范管理中谋求持续发展,坚持将消费者权益保护相关内容落实到产品和服务的全过程,持续提升服务品质。

加强业务环节的协调管控。在产品开发设计阶段,合理评估风险与收益,充分披露风险事项,并将消费者权益保护作为新产品和新业务上市前合规性审查的重点内容。

全面修订格式合同条款。建设银行围绕与消费者权益关系较紧密的收费条款和不可抗力等银行免责条款,全面修订对私业务合同文本,从加强银行格式条款的公平性入手,提升对私业务格式合同的公平性和规范性,为保护消费者权

益打下了坚实基础。

圆满完成“两标准”试点工作。作为银监会指定的三家银行之一,建设银行圆满完成“网点服务流程和服务用语的标准化”试点工作,试点成果已先期纳入全行网点客户服务标准手册。今年,将跟踪落实全行业组织推广“两标准”的相关要求,全面提升所辖网点的标准化服务水平。

持续做好个人金融信息保护。建设银行严格贯彻和落实监管部门关于收集、保存、使用和对外提供个人金融信息等方面的具体要求和规范行为,在制度、设施、技术、员工教育等方面,采取有效措施确保客户个人金融信息安全,防止信息泄露和滥用。

率先全面推进消费者权益保护审计检查。建设银行积极响应监管要求,在同业中率先启动了消费者权益保护审计调查工作。

2013年,建设银行的出色业绩与良好表现受到市场与业界的充分认可,先后荣获国内外奖项102项,多项综合排名进一步提升,这些成绩的取得都离不开广大消费者的支持和厚爱。建设银行将进一步增强保护消费者合法权益的责任感和使命感,持续完善消费者权益保护工作机制,继续加强业务领域的协调管控,持续积极开展宣传教育,不断提高客户服务水平,提升消费者服务体验,不断推动消费者权益保护工作走向深入,持续巩固与消费者之间和谐、共赢的金融消费关系。

