

以跨越太平洋的视野看世界

中国的新思路是构建中美新型大国关系,携手走出一条大国之间和谐相处、良性竞争、合作共赢的新型道路。作为大国国民,中国民众应该以更自信的姿态看美国和世界,理解和包容彼此的不一样。

评论员观察

本报评论员 沙元森

国家主席习近平将于9月22日对美国进行国事访问。此次访问是在国际形势继续发生深刻复杂变化、中美关系发展进入新的历史阶段的背景下进行的,国际舆论对此高度关注。专家预判,双方可能会在两军关系、气候变化等问题上取得进展。抛开这些具体问题不谈,习近平访美不仅有助于美国民众了解中国,也有助于中国民众以更广阔的视野看世界。

中美建交已经36年,其间两国关系有过亲疏冷热的波动。几番风雨之后,中国民众现在对美国的心态颇为复杂,已经不能简单地以爱

或恨来概括。我们都知道,美国仍然是世界第一大经济体,并且极具创新精神,非常值得学习。同时,很多人也看到了两国之间在多个领域存在摩擦,美国政要不时对中国出言不逊,也让中国民众感到很不舒服。越是此时,越是需要中国民众理性地看待中美关系,看清对话与合作才是中美关系的主流,过于情绪化的表达反而有可能遮蔽我们的视野,致使在大方向上出现偏差。

中美两国同为世界大国,但是在历史文化和政治制度上有巨大差异,出现分歧和摩擦也不奇怪,问题是如何避免矛盾激化。中国的新思路是构建中美新型大国关系,携手走出一条大国之间和谐相处、良性竞争、合作共赢的新型道路。这个战略目标的实现离不开两国

民众的理性和成熟的交流。在中国民众这边,应当以更广阔的视野看美国世界,避免被问题牵着鼻子走。和平崛起的中国在事实上改变了世界格局,也在这个过程中遇到了外部阻力,其中可以清楚地看到美国的影子,但是这不应成为中国民众“逢美必反”的理由,因为两国不仅有竞争和摩擦,还有更多需要共同面对和解决的问题,比如全球气候问题、恐怖主义等,必须求同存异,合则两利,斗则俱伤。

近两年,中美高层互动频繁,但是民间互信还需要继续提升。在国内,一些极端的情绪化表达在网络上仍然有很大的影响力。一些人以简单的二元对立看国际关系,非友即敌,非敌即友。这其实也是网络舆论民粹化的一个具体表现。互联网的普及本来打开了一扇看世

界的窗口,但是也有一些人反而一叶障目不见泰山,提到美国就只会想到“境外敌对势力”,恨不能灭之而后快。这样的言论固然不是主流,却凸显了一种很不成熟的心态,也当引起我们的警惕。

很多专家已经预言,不久的将来中国会在经济规模上超越美国。大国的崛起似乎已经清晰可见,但是社会层面与之匹配的“大国国民心态”好像还没有真正成熟。作为大国国民,中国民众应该以更自信的姿态看美国和世界,理解和包容彼此的不一样。习近平主席在2012年接受美国媒体采访时说“宽广的太平洋两岸有足够空间容纳中美两个大国”。其实,中国民众也当有这样的襟怀,以此向世界证明中国不只是崛起中的经济大国,还有着日趋成熟稳定的世界观和价值观。

小区车位容不得漫天要价

大家谈

吴元中

近日有媒体报道了南京的这样一件事,同一个小区,一、二期的车位售价不到20万元,三期却高达41万。业主投诉到江苏省物价局,但物价局回复称,车位价格属于市场调节,企业有自主定价权。业主对这样的回复不满,遂状告物价局。据了解,南京有不少小区都曾为车位售价闹过纠纷。今年5月,建邺区星雨华府的车位标出83.5万的天价,引起业主一片反对。后来开发商下调价格,落至二三十万。

原本不到20万的车位却要卖40多万,如何让人接受?要价80多万的车位却有五六十万的降价空间,其中的暴利更是惊人。这类情况并非南京所独有,而是很多地方都存在。高价车位与车位暴利问题以及由此引发的尖锐矛盾,确实到了必须关注和解决的时候了。

稍一思考就会发现,物价局关于车位属于市场调节,企业有自主定价权的说法,尽管有一定道理,但不完全对。车位作为商品住宅的从属物,如果开发商在出售商品房时将车位作为配套设施一同售出,由于主物与从物是捆绑在一起的,买房者通过综合考虑,既可以买该小区房屋也可以另谋他处,终归是有选择权

的。在这种情况下,车位价格的确定确实同房屋一样带有市场调节性质,开发商的定价权是正当的。

然而,在车位不与商品房一起出售而是滞后出售的情况下,开发商能否享有车位定价的自由权,那就是另外的问题了。毕竟,车位虽然与商品房分开存在,但在性质上并不具有独立性,而是作为商品住宅的附属物,要服务于作为主物的商品房,受主物的限制和制约。对于小区业主来说,要么买车位要么不买,不可能存在去其他小区购买车位的“中间情况”。所以说,车位在一定意义上是“垄断经营”的,容不得开发商自由定价。

也正是鉴于车位与其他服务设施对于住宅的从属性质,物权法明确规定,占用业主共有的道路或者其他场地用于停放汽车的车位,属于业主共有,而不是属于包括开发商在内的业主外的其它主体所有。更何况,对这种本就属于业主而非开发商所有的车位,住户在取得房屋所有权时就取得共同所有权,开发商是不能将其作为自己财产进行出售的。

对于建筑区划内的车位,开发商虽然有权出售,但车位服务于住户的从属性质排除了出售的任意性。既然应当服务于业主,物权法也明文规定建筑区划内的车位应当首先满足业主的需要,所以在先行出售商品房后

出售车位的情况下,只有当业主明确表示不需要车位时(那种可能几乎等于零),在开发商投资无法收回的情况下,才能把车位进行他用、或向市场出售,是不能把住户与非住户同等对待,使车位完全市场化的。

不仅如此,车位的从属性和服务性决定了开发商只能靠出售商品房谋利,不能靠出售车位赚钱。在事后向购房者出售车位时,只应按照成本价或参照与商品房一体出售时的价格,不能利用其垄断地位漫天要价。也只有把车位价格限制在成本上下相应幅度内,才能真正保证其满足住户需要的服务性质,而不是以“天价”或通过人为抬高价格方式压制住户的真实需求,或给住户增加不应有的负担。

总之,虽然物权法有车位方面的规定,但对于如何出售、出售价格如何确定,以及车位配比不足情况下谁有优先权等问题缺乏规范,也就难免被开发商钻了空子,产生矛盾冲突。尤其通过近来一些城市出现的天价车位来看,确实有必要完善相关规定。鉴于法律修改较为困难,且为了维护法律严肃性不能动辄修改,那最有效率的方法,也就是以修改《商品房销售办法》等行政法规的形式进行完善。其中,成都等地就规定开发商须把车位和商品房一起卖,不能滞后销售,这方面的经验就是值得借鉴的。(作者为法律工作者)

媒体观点

“雨伞爸爸”露脸打了谁的脸

拍摄于纽约皇后区的一张照片,号称在短短13个小时内“感动了全球超过250万人”。照片显示,大雨中,一对父子走在人行道上。尽管全身湿透,但是爸爸右手的雨伞仍坚定地举在儿子的头上。

习惯于将国外的道德正能量拿来感动中国,批评中国人如何道德沦丧的人们,显然不会放过这次的机会。但最新的消息说,“雨伞爸爸”是天津人,80后,去年被公派到纽约。“雨伞爸爸”露脸,使部分中国网友“见光死”,也再次验证了几十年前流传的那句“外国的月亮比中国的圆”,依旧在部分人心中存在;更有甚者,现在是在外国的道德也比中国的强了。

中国的父母中,像纽约街头淋了自己遮了孩子的舐犊场景,其实比比皆是。但是,很多国人总是表现出对身边的道德行为视而不见,对外来的道德却奉若圣贤的心态,实际上是一部分人迷失自我、失去自信的自轻自贱,是价值观失去定力之后,在道德文化上的崇洋媚外心态。

中国确实有许多传统道德的流失,正在引起人们的种种焦虑,比如老人倒地要不要扶、人与人之间的各种欺瞒与设防。但是,如果我们因为这种焦虑和批判,无视身边平凡人之间的感动,那么,我们便不很容易一脚踏进找不着北的妄自菲薄泥潭,也容易被一些人对于外界道德仰慕与膜拜之中参杂的虚伪所迷惑。(摘自《钱江晚报》,作者刘雪松)

捆绑式车检缘何多年不倒

到车管所办理车辆年检时,很多车主都会被告知必须先交纳违法罚款。四川广安车主彭先生近日却以一纸诉状挑战了这一常态。虽然彭先生确有交通违法行为记录还没处理,法院仍支持了彭先生的诉求,判令广安市交警支队在限期内为彭先生颁发机动车检验合格标志。

交警部门执行“捆绑”式车检,是依据公安部颁布的《机动车登记规定》,但道路交通安全法规定:“对提供机动车行驶证和机动车第三者责任强制保险单的,机动车安全技术检验机构应当予以检验,任何单位不得附加其他条件。”若规章与法律相冲突,依“上位法优于下位法”的原则,应适用道路交通安全法。

可见,强行“捆绑”更多源自于交警部门对于强化交通违法行为处置的需求:要是没有车辆年检卡着,违法者不按要求接受交通违法行为处罚怎么办?事实上,办法当然有,比如对“到期不缴纳罚款,每日按罚款数额的百分之三加处罚款或者申请人民法院强制执行”。交警部门弃法定程序不用,无非还是化繁为简、便利自己,其有效性恰恰建立在众多车主的忍让和默许之上。

公正优先,兼顾效率,这是行政程序设计的基本原则。“捆绑”式车检在实践中为交警部门带来了一定的效率,但牺牲了程序公正的高效,终会在车主维权意识的高涨中尝到苦果。(摘自《法制日报》,作者王琳)

降价听证会,程序比结果更可贵

公民论坛

苑广阔

近日,我国最北省会城市哈尔滨召开调整居民供暖价格听证会,拟下调供暖费,包括经营方、消费者、专家及相关部门人员在内的27名听证会参加人展开讨论。经测算,居民供暖价格拟由现行40.35元/平方米调整为38.32元/平方米,降幅5.03%。(9月20日《新华每日电讯》)

以往的一些听证会,听证代表们所需要做的就是几套涨价方案之间做出选择。甚至像兰州的一场价格听证会,连基本的过场都懒得走,部分代表的发言时间只有短短十几秒钟的时间,还包括了开场白、客套话。在听证会几乎沦为“听涨会”的今天,能够看见一次“听降会”,真的很难得。

尽管降幅不大,但意义重大。

仔细观察哈尔滨的这次居民供暖价格听证会,不但听证代表的遴选范围广泛,而且对于当前煤炭价格导致下降供暖成本下降的现实,以及成本下降的幅度等,也都给出了详细的数据和解释。客观而言,别说是“听降会”,即便是一些“听涨会”,如果能够做到这一点,也不至于事后招致公众那么大的质疑和诟病。

更进一步说,老百姓从来没有要求过听证会就一定要“听降会”,但最重要的是降你要给出降的原因,涨你要给出涨的理由,而且是能够令人信服的理由,而不仅仅是“成本上涨”这种含糊的“外交辞令”。在此基础上,相关的利益方站在自己所代表的立场进行博弈,尽自己的可能为背后所代表的群体实现利益最大化。如果能够做到这些,即便最终无法改变相关产品和服务价格上涨的事实,但至少过

程和结果是公平公正的,是能够说服公众的。

在全国一年几百上千场的“听涨会”当中,能够看见一次“听降会”确实很难得,但我们并不仅仅是因为其“降”才对其另眼相看,而是这个“降”的过程值得所有价格调整听证会借鉴,值得所有举行过或者是准备举行听证会的部门机构反思。当然,哈尔滨的这场“听降会”也是有局限性的,因为按照现有的价格听证制度,价格听证会是由政府价格主管部门发起组织的,消费者的意见很容易被忽视。也就是说,如果当地价格主管部门没有看到煤炭价格下降这一现实,或者说看到之后却未考虑到为老百姓减轻负担,而是更看重供暖企业的利益,那这场“听降会”也就不可能召开了。

本版投稿邮箱: qilupinglun@sina.com



本报地址 济南泺源大街2号

邮编 250014

传真 (0531) 86993336 86991208

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

即时互动平台



“壹点”官方APP



新浪官方微博 weibo.com/qjwb



齐鲁晚报微信 qiluwanbao002



读者服务中心 家有难事找晚报 96706 www.qj96706.com