■买房者说

住房承载着社会价值认同与责任

◎章剑锋
厦门大学不动产金融研究中心研究员
香港财经文摘杂志高级记者
专栏作者

有些事情看上去总是很可疑,若不仔细追究,极可能就是陷阱。比如,通常主张多数人应该去租房居住的,大抵是有房产者、资产完整者,而多数无房产者、资不抵债者,则对于购买和永久持有一宗房产充满强烈愿望。有房产者此时当头就是一盆冷水泼出,说道,这怎么得了啊,人太多了,房价能不高吗?你们都该去租房啊。

这种主张现在还很有市场。其一贯的逻辑在于,正因为该租房而未租,那些人才自讨苦吃,也所以中国市场才会出现诸如高房价、供需失调、竞相反目的事情。真是不易弄懂,人都应该活得现实一点、明白一点,可就是有那么一些人活得不现实、也乐于糊涂,即使赴汤蹈火也所不辞。

对于全民租赁是否真的能够使人们有效摆脱倾家荡产的宿命,我始终表示怀疑。本栏文章就此曾经谈到过一种忧虑,就是当所有人都去租房时,房租势必水涨船高,只怕又将出现另一重意义上的"房奴"。是否明智,实在需要掂量。

还有一重意思,恐怕也应该及时指出——那些总是要求别人去租房的人,恐怕过多地将责任推给了别人,这种做法未免损害了别人与生俱来的神圣产权感,同时又强化和突出了自身的持有地位和占有权利,这是不公平也是不客观的。还需要强调,全民租赁无论如何不应该成为持极端市场化观点者强势挤压低支付能力者或贫困人群的借口,因为那将伤害无房产者对于自身作为一国公民的价值认同和荣耀意识。那种脚不着地、不停迁徙的租赁生活,会使人们由于缺乏归属感而拒绝承担相应义务,以致丧失作为社会一分子的责任感、自豪感。

住房恐怕已经成为当今时代最具凝聚力和感召力的事物。有产者安于居有其屋,无产者向往居有其屋。这是因为,一个人的产权感是与生俱来的,当有产者对无产者耳提面命要求他们租房的时候,是否想过有必要尊重别人这种与生俱来的情愫呢?

关于这一点,我们不妨听听新加坡资政李光耀当年是怎么说的。上世纪六十年代初,新加坡是马来西亚联邦的一个成员,同为英属殖民地。国力孱弱、社会动荡、人心游离,那时候李光耀考虑着手为国民营建一个家园。有家园有归属,个人才会有责任心和使命感。

"我早就在想,如何建立每个公民跟国家以及国家前途之间的利害关系。我要建设一个居有其屋的社会。"李光耀深信,每个人都有与生俱来的产权感,这使他们为能购买住房而感到自豪,因此人们购买住房和租赁组屋的态度有着强烈的差异。人们在照顾自己拥有的住房和租赁单位会有截然不同的态度。他在回忆录里写道,上世纪五六十年代新加坡发生暴乱时,路人也会参加,向汽车挡风玻璃扔石头,把汽车掀翻,放火烧毁。到六十年代中期,人们陆续拥有了住房和资产,再有暴乱时,年轻人懂得将道路旁的史古打(摩托)抬上组屋的楼梯。

李光耀意识到,如果每个家庭都有自己的住房,国家将会更加稳定,并且可以让那些儿子必须履行国民服役义务的父母觉得新加坡有他们的份,值得他们的孩子去捍卫。如果他们没有自己的住房,他们迟早会明白:新加坡没有他们的份,他们只是在捍卫有钱人的财产。

"我要让新加坡每个家庭都有真正的资产让他们去保护,尤其是他们自己的住房"——在1963年,李光耀通过建屋发展局公布"居者有其屋"计划。翌年,建屋局向买主提供低息贷款,摊还期长达15年。同时,他们还修改了中央公积金法令,扩大中央公积金储蓄计划,提高公积金缴交率。身为政府总理的李光耀还会直接干预建屋发展局的工作,要求改善组屋的质量和设计。

在这一过程中,越来越多的人拥有了自己的住房,并在居住质量方面获得不断提升与改善,这使新加坡持续不断发展了30年。李光耀回忆说,要是没有这些计划,新加坡人将像香港、台北、东京等地的人一样,工资很高,却须花大钱租小房子,而且这些房子永远不会归他们所有。人们不能重新分配在自由市场经济体系中通过竞争所创造的财富,社会的团结意识将大大削弱。

新加坡的经验也许并不能完全解决中国的实际问题,但是有一些地方是相通的。在住房层面,分配均等化非常重要。全民租赁或许可以解一时之急,但终非长远之策。

■心雨

让慈善随分享意识融入人心

◎张赐琪
社会学研究者
上海"东方讲坛"讲师

一百多年前的纽约,处于社会富豪迅速出现而穷人得不到有效救助的年代。卡内基的慈善理念,高扬公平和正义的旗帜,向贫富悬殊的社会现状宣战:"有钱人在道义上有义务把他们的一部分财产分给穷人,因为所有超过家用之外的个人财产都应该被认为是让社会受益的信托基金。"

今天的上海同样走到了贫富悬殊的十字路口,同样面临着如何建立一个公平和理想之城的问题。据报载,2006年有人在中国第一高楼——上海金茂大厦举办了一场"世纪婚礼",仅婚场布置就耗费50万元。而城乡结合部的上海宝山区,外来民工王先生一家正绻缩在不到8平米的板屋内,为找不到工作而发愁。

基于互爱与捐助在转型期的中国有多么重要这样的共识,上海市民以各种方式投入公益和慈善活动。一年一度"蓝天下的至爱"慈善活动,由上万名学生头戴红帽在申城街头募捐,成为这一共识的精彩诠释。

诺贝尔经济奖获得者约瑟夫·斯蒂格利茨在他的新作《让全球化正常运转》中提出了"世界并不是平的"这一和托马斯·弗里德曼意见相悖的观点,论据就是目前世界上还有相当一部分人远不能过上像样的生活。对此,斯蒂格利茨的回应是,应当把救助世界上贫穷和落后地区的民众视为政治家、基金会和社会学家们所要面对的首要问题。他严肃地讲述着政府和企业究竟可以为穷苦大众做些什么,以便把无情掠夺自然资源的生态危机和分配不平等降到最低。

在转型期中国社会的不平等竞争状态下,财富的流向也不尽平等,同样需要关注那些贫穷和不幸的人。而慈善捐赠则是对不平等分配的一次矫正。这种出于良心或同情的自愿再分配,是建立在"慈善让生活更美好"的共同愿景之上。

人类学研究员丹顿博士曾有一个分析说:"现存的所有生物科学证据,都支持一个核心论点,就是宇宙整体是专为人类和生命设计的,这是它存在的根本目的和意义。在这个整体里面,所有实体都因着这重要事实而拥有本身的意义和解释。"这个重要事实同时也揭示了所有实体存在的共生性和目的性,以及休戚与共的相关性。

因此,慈善不是居高临下的施舍,不是一时一物的付出,而是同体大悲的息息相通,是情如手足的爱心传递,也是推己及人的随时分享。

这种分享意识,正逐渐融入上海市民的生活实践中。

1997年上海志愿者协会成立。这个全市最大的慈善公益团体和资源整合的中心,迄今已建构区、县、街道和基层单位的三级管理和四级网络机制(即协会、分会、总队、服务队),注册志愿者200多万人,还有从属"热爱家园"、"怡绿"等草根团体和其他社会组织的数十万志愿者群体,活跃在上海城乡的各个角落,传递着人类互爱的信息。

上海宗教界也先后成立了玉佛寺"真禅法师基金"、道教"陈莲笙慈善基金"、基督教"儿童健康基金"等慈善基金,在西藏、云南、甘肃、青海、四川、贵州等地援建希望小学;在新疆、吉林等地援建卫生院所。天主教上海教区与徐汇光启护理院合作,已施行小儿脑瘫康复治疗4万余人次、成人康复治疗3万余人次。

作为中国内地最早成立的民间慈善组织之一,上海市慈善基金会自1994年成立至2006年底,共募集善款16亿元。其中有10亿多元已用于"敬老、扶幼、助学、济困"等社会救助,使90余万困难市民直接受益。而通过直接捐赠等其他渠道,未列入统计的捐助善款更是不计其数,也难尽其详。

一位身有残疾的受助中学生范辰翔说:"我最大的愿望,最幸福的感觉就是也能去帮助他人"。通过施助——受助的循环反哺,让更多市民意识到助人即助己,"爱人如己"将使我们的城市更为和谐。

■金银岛

烦恼基金:舢板VS航母

◎倪金节
财经评论员 媒体专栏作者

如今买基金也得摇号了,且中签比例越来越低:上投摩根内需动力基金限额发行100亿,一举创下900亿的认购天量!面对着如此火热的基金行情,一些业绩出色的明星基金却很"烦恼",不管怎么说,在沪深A股市值仅占GDP60%左右份额的市场容量下,"肥胖基金"翻起身来很是不易。暂停申购、转换转入、大比例分红或拆分的背后,基金公司心态很微妙。

起步至今不过9年时间的中国基金市场是一个新兴的市场,在其蓬勃发展的过程中,单只基金究竟以怎样的规模为宜一直是各方争论的焦点。基金规模与业绩之间,究竟是呈现正相关还是负相关,就连同一家机构研究人员的结论竟然也大相径庭。2005年,沪深A股市场一片低迷之际,银河证券一名研究员分析2001至2004年股票型基金规模与净值增长率关系,得出了基金规模越小,业绩越好的结论。而随着2006年全流通改革的逐步推进,资本市场走出一波红红火火的行情之后,银河证券的另一名研究员在今年初提出了别一种观点:基金的规模变动特征,与其投资管理业绩正相关,而且鲜明地体现在运作时间较长的基金上。基金规模和业绩究竟是正相关还是负相关,看来还真很难定论。

基金管理公司的收入基本取决于基金的管理费用,而基金的管理费用与基金公司的整体规模又直接相关。或许问题也就出在这里,对于基金经理来说,基金规模与业绩之间并不存在必然的正向关系。因此,基金经理往往并不倾向膨胀单只基金的规模,而基金管理公司为了追求收入的增加,常常有追增基金规模的需求。基金是求"大",还是追"小",的确让人费思量。

由于国内流动性的过剩相比于其他经济体更为严重点,加上国内投资渠道狭窄和利率偏低,将近20万亿的居民储蓄通过基金的途径进入资本市场的确是不错的选择。但随着居民"买基"情绪的高涨,基金公司的规模也随之膨胀,"巨型"基金层出不穷,消化不良的迹象日益显现。

基金经理们一般认为,若想业绩领先,必须控制基金的规模,通常是在30亿以内。特别地,在市场环境不成熟的情况下,当迅速扩大的基金规模遇到市场行情调整时,会面临巨大的赎回压力,而此时巨量资金的涌进涌出对基金行业杀伤力巨大。鉴于目前沪深A股市值的规模,数百亿基金的持仓选择毕竟有限,唯有长期持有那些大盘蓝筹股,才能保证自身基金的净值稳定。这样的被动局面,当市场遇到大幅度的调整行情之际,基金调仓只会让下跌雪上加霜,此时基金真正面临着"进"也不是,"退"也不成的尴尬局面。

虽然并非所有的百亿基金业绩都排名落后,但是少有百亿基金表现很优异。从这几年实际运作的效果来看,百亿基金往往是"盛名之下,业绩其实难符"。于是诸多基金"不想长大"也就成了必然,与其背负着"肥胖基金"的"盛名",不如"瘦身"后做点实实在在的业绩,毕竟大多数基金还必须靠"天"吃饭的,保持骄人的增长业绩才是立身之本。

伴随着中国经济的持续健康发展,居民的收入也将相应增加,而股市规模却难以在短期内有大的突破,基金在不断长大的过程中烦恼自然会越来越多。在规模和业绩之间,基金恐怕还将不断地在"痛苦"中抉择。

■看东说西

借奥运之机 请多包容汉服

◎周到
西南证券研发中心副总经理

奥运会开幕仪式上,中国运动员和礼仪小姐穿什么?近百位专家、学者通过多家网站发布了一份倡议书,要求把深衣作为华夏民族礼服,把汉服作为汉族服饰。此前,已有全国政协委员提议以汉服为国服,更有全国人大代表建议,首先在博士、硕士、学士三大学位授予时,着汉服系列的中国式学位服。

以直裾(裾,即衣服的前后襟)为代表的深衣,是自远古至明亡,中国人的主流服装。期间虽不断变化,但其交领右衽的基本结构不变。清顺治元年,摄政王爱新觉罗·多尔衮令"投诚官吏军民……衣冠悉遵本朝制度"。越二年,因"见京城内外军民衣冠遵满式者甚少,仍着旧时巾帽者甚多",礼部令易衣冠。康熙二十二年,郑克塽未能坚持其父延平文王郑经"不辫发、易衣冠"的统一条件,剃发归降。中国百姓从此无人再穿深衣。汉服,则是非汉人对汉族服装的统称,深衣只是汉服的一种。

对此倡议,有文化名人高调反对:"如果中国人都要穿'汉服',那就进入了一个民族主义的概念之中",引来不少反对者。反方观点的人认为:中国人大多说汉语、写汉字,但未被扣上民族主义帽子,推及服饰,道理也一样。

较温和的学者称穿汉服为复古,也只能算一家之言。如前所述,汉服退出国人日常生活,有特殊的历史原因。由汉服派生出来的朝服、韩服、和服,并未退出朝鲜、韩国、日本人的日常生活。我们未见有人指责这些国家的人民好古。越南保大二十年(1945年),末帝阮福暎退位。此后,越南人已较少穿由中国长衫派生出来的奥黛。2006年,越南主席阮明哲与中国主席胡锦涛等出席亚太经济合作组织第十四次领导人非正式会议的各国元首或政府首脑一起,都穿上奥黛。前几天,在韩国总统卢武铉欢迎温家宝总理的仪仗队中,一些人的衣着与李氏王朝宫廷卫队相同。但舆论并未指责现时越南、韩国的上述着装有复古倾向。

指穿汉服为演戏的论调,遭多数评论者声讨。穿衣服是否像演戏,关键在于社会认知程度。国人最早穿西装,是在晚清。但人们并不认为穿西装者在演文明戏。十年动乱结束后,男性服装由中山装的一统天下,逐步走向多元化。现在,发达城市鲜有穿中山装者。但在经济不发达的一些县城,中山装依旧是常见服装之一。那么,穿中山装算不算演戏呢?

不过,推广深衣,确有难度。汉服须与身份相匹配。士大夫、乡绅、儒生等在公共场所,必穿峨冠博带、长襟宽袖的深衣。而劳动者外出,往往像居家一样,仅穿窄袖短襦。因此,卖早餐的女服务员,应着襦裙。相应地,在写字楼上班的白领,所穿深衣当飘逸如风。但这显然不够方便。"有表,则谓之中衣"(《礼记》郑玄注)。因此,穿在深衣里面的是中衣。深衣的作用,有些接近大衣、风衣。据说,所谓的更衣,是因为不脱深衣,就难以解手。这就增加了在商务楼中推广深衣的难度。而深衣恰恰又是汉服中最有代表性的服装。清亡后,汉人未恢复汉服,既与西学东渐有关,也与深衣自身的局限性有关。

已经开张的汉服网上店铺,已达上百家,恐怕都是些小本经营。服装制造业翘楚雅戈尔、杉杉、红豆、七匹狼、美尔雅等上市公司,不但未染指汉服生产,而且都不表态。估计,这也与汉服的推广难度有关。不过,中国代表团正装提供商——恒源祥(集团)有限公司副总裁陈忠伟近日表示,中国代表团一定会穿出一套以中国元素为主体的服装,"希望……能为中国最终确立国服做一个铺垫"。全国第一家让顾客身穿汉服就餐的汉风食邑,日前已在北京市丰台区丽泽桥骆驼湾45号开张。汉服会否给服装制造业带来商机,其他行业能否沾光,人们拭目以待。

官方对汉服的态度并不明朗。中央人民政府门户网站的《中国概况·中国简况·中国56个民族简介》中,汉族女子所穿为交领右衽的汉服,而不是旗袍。文化部部长孙家正说:"我到现在都搞不清楚什么服装能够真正代表中国的服装?这恐怕是我们面临的一个最大的困惑。"但既然是一个最大的困惑,就需要迟早解开。

笔者以为,我们应该包容深衣和汉服,在文化多元化大背景下,深衣、唐装可以与西装、中山装、长衫和马褂等并列为正装。"两会"期间,少数民族代表或委员,都穿本民族的服装。参会者中,甚至有和尚披袈裟、道士穿道袍、神甫披法衣、将官着军装……惟独汉人未穿自己的服装。这确实是汉族服装文化的缺失。因此,笔者赞成在奥运会开幕仪式上,中国运动员和礼仪小姐能穿深衣、着汉服。至于深衣和汉服是否成为常服之一,则由老百姓自主决定。

■彼岸

我为什么要买克隆产品?

◎袁晓明
管理咨询顾问,专栏作者,
现居美国达拉斯市

美国有一种克隆产品,就是那种仿造另外一个产品而做的产品。仿造部分主要是性能和功能,外形等并不完全相同,牌子更是不一样,产品介绍里会提到在性能和功能上与哪一个产品克隆,而用于克隆的产品一般都是名牌。克隆产品与冒牌产品有本质的不同,冒牌产品打上了名牌产品的牌子,那是不合法的商业行为,而克隆产品则不涉及专利和知识产权,也不存在商标侵权。

我最近就买了一套克隆名牌的高尔夫球杆。两年前,我开始打高尔夫球,最初买了一套低价的入门球杆。前几天,我发现球杆已开始损坏,因此,打算买一套新的、质量上乘的球杆。于是我到当地几家高尔夫球用品商店去咨询,同时也在网上查找,还向高球生涯较长的同事请教。最后,我有两个选择,一是买一套高价的名牌高尔夫球杆;二是买一套克隆的高尔夫球杆。

同事向我介绍了一家生产克隆高尔夫球杆的厂家,在那家公司的网上一查,我看上的名牌球杆正好有克隆产品在出售,该克隆产品的介绍中明确说明其性能与所克隆的名牌产品相当,而价格仅仅是名牌产品的三分之一。前一段时间,同事正好从该厂家买了一套球杆,他感觉克隆球杆与名牌球杆并没有什么区别。因此,如果仅仅从价格、质量、性能上来看,当然应该买克隆产品,可问题是克隆产品的牌子名不见经传,而许多人买名牌并非完全是为了质量,其实就是喜欢使用名牌产品。也有不少人难以相信克隆产品的质量能与名牌产品相当,他们不了解克隆产品的材料来源和加工工序。公平地讲,克隆产品的质量并非能与名牌产品完全相等,但应该是差不了多少,因为在如今规模经济的时代,生产高尔夫球杆材料就那么几家厂家,克隆产品用的材料与名牌产品来源基本一致,名牌产品怕砸了牌子非用好材料不可,克隆产品必须用好材料是因为没有牌子,需要完全靠质优价廉取胜。

在同等质量下,名牌产品的高价就高在销售牌子上,而当今是一个崇尚名牌的年代,名牌产品价格高也不怕没人买,相反的是,克隆的高尔夫球杆的低价就是因为没有了在品牌上的投入,节省大笔投资。美国高尔夫器具最有名的几个厂家,每家都雇佣了许多高球明星做广告、打品牌,那样的投入在产品的价格上占了最大的比例。

我最终选择了克隆高尔夫球杆,当然主要考虑的是价格,但同时也觉得,在高尔夫球场上,重要的是看球打得如何,如果球杆的性能本来差不多,品牌并不会改进我的球技,我更不愿意用糟糕的技术去挥名牌球杆。当然,如果名牌与克隆产品价格一样,我会毫无犹豫选择名牌球杆,因此我并非是要抵制名牌,我也不认为那些买名牌产品的人都是为了虚荣,其实,我喜欢更多的人买名牌,那样对经济更好,并且,如果没有名牌产品的话,我又到哪里去买克隆的产品。

事实上,我对克隆产品的感受远超过买的那副高尔夫球杆。过去许多年,日本、韩国的公司打入美国市场、占领世界市场,开始就是走的克隆产品之路,从质优价廉入手,最终创造出自己的名牌,从以前的名牌产品那里抢走了市场。近年来,中国许多厂家一边做美国名牌产品的加工基地,另一边却有一些地下工厂在做冒牌产品,从这两方面来看,都是为人做"嫁衣",为名牌产品做加工,永远拿的是小头,做冒牌产品也是为外国名牌产品做宣传,开始能有些利润可以赚,最终冒牌产品要被查禁,正牌的产品要占领市场。因此,对于许多中国企业来讲,要与外国名牌产品竞争,尤其是要打进美国市场,高质量的克隆产品应该是途径之一。当然,克隆产品的质量最为重要,没有质量,产品就没有了生命。

人可以放弃牌子,但不会放弃质量。