

# 鼓励奋斗不能忽视利益引导



评论员观察

全国大中城市这一轮房价风云，制造出新一轮楼市热潮，尽管对经济的影响还有待观察，但对社会心态的影响已经显现。于是，有人担心，当努力奋斗还不如投机房产，就可能树立一种错误的导向和价值观，而快速上涨的房价，会令奋斗的价值贬值。

这里提到的奋斗，说白了就是实干，对普通劳动者而言，是把更多精力放在本职工作上，对企业来说，则是保持实体经济的主攻方向。在投机风气汹涌而来之时，提倡奋斗的价值确有必要，但

只是呼吁未必能起到多大作用。个人与企业做出的消费与投资选择，都是基于特定市场环境，要想打破“避实就虚”的经济行为倾向，还是先要弄清这一倾向是怎么来的。

的确，炒房大军之中少不了普通公众的身影，但他们的选择更像是一种防御策略，他们没有能力主导房地产市场的涨跌。看看上海那些排队离婚的夫妻，同样的情况还发生在限购之后的南京，他们之所以“主动”放弃法律对婚姻的保障，只是出于对资产贬值的担心。至于没有房子的刚需人群，情况就显得更为急迫，很可能晚买几个月，一年甚至几年的奋斗就白搭了。如果不是形势所迫，谁不愿意将奋斗的所得用作其他方面的消费，谁不愿意享受更高品质的生活？

公众将过多的资金投入楼市，不仅给市场的非理性火上浇油，还会因为挤占了其他消费，给实体经济的增长制造阻力。

前几天有则新闻，说的是某上市公司为了“保壳”，卖掉了两套房子，去年还有数据显示，四成上市公司一年利润买不到北上广深一套房。人们对企业“避实就虚”的担忧并非多余，但别忘了，之所以会有企业“跑偏”一说，恰恰证明这些企业一开始建立的目的是“跑正”，是发展实体经济，只不过在利诱或无奈之下，才把目光瞄向了房地产。

此时强调奋斗的价值很有必要，但首先要有一个能够体现奋斗价值的市场环境。无论对于企业还是个人，都是先有“跑偏”的房地产市场，后有“避实就虚”的行为逻辑，而最根本还是让房地产市场带头恢复理性。其实，个人和企业“避实就虚”的行为逻辑之所以成立，正是因为地方政府有“房地产拉动”的利益冲动，这种冲动决定了土地供给的规模和形式，决定了针对房地产市场的信贷政策，在供求两端都发挥着作用。

与此同时，房价“只涨不跌”的逻辑背后，隐藏着房产附加价值不断增加的预期，更深层次是区域间差距不断拉大、公共服务均等化难以实现等老问题。所以我们看到，全国楼市分化严重，资源集中的一二线城市房地产火爆，三四线城市在更宽松的信贷政策之下，仍旧面临严峻的去库存压力。同时，房产与各项福利相捆绑，由居住功能扩展到公共资源的分配资格，无形中增加了购房的需求，也助力房价的走高。

在这样的市场环境和政策导向之下，那些有点钱就买房的人，以及那些投资房产而非实业的企业，不应该受到苛责。他们没有宏观掌控市场的能力，没有坚守所谓奋斗的义务。从经济健康发展的角度来看，从更高层面看到这种倾向的危害很有必要，但问题是，单靠呼吁某种奋斗精神的回归，难以抵抗现实的利益考量。

## 城市也该容得下“葱油味”

无证经营，但能够这么火，一定是有道理的，而且也没有证据表明，有证的一定比无证的更讲卫生，无证的一定会在卫生上出问题。这是他们赖以生存的饭碗，可能是一生钟爱的事业，很难说不用心，不讲卫生。

执法的目的不是取缔，而是促进市场健康发展。对于“阿大葱油饼”这样的知名小吃，监管部门不能嫌麻烦。有关方面做得还是不错的。据了解，监管部门多次找阿大约谈，将相关信息提供给阿大葱油饼所在街道，并积极与街道协调，建议从扶贫帮困的角度，帮助阿大寻找到租金相对可以接受，且可以办理证照合法经营的场所，让阿大葱油饼这个上海具有相当知名

度的“网红美食”能够延续下去。

从中可以看到，有关方面还是很注意人性化执法的，所作所为体现了情法交融。应该相信，只要各方拿出诚意，是能够找到最大公约数的，“阿大葱油饼”这样的“网红”，完全有可能保存下来。这里，考验的是执法智慧，即以什么样的态度和方式对待“网红美食”。但必须指出，这里还考验现代城市有没有“烟火味”。

对于阿大来说，可能不是不想办证，而是经营场所不符合标准而办不了证的问题。其核心在于，在城市中，想要找一个各方面符合条件的店铺不容易，即使找到了，租金也往往难以承受。在过去的城市，

二楼住家、一楼做生意的业态很普遍，这是阿大们的“习惯模式”，也是城市的一道风景。可如今，这成为了消逝的景象。

“城市，让生活更美好。”在人们心中，其实很希望繁华的城市，能够上接国际、下接地气。像“阿大葱油饼”这样的小店，点缀在城市，让人们一饱口福，本身就是一道风景。自从“工匠精神”这个词红起来后，人们经常把关注的目光，投向国外一些老店，在繁华的大都市，这些知名老店，往往一开几十年甚至上百年。为什么国外很多城市，能在现代味和烟火味之间找到平衡，而对我们的城市来说，有时却成为了一种对立？

## “公务的士”的疑点与媚权无关

### □试说新语

□杨飞越

取消公车不光节约政府开支，还增加领导干部了解民情和民意的渠道，偏偏有企业看准了这个商机。据报道，福州公交出租汽车公司日前首批推出100辆“公务的士”，在为公务员提供公务用车定制服务的同时，还为公务员家庭用车提供服务。乘车人员必须出示公务员证件，才可以搭车。消息发布后，舆论沸腾。官方回应，这完全是企业行为，政府没有参与，没有给予任何投入与补贴，更没有签署任何合作协议。企业也说这是自身业务创新。

“公务的士”如果完全是企业自身行为，那只能用企业的自杀行为来解释了。因为没有一家企业会给自己设限，没有一件衣服是公务员专属，没有一家餐厅只对公务员开放，没有一辆汽车只卖给公务员。公务员既不是社会最高收入群体，也不是用车需求最庞大的群体，自我设限本身就违反了市场规律。何况网约车市场竞争激烈，各家都在拼命地跑马圈地，扩大自己的客户群体。反其道而行之的“公务的士”，乍看上去难有合理解释。

如果从一般市场行为来看，只有在两种情况下，“公务的士”才能站住脚。一，排他。和政府签署排他性协议，将其指定为唯一公务员用车，公务打车禁止其他车辆，以保证其市场份额。显然，福州的“公务的士”不具备这一点。二，廉价。车好，服务好，价格低，远低于市场同类网约车价格，如果在这样的情况下企业还能盈利，那“公务的士”不必只针对公务员群体，开拓全球市场都是所向披靡。同样，这一点福州的“公务的士”也不具备。

由此可见，出租车企业开通“公务

的士”，颇有些自缚手脚的感觉，那么，“公务的士”真就没有优势吗？企业的决策者真的是一时糊涂吗？或许我们应该换个思路，要知道，包括福州在内的很多城市，都存在打车难的问题，受总量控制的影响，出租车供不应求。那么以“方便公务”之名，新增一百辆以B级车为主的“公务的士”，“巧妙”地突破了总量限制，还以电召、网约的形式介入互联网约租车原有的市场。与此同时，按照介绍，提供定点保障服务的“公务的士”在市政府办公区外待命，这意味着在此处拥有了停车场，出车速度极具优势，竞争对手们可没有这样的待遇。

靠“公务”二字博得地方公务员的欢心，节省了新增车辆的政策成本，以及停车场的额外支出，出租车公司打得一手好算盘。这也就不难解释，为何以公职人员为特定服务对象的专线公交等，会层出不穷了。毕竟，在很多地方，跟出租车总量控制类似，增添区域运营线路的审批可不是那么容易通过的，借车改大背景、以定制化服务为名，相关企业找到了一条“捷径”。在这里面，权力的因素若隐若现，企业以此换来额外的经营范围，公务人员也得到了特殊的出行便利。

自“公务的士”面世以来，遭到了很多批评，有人责备企业向权力献媚，有人批评公务员养尊处优，这都没有抓住问题的根本。公车改革，以明补取代一般性公车，以市场化的出行方式取代公车出行，本质上还是将市场的与政府的划清界限。既然拿到了车补，公务员与其他人群在消费者的地位上没有区别，公务员出行需求营造的也是一个开放平等的市场。企业瞄准这部分新的市场，开辟新的服务很正常，问题的关键在于，是否有经营主体打着精准营销的名义，换来了权力的特殊眷顾。

## 关于依法对非实名电话用户暂停直至终止通信服务的通告

尊敬的山东省移动电话、固定电话用户：

根据《中华人民共和国反恐怖主义法》、《电话用户真实身份信息登记规定》等法律法规，以及最高人民法院、最高人民检察院、公安部、工业和信息化部、中国人民银行、中国银行业监督管理委员会六部门联合发布的《关于防范和打击电信网络诈骗犯罪的通告》和山东省通信管理局、山东省公安厅联合发布的《关于电话用户真实身份信息登记的通告》等要求，未经真实身份信息登记的用户（包括登记信息不完整的用户），电信经营者将于2016年10月起依法暂停直至终止通信服务。

特此通告。

中国联合网络通信有限公司  
山东省分公司

中国移动通信集团  
山东有限公司

中国电信股份有限公司  
山东分公司

2016年9月

■ 投稿信箱: qilupinglun@sina.com