

防止土地储备融资“滚雪球”

□王立彬

国土资源部、财政部、中国人民银行和中国银行业监督管理委员会近日联合下发《关于加强土地储备与融资管理的通知》，要求加强土地储备机构业务和资金管理，理清土地储备与融资关系。这是规范土地储备，严格控制土地储备规模，防范土地储备融资“滚雪球”，减少地方政府债务和金融风险的有力之举。

我国的土地储备制度是落实土地调控政策采取的重要机制，也是地方政府及土地管理部门依法进行土地供应的制度安排。2001年以来，国务院对规范运行土地储备制度提出一系列明确要求。相关部门和地方政府制订了相应政策法规。实践证明，这一制度对严格土地管

理不可或缺，对稳定房地产市场、保障民生用地、促进经济社会发展具有积极作用。

不容忽视的是，随着经济快速发展，土地管理形势发生很大变化，这在土地储备制度运行中表现了出来。如一些企业或融资平台公司也成立土地储备机构，亟待规范管理。部分地区土地储备操作不规范，入库土地产权关系不够清晰。个别地方土地储备资金使用不规范，地方政府甚至挪用土地储备资金。一些地方政府成立融资平台公司，以土地储备名义融资用于非土地储备业务，混淆土地储备概念。一些土地储备机构，被地方政府当作融资工具，被迫偿还其他债务。针对上述情况，加强储备机构规范管理、理清土地储备机构与融资平台关系，对控制

贷款规模、减少地方政府债务、防范金融风险至关重要。

中国特色的土地储备机构，要充当地产市场平稳运行的“储水池”，不允许成为金融风险“堰塞湖”。因此必须控制土地储备规模及融资规模。对土地储备计划一定要管住。在土地来源上，尽量面向空闲、低效利用及其他现有建设用地，积极开展工业用地储备；在土地流向上，要优先用于保障性安居工程及其他公益性事业。同时，土地储备融资规模更要管住，要严格执行年度融资规模控制卡管理。土地储备机构贷款不得用于城市建设及其他与土地储备业务无关项目。土地储备机构名录要定期更新，名录以外各类机构不得享受土地储备相关政策，金融机构不得发

放土地储备贷款。

目前，我国对土地储备资金使用管理，已建立一套较完善的管理制度，除《土地储备管理办法》外，还有财政部、国土资源部《土地储备资金财务管理暂行办法》、财政部《土地储备资金会计核算办法》等，必须严格执行。此外还要强调，土地储备机构主要开展土地前期开发，为政府供应“净地”。道路、供水、供气、排水、通信、照明、绿化、土地平整等基础设施建设的，必须通过公开招标方式选择设计、施工和监理单位，不得通过下设机构进行工程建设。有下设或挂靠从事工程建设机构的，必须彻底脱钩，做到防范金融风险和防范道德风险并重。

据新华社电

》短评快

契约精神 需双方维护

□斯涵涵

因为有三个月忘了还房贷，不但收到了法院传票，而且发现自己被银行“索赔”43万元，这让在无锡置业的业主小张傻了眼。

(据《扬子晚报》)

欠3个月6000元房贷，竟被起诉追讨43万元，给读者第一眼的感觉就是罚息过于霸道。银行的霸王条款正是热门新闻，这也是这条消息被频频转载的原因。

但是，仔细阅读就能发现实情并不如想象中夸张：43万余元中，大头是需归还的剩余借款，依据是银行贷款合同文本中约定的条款：“连续三个月或者累计六个月未能按期还本付息，银行有权宣布贷款提前到期，要求借款人一次性归还剩余的全部贷款并支付逾期利息。”

数十万元的贷款不是小数目，纵然房贷合同是银行单方制定的格式合同，但是既已在贷款合同上签下名字，白纸黑字，表明自己承认对方的条件，就要安排好还款计划，按时还款，而银行追讨有约在先，也有着整套法律程序。从这一纠纷来看，欠贷业主显然该承担更大责任。

据报道，在法院日常的审理当中，银行起诉贷款业主的案例不少，其中除了像小张这样是因为大意而拖欠的之外，恶意赖账的也不在少数。任何单位和集体都必须维护自身利益不受侵害，欠3个月6000元房贷终还43万元，更在于其警告作用。

莫把任何银行合同都看做霸王条款，合同双方各自履行各自的权利与义务，契约守信精神才是契约精神的核心精神。

少儿加油站 小事或可解大难

□殷国安

珠海拱北街道华平社区了的“少儿加油站”已正式投入运作，逢星期二至星期五放学后时段内开放，孩子们可在此做作业或阅读课外书等。

(据《珠江晚报》)

别以为“少儿加油站”是件小事，但却可以解决一些家庭的大困难：放学时间到了，家长却还没下班，孩子们到哪里去？家长又怎么能安心？现在好了，到“少儿加油站”待着。“少儿加油站”共有300多本藏书，全部都是适合0-14岁青少年的读物，还有义工值班陪同孩子，他们可以读课外书或复习功课，也让家长放心。

许多小事解决不好，也会变成老百姓的难事。作为直接同老百姓接触的社区，就应该了解老百姓的这些难事，并且尽力帮助解决，这其实也是关注民生，增加老百姓的幸福。记得媒体报道过，丰台区和义街道的一些老旧小区，居民晒被子难，于是政府出资在辖区老旧小区试点安装标准化晾晒架，颇受居民好评，并开始在其他老旧小区推广安装。

所以，我们不仅需要推广珠海拱北街道华平社区办好“少儿加油站”的具体做法，解决孩子的“寄托”问题；更要发扬这种精神，发现和解决本地居民的其他难题，为居民的幸福和谐发挥作用。

》一吐为快

“摇号帝”寄寓着稀缺资源公平诉求

□邓海建

北京本月共有1264862人参加购车摇号，中签率再创新低，达1:67.2。在大多数人屡摇不中时，细心的市民发现从今年5月至11月，“刘雪梅”这个名字连续7个月中签，有人更是戏言若再摇不中不妨改名“刘雪梅”碰碰运气。(据《新京报》)

乍看起来，一个名字连续7个月中签，用元芳的话说，真是“此事必有蹊跷”。但记者调查发现，这些个“刘雪梅”的个人编码并不相同，换言之，很可能是同名同姓罢了。客观而言，“刘雪梅”这个名字确实很大众化，如同张三李四一样，重合的概率难免很高。但民众之所以觉得“邪乎”，甚至感觉“像打麻将连和7把大和一样”，起码说明两个问题：一是大家对购车摇号极为关注，二是中签信息在“以理服人”方面起码还有漏洞。

刘雪梅成了“摇号帝”，这个揶揄大于事实的说法，令人不禁想起此前全国各地被起底的“听证帝”。从长沙的周正良、石爱伟到成都的胡丽天，他们都曾是舆论口中的“听证帝”——以小概率的身份践行着“听证专业户”的角色。有人认为这些“好好先生”已经沦为相关部门“随机”抽样选中的涨价表决机器，与主办方保持“高度一致”。坊间热议之后，制度层面也是一片反思声。出于监督敏感或生活常识，当资源配置中的小概率事件演绎成惊人的



薛红伟 绘

“巧合”，必然要经受公众的合理质疑——最为板上钉钉的佐证，是各地保障房配置中“N连号”的丑闻。

购车资格也好、廉租房也罢，都是稀缺的公共资源，那么，他们在配置的时候，最底线的逻辑就该是“不患寡而患不均”；但历史又往往证明，越是稀缺的公共资源，越是容易在失衡的配置规则中沦为“唐僧肉”。那么，从概率上说，公众秉持对

“摇号帝”等现象的警惕，是再正常不过的事情。而这种警惕又成为对公权的一种倒逼：既迫使其尽快加速信息公开的进程，又警醒其在实际操作中严防寻租及程序漏洞。

刘雪梅之所以成了“摇号帝”，离不开市民在中不了签后的某种纠结。在北京市小客车指标调控管理信息系统网站的“政策咨询”栏目内，曾有多位市民提到“希望换编

码”，但工作人员均回复，一个人只能有一个申请编码，且不可变更。那么，在技术允许的条件下，变更编码、纾解落选市民的“心结”，是不可完成的任务吗？

“摇号帝”一说，无论真假，都寄寓着公众对稀缺资源公平配置的诉求。如何澄清可能的误会、赢得民众在政策上的理解，职能部门要做的可能还有很多。

干露露母女爆粗口 电视应有价值取向

□刘英团

干露露母女的骂人视频在网上疯传，很多网友看后气愤不已。干妈妈为何发飙？昨日，记者连线了干露露的母亲雷女士，她直言不讳地透露：“说白了吧，别人给我钱，我才发飙的，要不然我能那么去做吗？”

(据《济南日报》)

我们不反对娱乐，甚至需要娱乐。娱乐是人的本能的需要，电视娱乐从人的本性出发，以轻松愉悦、富有趣味的风格，吸引着广大受众。但是，波兹曼在《娱乐至死》这部书里的话值得深思，“谁会拿起武器去反对娱乐？当严肃的话语变成了玩笑，我们该向谁抱怨，该用什么样的语气抱怨？对于一个因为大笑过度而体力衰

竭的文化，我们能有什么救命良方？”

荧屏低俗之风的蔓延与媒体社会责任的下滑脱不了干系。作为媒体，有责任把握观众的兴趣导向，制作出符合大众审美情趣的节目。节目的生命力在于真实。对于新闻和戏剧杂糅的方式，我们也不反对，但是要标明，是虚构的就是虚构的，真实的就是真实的，不能误导受众。正如重庆电视台台长李晚晓所言：“收视率是集体无意识的反映，受大众消费心理的引导，那么这种以收视率为导向，跟着这种收视率走，追求高收视率，就是迎合，就是媚俗。”

“传播人才和媒介从业人员的素养最终会影响受众的价值取向和社会取向，因此，加强传者的媒介素

养教育尤为重要。”媒体作为一个公共舆论平台，既是党和政府的喉舌，也是传播先进文化的窗口和教育人民的重要工具。而电视栏目剧编造故事罔顾伦理让人伤感。而且，以低俗、庸俗换取收视率的做法也不可取。一旦蔓延开来，后果不堪设想：首先，导致电视越来越没有文化，丧失电视的文化本性，让有文化的观众疏离电视，让电视人进一步追求无聊，这是最可怕的；其次，导致民族文化传播途径的狭隘，让百姓沉浸在歌舞升平的庸碌状态中，不思考，缺文化，这也是很可怕的；第三，庸俗化排斥了文化扩大的平庸的领地，丧失了和其他文化媒体竞争的根基，特别是和新媒体的竞争，这对

于它的自身生存也是危险的。第四，靠编造内容、低俗猎奇来提高收视率，最终只会引起观众的反感，造成观众的流失和收视率的下降。

文化是一个民主精神中最具魅力的东西，是决定一个国家和民族性格的核心要素。文化也有雅俗之分，但雅与俗既是相对的，也是动态变化的，并有各自的受众群体，这是任何历史时期都普遍存在的社会常态。而无论是社会，还是文化自身，从文化生态学的角度来看，摒弃糟粕、追求健康向上，以维系其系统功能的正常发挥，是一种与生俱来的存在。同时，许多国家还通过立法打击和制止电视传播中低俗不雅现象，这些值得我们参考。