

# 城市防汛,做到“紧急”才能从容

## 评论员观察

本报评论员 王学钧

凡事预则立,不预则废。面对“乖戾”的极端天气,防汛工作宁可“扑空”,也必须要留足“提前量”,做好充分准备,随时能战、战则能胜。城市防汛少不得“等雨来”时的精气神,城市治理也少不得“等雨来”时的精气神。

雨季如期而至。当南方多省暴雨成灾的时候,北方多地也陆续进入防汛模式。7月5日,济南市政府连夜发布“紧急通知”,要求各级防汛指挥机构及各相关单位密切关注天气变化,积极应对,全力做好强降雨防范工作。

“紧急通知”是对重要天气预报信息的及时回应。当天下午,济南市气象部门发出预报,预计6日白天到夜间全市有大雨,局部地区有暴雨,过程降雨量全市30-40毫米,局部地区超过80毫米。在对可能出现的恶劣天气进行认真考量之后,连夜发出通知,对各区县各相关单位提出明确要求,“紧急”将城市防汛工作升级至“临战状态”。“紧急”的背后,不仅有工作效率上的诉求,更有公

共管理上的使命感、责任心。

“紧急通知”是对城市防汛工作的从容部署。面对可能到来的强降雨,紧急通知对防汛工作给予系统性“关照”,从各级防汛指挥机构的工作要求到各类防汛抢险队伍和防汛料物的落实到位,从各类防洪设施的重点巡查到危险路段的交通管制,从在建工程的人员撤离到危旧房屋的人员转移,各方各面要求明确,毫不含混无一疏漏。通知虽然“紧急”,却毫无慌乱。

不但如此,透过通知文本的系统铺陈,还可以看到一份“紧急”状态之下难能可贵的从容——这样的精神状态需要一个强有力的支持体系,需要有顺畅的应急响应机制、充足的人财物保障、高

效的部门联动以及严格的检查与监督。

这是一份似曾相识的从容。去年的7月19日,这座城市已经经受过一次相似的洗礼。面对天气预报中的大到暴雨,济南启动应急响应机制,“全民总动员”,城市防汛进入“紧急状态”。虽然预报中的暴雨姗姗来迟,但是,严阵以待等雨来的情景早已定格为这个城市最动人的历史时刻之一。也许就是从那个时候起,对这座曾经饱受暴雨之痛的城市而言,从容不仅意味着城市防汛工作的实力与信心,而且,作为一种可贵的精神气质,逐渐内化为整个城市治理体系的一个重要组成部分。

在这个意义上,无论这场降雨最终是否有预报中的

那么“强”,济南市政府连夜发出的“紧急通知”都一样值得点赞。

“凡事预则立,不预则废”,面对“乖戾”的极端天气,防汛工作宁可“扑空”,也必须要留足“提前量”,做好充分准备,随时能战、战则能胜。城市防汛少不得“等雨来”时的精气神,城市治理也少不得“等雨来”时的精气神。

最后,让我们以去年本报社评中的一句话,向以“紧急通知”形式表现出来的从容以及为此默默付出的人们致敬——无论暴雨来还是不来,早来还是晚来,济南的努力都没有白费。面对可能到来的极端天气,全市多个部门的应急响应,展示的正是市民所期待的城市治理规范化和科学化。

## “人均住房面积”还有多少参考价值

### 大家谈

张敬伟

国家统计局7月6日公布的数据显示,2016年全国居民人均住房建筑面积为40.8平方米,城镇居民人均住房建筑面积为36.6平方米,农村居民人均住房建筑面积为45.8平方米。

这一统计数据,让人浮想联翩。按2013年的统计数据,中国人均住房面积已经稳居全球第五。排在中国前边的是美国、意大利、荷兰和德国四个发达国家。四年过去,又经历了浮躁虚热的房地产周期,中国在全球的排位应该更靠前了吧。但是,中国人的安居之梦是否真的实现了呢?

平均住房面积里藏着玄机。和收入不同,住房面积高的首先是乡村,继而是乡镇,然后是中小城市、经济欠发达城市……反而是四大一线城市,面临着最尴尬的安居困境。房价越来越高,但外来人口越来越多,很多人依然聚租

而居,被平均的安居梦想,在一线城市变成了城里人的慨叹和外乡人的空想。

因而,人均住房面积稳居世界前列的数字风景,“被平均”为不同城市冷热不均的安居迷梦,让人不胜唏嘘。值得一提的是,现在的楼市依然不平静,去年楼市去库存,激发了一线城市、一线周边城市和二线热点城市的楼市“虚火旺盛”,但是三四线城市的库存犹在。去年各城市“因城施策”的效果并不明显,相当奇葩的“让农民工买房”也成了笑谈。

市场有其自然规律,一线和热点城市的楼市吸引了全国各地的人,即使这些城市的楼价高企也实属正常。但是三四线城市,特别是中西部城市,楼市库存则难以消化。两极分化的楼市,以及人往大城市跑的现实,决定了人均住房面积这一指标与现实的差距。因为这些被平均出来的数字,既不能缓释一线城市的安居压力,反而成为中小城市难以消化的库存负担。

今年中央经济工作会议

明确房子是用来住的不是用来炒的,发出了抑制楼市泡沫的明确信号。在此政策导向下,一线城市、二线热点城市等近50城重新进入楼市调控节奏。而且本轮楼市调控之严超过以往历次,楼市调控已迈入限购、限贷、限价、限售、限商的“五限时代”。像政策首要热点区域雄安附近的保定白沟新城,禁售期定为5年,上海最新拍卖的两块土地,更是确定了建好的房屋“只租不售”。

限售政策的期限设计,点中了市场炒作的死穴,从既往的楼市表现看,2-3年算是一个楼市小周期,5年则几乎覆盖了两个楼市周期。一到两个周期内的楼市限购,有效打击了楼市的炒作冲动。

楼市严控之下,一二线城市的楼价开始实现同比和环比双下降。但是此消彼长,二线城市的楼市冷了,三四线城市的楼市热了。据5月份70城数据显示,一线城市新建商品住宅和二手住宅价格同比涨幅均连续8个月回落,但是三线城市房价涨幅开始领先。一些中西部

地区的三四线城市的房价也开始进入万元时代,热点三线城市更是出现了去年一二线城市的楼市虚旺现象。

这既是资本转战三四线城市所致,也折射了三四线城市存在着令人担忧的投机热潮。虚火旺烧之下,也许三四线楼市的库存被消化了,但也转到了买家手里。这也意味着,被消化的楼市库存,没有变成刚需,也没有转化为改善型安居,而是变成了楼市更大的不公平——有人拥有多套住房,有人无房可居也买不起房。在此市场情景下的人均住房面积,也失去了民生意义上的参考价值,成为衡量楼市乱象的现实指标,即人均住房面积越大,楼市投机色彩越浓,楼市泡沫化越严重。

要把看上去很美的人均住房面积的这块画饼,变成实实在在的安居现实,各地还要持续加力,通过政策导向、市场引导把本地发热的楼市降下来,引向健康发展的轨道,真正做到房子是用来住的不是用来炒的。(作者为财经评论员)

### 公民论坛

## 青少年的假期不该是监护真空期

戴先任

近日,山东济南某小学20多名六年级的学生组织了毕业聚餐会,其间13岁男孩亮亮喝下了7瓶56度的二锅头,随后他因为醉酒被送进山东省立医院东院重症监护室。

现在暑假已至,学生远离了学校的管理,一些家长在监护上,表现得也太过于放松。尤其是在刚刚放假的时候,可以说是“监管真空”的时候,家长觉得孩子上学辛苦,现在既然放假了,应该给孩子自由,让孩子好好放松一下。

初衷不错,但放松很容易变成放纵,在“绝对自由”之下,就容易造成责任“大撒把”。通常而言,未成年人很容易被身边的人影响,一旦放松下来,又缺乏必要的监督,更容易被酗酒、抽烟等恶习所俘获。孩子们参加的这些毕业聚会、同学聚会、朋友聚会,就很可能成了危险的“聚会”。

另外,虽然我国的《未成年人保护法》中第37条明文规定:禁止向未成年人出售烟酒。但国内对于向未成年人兜售烟酒的行为,往往缺乏严厉惩治。此次事件中,这20多名聚餐学生喝的酒,就可能来自于酒店附近的超市;这么多孩子在酒店喝酒,酒店老板难道看不到?

对此可以借鉴国外的成功经验。如在韩国,商店一经发现向未成年人兜售烟酒,前2次警告并处以巨额罚款,再发现就要停业1-3个月直至关门歇业。在美国,如果有人发现有未成年人在酒吧里喝酒,或者超市把酒卖给了穿校服的孩子,就可以向警察或工商部门举报,违法商贩将受到吊销执照、罚款等严厉的处罚。

要让法律“硬起来”,让家庭“暖起来”,家长与学校担起责任,共同筑起保护未成年人的坚固屏障,而不能在执法疲软中,在孩子受到烟酒等不良嗜好的侵害,甚至把孩子送进“魔鬼”的怀抱。

## 酸奶“假高端”,亟需“真监管”

### 一家之言

何勇海

夏季来临,酸奶悄然涨价。近日记者调查发现,今夏各大乳企自称的所谓“高端酸奶”产品明显扩容。通常一杯200克的酸奶价位在10元左右。仔细对比会发现,酸奶价格的高低其实和代表营养价值“菌种”多少并不成正比关系。知名乳业分析师宋亮指出,国内在酸奶的相关标识规范上确实有所欠缺,相关检查也比较薄弱,因此目前市场上确实出现了普通酸奶换个包装变成高端酸奶的现象。(7月6日《北京青年报》)

普通酸奶换个包装变成高端酸奶,并不是媒体第一次披露。三年前就有一家媒体揭秘:普通酸奶取个洋名,再换上精美的纸盒包装,价格就跟着翻了几倍。事实上,那些所谓的“希腊酸奶”“法式酸奶”等等,不是来自希腊,也不是来自法国,而是一些国内乳企给普通酸奶制造的一个商业卖点,给消费者造成一种高端饮料质量有保证的感觉,两者营养差别不大,价格相对较高,主要是因为包装与宣传提高了成本。

每当有酸奶内幕的调查或揭秘,媒体记者与相关专家几乎都会提醒消费者严防“假高端”。可消费者有严防“假高端”酸奶的本事吗?市场上的

酸奶产品琳琅满目,绝大多数消费者连哪些是真酸奶、哪些是“伪酸奶”都“傻傻分不清”,更遑论区别普通酸奶与高端酸奶了。毕竟,普通消费者不是乳业专家,尽管网上流传着那么多鉴别“宝典”,也压根儿掌握不了辨别酸奶真假、尤其是酸奶高端与否的技巧。

所以说,酸奶“假高端”需要“真监管”。这是维护消费者权益的需要。消费者权益保护法规定:经营者向消费者提供商品或者服务,应该恪守社会公德,诚信经营,保障消费者的合法权益。普通酸奶“换个包装就高端”与“换个包装就涨价”,在本质上违背诚信经营原则。若“假高端”酸奶的价格比普通酸奶高出数倍,更可

用投机取巧、价格欺诈来形容。这绝对不能成为一种市场行为,更不能成为市场常态。

监管部门如何进行“真监管”?一方面,相关部门当改变相关检查比较薄弱的局面,对容易以假乱真、换“马甲”涨价的酸奶市场精准出击、常态化检查,时常将“假高端”酸奶打回原形;另一方面,应尽快补上酸奶标识不够规范、有所欠缺的制度漏洞,增加处罚力度,倒逼乳企不敢在酸奶标识上欺骗消费者。除了提高监管力度,相关部门还需要创新检测技术与手段,让“假高端”酸奶在上市之前无法蒙混过关。

■本版投稿邮箱:  
qilupinglun@sina.com