

油电价格上调不一定是坏事

【财经纵横之寒冰专栏】

这次油电价格调整在意料之中。倘若再不调整,油荒和电荒有可能同时在7月份出现,带来社会恐慌,亦可能对奥运会的顺利举办产生影响——这当然是大家都不愿看到的。

对于交通运输、塑料、纺织等相关产业,石油既是重要的生产原料又是主要的燃料,油价上调将直接增加这些产业的生产成本,而这些生产成本能否在下游的产品价格中体现出来,则取决于其转嫁的能力。一般而言,垄断程度越高的产品,向消费者身上转嫁成本的能力越强。而有些行业则需要借助行政力量来实现

成本转嫁。比如航空运输业,由于航空煤油价格每吨提高1500元,可以预见,航空燃油附加费不久即有可能上调。

电价上调的结果也一样。电力作为上游重要的能源价格,会直接推高下游许多行业的生产成本。同时,由于电力需求的刚性特征,电价一旦上调极有可能引发终端消费价格的集体上涨,而消费品价格的上涨又容易带动工资、利率、租金等上涨,进而引发产品价格全面上涨。有关部门显然考虑到了这个因素,有限的上调幅度和民用用电不做调整,即是要降低影响。

电价与油价的上调,都将对通胀产生影响。根据国

家信息中心价格模型测算,油价每提高10%,推动居民消费价格上升0.25%,生产资料价格上升0.9%。但同时,我们也应该认识到,油价的上涨会在一定程度上降低成品油的消费,有利于缓解通胀压力,呈现出积极的一面。在欧美等国,油价的上涨就导致相当一部分消费者减少汽车的使用频率,而改乘公交车。而在我国,由于财政补贴油价,等于鼓励对成品油的过度消费,欧美等国日益被冷落的高油耗SUV却在中国热销即是一个明显的例子。相应的,油价上调将直接影响到汽车等行业的销售量,对这些行业产生直接影响。电价也一样,作

为上游重要的能源价格,电价上调将对物价上涨带来更大压力。但它会促使一部分“两高一资”(高能耗、高污染、资源性)企业(如电解铝、铁合金等)因不堪成本之重而退出,这种影响同样是积极的。

总体而言,这次电价与油价的上调是非常必要的。从长期来看,电价与油价的上调在一定程度上缓解了资源价格机制失衡的矛盾,使得价格管制和扭曲的问题得到部分纠正,这有利于理顺要素价格机制、释放通胀压力、推进资源节约,对中国经济的可持续发展是非常有益的。

(作者系《上海证券报》评论员、专栏作家)

阜阳官场应回避“白宫”举报案

■热点纵论

一度闹得沸沸扬扬的安徽阜阳“白宫”举报人李国福蹊跷死亡事件终于有了最新进展,6月23日的《中国青年报》报道,安徽省纪委、省检察院联合调查组已经就此事展开调查,“白宫主人”、阜阳市颍泉区委书记张治安已被停职。

阜阳市颍泉区政府办公楼“白宫”超乎寻常的豪华已经世人皆知,“白宫”举报人李国福在监狱内蹊跷死亡也有着诸多显而易见的疑点。但被举报人张治安和举报人李国福的人生际遇却很讽刺——由于在阜阳官场根基深厚,行贿事实被认定的张治安官帽照戴,甚至一度被阜阳市提名做副市长;而李国福则被不明不白投入监狱,直至蹊跷死亡。

调查的展开和张治安的官帽被摘,这是还原真相的开始。但李国福的悲剧已经告诉了我们,张治安在阜阳市有着怎样惊人的能量。如今虽然张治安已被停职,但由于其家族在阜阳市盘根错节的关系网(鼎盛时期,其家族内有10人在当地担任副县级干部,而且都在要害部门),只要调查过程仍有阜阳市政

府部门的参与,张治安就极有可能找到“突破口”,但从律师向阜阳市检察院提交重新尸检申请的细节可以看出,具体调查过程仍有阜阳市司法部门的参与。这样的调查模式,为彻底还原真相蒙上了一层阴影。欲得真相,阜阳市司法部门甚至整个官场都应该回避这次调查。

为什么?因为人们已经对阜阳官场公正调查此事失去了信心。事实上,从张治安行贿事实被认定也能稳坐官位甚至差点被提拔来看,阜阳官场的公信力已经大打折扣。而在李国福蹊跷死亡之后,当地司法部门却对诸多显而易见的疑点视而不见,更让人对他们的公正执法失去了信心。是包庇也好,是畏于张治安及其家族的权力也好,已经成了张治安的共同利益者也好,当地司法部门和政府在这件事情上都已经失去了取信于民的资格。

既然安徽省已经派出了联合调查组,就应该全盘接手此案的卷宗,不要再让处于利益嫌疑地位的阜阳司法部门介入此案,调查过程更应对阜阳官场严格保密,以免横生枝节,让真相在权力的猖狂中再次离我们远去。(本报评论员 赵勇)

官职怎样成为道德楷模的奖品?

【中国观察之十年砍柴专栏】

“警察妈妈”蒋晓娟被破格提拔为江油市公安局副政委总算尘埃落定。但这件事所反映的某种公众心态以及当下干部选拔的诸多问题却值得进一步思考。

留心一下就能发现,即使是反对破格提拔蒋晓娟的人,也对这位“警察妈妈”在道德上进行了充分肯定,其持异议的原因是认为将破格提拔作为对先进典型的表彰不妥,显得过于庸俗,反而使道德的光彩蒙尘。我以为,这世上并没有真空中的道德,道德的高尚

和俗利之间并不截然对立。分析蒋晓娟被破格提拔,要厘清的是这两个问题:一是如官职能否成为对官员的奖赏,果可以的话,那么这酬劳给道德楷模是否合适。

如果放在中国皇权时代,第一个问题则不成为问题,因为皇帝是公权力的法人代表,以皇帝或朝廷的名义将官职作为对官员的奖赏,天经地义。而1911年帝制覆亡后,这个天经地义的事情变得有些暧昧了,为什么呢?因为从此以后官员不再是老爷而是公仆。如果再明确将官职作为酬劳,似乎不太合适。但在现实中,社会对官职

的实际价值之认知并未真如以上所言,这些年来,公开报道的先进典型,基本上得到官职的奖赏,蒋晓娟被提拔,又有什么奇怪的?

既然官职可以作为酬劳,那么用它奖赏道德模范也就很正常。至于道德模范能否胜任官职,基本上不是个问题,官员的标准说高非高,比如说必须德才兼备,说低也很低,因为现实中德才兼备很难量化,但道德楷模至少在“德”上得到了多数人的承认。

蒋晓娟被破格提拔的核心问题,不在于作为道德楷模的她是否应该升官,也

不在于舆论对此事产生了何种影响。不论中外,蒋晓娟这类典型被提拔都会引发种种讨论甚至争论,一个地方的公共事务,有权对其最终作出决定的,应该是当地的民意机构——人大,这样的机构通过公开透明的程序作出决定,就有毋庸置疑的合法性,同时也以当地公民的代表身份,承担了这一决定带来的种种压力或风险。因为任何一件事,哪怕再合情合理,都可能遭到一部分人的反对。官职成为道德楷模的奖赏并无不可,只要有公开公正的程序设计。(作者系资深时事评论员)

变“换人就换车”为“换车就换人”

■公民发言

记者去某山区县参加一个活动,见到当地领导坐的几乎都是清一色的新车。原来,尽管并不缺车,但由于刚换届不久,新官不坐“旧轿”,当地一下子添了不少新车。

(6月23日《人民日报》) 全国政协委员任玉岭的两会提案中显示:从1978年至2003年,我国行政管理费用已增长87倍,行政管理费占财政支出的比重从4.71%上升至19.03%,而相应数据日本为2.38%,英国为4.19%,法国为6.5%,美国为9.9%。在这

些数字背后,“换人就换车”的领导们“居功至伟”。厉行节约、缩减行政开支的会议开过无数次,各种红头文件也发了无数,然而行政费用却照增不误,且愈演愈烈。企图用自上而下的号召,靠官员的权力自觉实现节约,犹如在沙滩上扫沙子,永远不可能完成。四川省前不久曾对灾区干部实行大规模火线任免,其重要依据就是在抗震救灾中的表现。程序和标准公开透明,并且置于百姓的监督之下。同样,如果能采取过硬措施,变“换人就换车”为“换车就换人”,我相信,只此一招,就会收到立竿见影的效果。(海瑶)

全面胜利 第八代继续领军中高级车市

第八代雅阁 5月销售 15923 辆 上牌 12430 辆

第八代雅阁继3月份再夺中高级轿车销量冠军,4月份荣膺C-NCAP碰撞安全测试中高级轿车首个超五星评价殊荣之后,5月份第八代雅阁在销售量、上牌量上均超越对手,实现全面胜利。其中,第八代雅阁的5月销售量达到15923辆,上牌量达到12430辆。这标志着第八代雅阁在经过4月的产能调整后,再一次站在了中高级车市场的巅峰。

数据显示,5月份广州本田产销27687辆,相比4月份增长16.1%,其中第八代雅阁轿车销量达到15923辆,继3月份之后再夺中高级别轿车销量冠军。

来自市场终端的新车销量数据向广大消费者透露的信息是:全国主要中高级轿车销量的重点城市中,第八代雅阁的销量已经全面超越了竞争对手。在北京市场上,雅阁连续三个月销量超过1000辆,单月销量已远远抛离主要对手400辆以上。在广州、深圳、上海等城市,第八代雅阁的领先优势也十分明显。

好产品是夺冠的根基
从产品来说,汇集本田最新科技的第八代雅阁堪称

超越级别,第八代雅阁无论从造型还是从装备来看,都更加豪华大气。宽敞的车内空间,豪华的装备,领先的科技,卓越的动力性能,让第八代雅阁成了B++级别的轿车,与C级车相差无几。

值得一提的是第八代雅阁轿车在4月公布的C-NCAP碰撞测试中,以总分50.3分的成绩获得了超五星的优异评价,成为目前为止国内首款获得超五星评价的轿车。中国汽车技术研究中心(CATARC)对第八代雅阁轿车在此次碰撞试验中的表现评价为“接近完美”。

消费者需求排在第一位
为了更好地满足市场需求,广州本田灵活调动产能,

由黄埔工厂、增城工厂两个工厂共同生产第八代雅阁。在产品品质上,实行严格的品质保障制度,对零部件和整车品质实行标准化管理,从源头上确保出厂的每一台第八代雅阁都达到高品质的水准,让每一位第八代雅阁的消费者都能够长久感受超五星安全带来的完美驾驭感。

“消费者没有想到的,我们提前想到、做到,这样才能更加深入、全面地让消费者满意。这就是广本的服务理念,以人为本。”在一次访谈中,一位广本经销商的老总向我们阐述过他心中的“广本服务理念”。这样看来,雅阁能取得这样的成绩,在他们眼中其实很简单,也很朴实。



市场直击 帮消费者树立信心 第八代雅阁的职责所在

随着厂家产品线的丰富,产能的提升,第八代雅阁的店内销售有了一个飞跃和突破,极大地提升了产品竞争力。宽敞舒适的大空间、先进的科技、丰富的配置、优质的服务这4项指标在客户选择第八代雅阁之后确实得到了验证。

很多用户都是冲着服务来的
“第八代雅阁除了综合指标良好,很多客户都是冲着它的服务来的。举个小例子,3.5L的第八代雅阁实行的‘VIC的服务’开辟了中高级车型的先河,从购车那天开始,专人专车将负责每一项服务,让车主享受到服务的尊贵感,同时免去客户车辆保养与维修中的很多麻烦。”广州本田雨田广宏店祁铁英明确表示。

在广州本田雨田广宏店近期做的一次第八代雅阁客户调查中,大部分消费者认为尺寸增长后的第八代雅阁运动外型最具吸引力,其次

消费者亦比较满意它明显提升的动力性能、操控性能与乘坐的舒适性。总体来说,无论是动力系统、技术含量还是超越了同级别所有车型的宽敞空间都巩固了第八代雅阁在中高级车市场的王者地位。第八代雅阁“3年10万公里”的售后服务也是颇具竞争力的亮点,随着消费者日益趋于理性,他们在购车时对服务的品质也相当看重。

强势底气源于多年口碑
第八代雅阁的知名度、美誉度、忠诚度是多年沉淀下来的,不是谁都能做到的,这么大的消费群体最可贵的资源就是口碑,市场影响力和品牌影响力之强不言而喻。就广州本田雨田广宏店来说,购买第八代雅阁的消费者中,几乎40%以上的客户是由于雅阁老车主的推荐来购车的。第八代雅阁的“回头客”特别

多。这一点给我留下很深印象。”广州本田雨田广宏店的销售人员曾先生说。在众多的购买者当中,给他印象最深刻的是一位西餐厅的老板,以前使用的是第6代雅阁,这么多年来车极少出现问题,让他非常放心与省心,在试乘试驾第八代雅阁时也非常满意。虽然期间有人曾经向他推荐过其他车型,他仍然选择了第八代雅阁,成为雅阁的忠诚客户。

尽管车市的前景充满了未知因素,但广本特约店的销售人员仍对第八代雅阁的销量十分看好。“毕竟历代雅阁在多年的销售中已经培养了成熟的市场,同时消费者对车的选择和购买日趋理性。消费者在做每一个选择时,厂家与经销商都需要以良好的品质与优质的服务帮他们树立信心,这也是第八代雅阁一直肩负的责任。”特约店的销售人员充满信心地说。

