

宅地到期如何续,别让百姓猜谜

汤嘉琛



今日论语

最近,有温州市民购买二手房后过户时被告知,交易所涉房屋的土地使用年限已到期,要重新办理土地证,需缴纳房价总额三分之一的土地出让金。相关新闻在社会上引发热议,大家普遍关心的一个问题是:自己所买房屋宅地到期后,是否真的需要支付巨额土地出让金才能续期?很遗憾,目前这个答案是:不知道。温州这批只有20年土地使用权的住宅约有600套,这是上世纪90年代地方政府将一批划拨性质的国有土地转为出让性质的国有土地时,产生的一个历史遗留问题。

国内大多数住宅的土地使用权为70年,因此短期内不会集中出现温州那样的情况。但是,房产到期如何续终究是绕不开的问题,必须给百姓一个权威而公道的说法。温州的做法引发巨大争议,关键原因在于目前没有法律明文规定。按照2007年开始实施的《物权法》,“住宅建设用地使用权期间届满的,自动续期”。但《物权法》没有规定续期是否需缴纳土地出让金,更缺乏明确的缴纳标准。兹事体大,温州有关部门用“高价买了辆快报废的二手车”为喻,极不严谨,也难以服众。中国土地制度与国外不同,几乎没有可资借鉴的国际经验。那么,国内是否有可以参照的案例?事实上,深圳在2004年就出现过土地使用权到期的案例,但当时仅涉及深圳国际大厦一栋楼,范围较小。加之深圳出台了《深圳到期房产续期若干规定》,明确补缴土地出让金为基准地价的35%,当时未引起太多讨论。其实公众也很清楚,在现行土地制度下,《物权法》中说的“自动续期”不太可能是无偿续期。但是,即便要补缴土地出让金,起码也应该像深圳那样先制定明确的规则,不能任性和随意。而要避免各地各自为政的情况,最佳的处理方式是对上位法进行修改和完善,至少要在中央顶层设计层面给出明确的指导意见。从媒体报道可知,当初在起草制定《物权法》时,有关部门对于住宅用地期满后如何操作,其实有过专门讨论,但考虑到产权到期是几十年后的事情,“故意没有明确如何操作”。如今,陆续开始有一些房产面临土地使用权到期问题,为了践行依法治国的理念,当年被忽略的立法问题,确有必要提上议事日程了。

住宅用地使用权续期问题涉及安居乐业的基本需求,不能总让百姓猜谜。根据温州市国土局的最新消息,他们已着手研究相关方案,近期将报上级研究决定。不管是修改《物权法》还是由中央结合房产税制度给出指导方针,这都将成为依法规范土地使用权续期问题的一个契机。但无论是哪种处置方式,都必须最大限度地尊重民意,确保科学决策、公平决策,否则将直接威胁到房地产市场的稳定。

这些年以来,受到市场欢迎的产品大都是创新产品,另一个排队时间更长的产品是汽车。特斯拉新推出的Model 3由于3.5万美元价格比较亲民,订单爆发性增长,最新消息订单已经接近40万辆,市场预计特斯拉根本来不及生产,真正拿到车可能要到2018年,也就是要排队2年。尽管很多人对新能源汽车还有许多质疑,尤其是对充电桩有很多担忧,但是,Model 3那么多的订单,说明只要价格合理,创新的新能源车已经被市场广泛接受了。我们处在一个创新的时代,层出不穷的创新推动着市场发展,也使得产品更新换代的速度大大加快。这对消费者来说是好事,但对企业来说,生存压力越来越大,不要说做百年老店,能火上十年都很难。曾经如日中天的诺基亚说不行就不行了,不是他们不努力,不是他们产品做得不好,而是因为被新的产品取代了。一旦停止创新或者创新产品没有得到市场认可,那么,就会在竞争中失利而退出市场。眼下许多行业面临革命性的变革,百年老店都将经受考验,因为竞争者来自行业外,谷歌等一批互联网企业在生产无人汽车,特斯拉巨量订单已经显示,将来最火的汽车也许不是我们现在熟悉的那些品牌。同样,那些大家还不熟悉的科技企业正在开发的VR相机、摄像机,将冲击传统的照相机生产企业。从这个角度看,杏花楼在小小青团上的创新正当其时,百年老店不能躺在过去的成功上,不想被市场抛弃,就要在这波创新大潮中迎头赶上。



新民随笔

创新

连建明

由于原料季节性因素,杏花楼推出的咸蛋黄肉松青团前几天上市了,这个青团成为今年“网红”,从上市到下市天天排长队。这个小小青团的走红,有一定的偶然性,恐怕连杏花楼都感到意外,因为并没有大张旗鼓进行广告宣传,而且价格几乎是传统豆沙青团的4倍,如此供不应求,与网络传播有关系,但能够成功最重要的因素还是来自创新,市场欢迎百年老店的创新。估计明年这个青团不一定会排长队,因为所有厂家可能都会推出咸蛋黄肉松青团。模仿是容易,创新就很难了,不是难在技术上,关键是要有创新意识,要打破传统观念。

这些年以来,受到市场欢迎的产品大都是创新产品,另一个排队时间更长的产品是汽车。特斯拉新推出的Model 3由于3.5万美元价格比较亲民,订单爆发性增长,最新消息订单已经接近40万辆,市场预计特斯拉根本来不及生产,真正拿到车可能要到2018年,也就是要排队2年。尽管很多人对新能源汽车还有许多质疑,尤其是对充电桩有很多担忧,但是,Model 3那么多的订单,说明只要价格合理,创新的新能源车已经被市场广泛接受了。

我们处在一个创新的时代,层出不穷的创新推动着市场发展,也使得产品更新换代的速度大大加快。这对消费者来说是好事,但对企业来说,生存压力越来越大,不要说做百年老店,能火上十年都很难。曾经如日中天的诺基亚说不行就不行了,不是他们不努力,不是他们产品做得不好,而是因为被新的产品取代了。一旦停止创新或者创新产品没有得到市场认可,那么,就会在竞争中失利而退出市场。眼下许多行业面临革命性的变革,百年老店都将经受考验,因为竞争者来自行业外,谷歌等一批互联网企业在生产无人汽车,特斯拉巨量订单已经显示,将来最火的汽车也许不是我们现在熟悉的那些品牌。同样,那些大家还不熟悉的科技企业正在开发的VR相机、摄像机,将冲击传统的照相机生产企业。从这个角度看,杏花楼在小小青团上的创新正当其时,百年老店不能躺在过去的成功上,不想被市场抛弃,就要在这波创新大潮中迎头赶上。

我们处在一个创新的时代,层出不穷的创新推动着市场发展,也使得产品更新换代的速度大大加快。这对消费者来说是好事,但对企业来说,生存压力越来越大,不要说做百年老店,能火上十年都很难。曾经如日中天的诺基亚说不行就不行了,不是他们不努力,不是他们产品做得不好,而是因为被新的产品取代了。一旦停止创新或者创新产品没有得到市场认可,那么,就会在竞争中失利而退出市场。眼下许多行业面临革命性的变革,百年老店都将经受考验,因为竞争者来自行业外,谷歌等一批互联网企业在生产无人汽车,特斯拉巨量订单已经显示,将来最火的汽车也许不是我们现在熟悉的那些品牌。同样,那些大家还不熟悉的科技企业正在开发的VR相机、摄像机,将冲击传统的照相机生产企业。从这个角度看,杏花楼在小小青团上的创新正当其时,百年老店不能躺在过去的成功上,不想被市场抛弃,就要在这波创新大潮中迎头赶上。

我们处在一个创新的时代,层出不穷的创新推动着市场发展,也使得产品更新换代的速度大大加快。这对消费者来说是好事,但对企业来说,生存压力越来越大,不要说做百年老店,能火上十年都很难。曾经如日中天的诺基亚说不行就不行了,不是他们不努力,不是他们产品做得不好,而是因为被新的产品取代了。一旦停止创新或者创新产品没有得到市场认可,那么,就会在竞争中失利而退出市场。眼下许多行业面临革命性的变革,百年老店都将经受考验,因为竞争者来自行业外,谷歌等一批互联网企业在生产无人汽车,特斯拉巨量订单已经显示,将来最火的汽车也许不是我们现在熟悉的那些品牌。同样,那些大家还不熟悉的科技企业正在开发的VR相机、摄像机,将冲击传统的照相机生产企业。从这个角度看,杏花楼在小小青团上的创新正当其时,百年老店不能躺在过去的成功上,不想被市场抛弃,就要在这波创新大潮中迎头赶上。

新民新语

底特律与硅谷

郝晶陶

2013年7月向法院申请破产保护,2014年12月宣布结束破产保护,因为一度破产,美国底特律这座“汽车之城”给很多人的印象是衰败、颓废,甚至被视为一座“弃城”、“鬼城”。然而,最近读到几篇文章,讲的却是创业者在那里找到灵感。

比如,一家名叫Loveland的科技公司聘请了150名社区调查员,对底特律每个角落进行拍照取景,搜集了总共38万处房产的照片,以此建立起一个房地产数据库,供所有人使用。而Castle则是一家在线物业管理公司,帮助客户处理租客筛选、房租收取、房屋维修等各种业务,每套房子每月只收取49美元。除了科创公司,餐馆、咖啡馆、手工空间、艺术创作,创业者的足迹遍布各个行业。

为什么创业者会选择底特律?一个原因是他们觉得自己能参与底特律的复兴,这种加入一个城市“再成型”过程的兴奋感,是无与伦比的。而底特律虽然远不能与辉煌时期相比,但技术资源的底子还在,为了获得新生,它的城市社区和创业环境也在发生变化。当然,最现实的因素在于,和其他一些大城市相比,如今底特律的房价实在是便宜。

房价,也正是许多创业公司、高科技人才“逃离”硅谷、去往其他城市(包括底特律)的主要原因之一。如今的硅谷是美国生活成本最高的地方之一,越来越多的人为追寻“空气、绿地、交通、便宜的住房”而离去。对高科技创业公司来说,硅谷宛如圣地,但冷静下来之后,多数创业者会发现,硅谷已不是理想的起航地。当然,硅谷对人才的渴求一如既往,当地公司为获得优秀人才,在待遇上不吝吝啬。但这显然也在推高人力资源成本。

要说硅谷会像底特律那样走向衰落,肯定过于夸张。但一个地区在发展成熟之后,自然不能安于当下的繁荣,看不到隐藏在繁荣背后的危机。就像辉煌时的底特律,谁能想到它会有破产的一天?而对于底特律这样的城市来说,置之死地而后生,废墟之中也会冒出新芽。

黄花菜能治中医的“抑郁”吗?

权威声音

“很简单,用黄花菜煮成水治抑郁就没问题……所有的抑郁症都没有了”——尽管国家卫计委的新闻发布会结束了,但“黄花菜”没凉,反而越炒越热。

黄花菜又名忘忧草,能在一定程度上改善情绪,这在中医典籍中早有记载。从猪蹄厅长、打通任督二脉到黄花菜治抑郁,不准确的传播让人对中医产生误解。中医需要精确传播,不能因此消解中医的严肃性。理解中医需要比理解西医更复杂的文化基础。

从西医的手术刀切开中国传统思维的那一刻开始,中医就开始“抑郁”。中医的典籍都是用文言文和繁体字写就的,在古代,秀才学医,如同笼中抓鸡。而在现代,由于对传统文化日渐陌生,中医典籍对很多人无异于“天书”。可以说,文化语境的缺失是中医“抑郁”的病根。

习近平同志说,“中医药学凝聚着深邃的哲学智慧和中华民族几千年的健康养生理念及其实践经验,是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙。”中国悠久的传统文化如同中医的“根”和“魂”。汲取到中华民族丰富的文化基因,中医药固本培元根深叶茂,名家大医悬壶济世人

才辈出才不是梦想。

岐黄之术发扬光大,中医强筋壮骨,不只需要敢于担当身体力行的“刘维忠们”,也不只需要从中医药受到启发、拿下国际顶级声誉的

“屠呦呦们”,重要的是培植中医发展的沃土,培养懂得中医、认同中医的社会土壤。(王君平 刊今日人民日报 本报有删节)



化学果汁

“纯纯果汁卖得好,成分比例不知道。满满大杯喝下去,一肚元素周期表。”近日,有记者在街边饮料店、快餐店、超市等购买了5种果汁,其中3种系商家口中的鲜榨果汁,2种为超市销售的标称“100%果汁”的瓶装果汁,将其送至北京智云达食品安全检测消费者体验中心进行检测。结果显示,5种果汁样品中,只有3种样品含有果汁。

曹一画

网视舆情

网红不是2016年才出现的网络现象,但真正走进公共舆论视野,并成为人们津津乐道的话题,却是最近才发生的事。有一个现象值得注意,拍摄吐槽短视频的Papi酱获得“罗辑思维”创始人罗振宇、真格基金创始人徐小平等天使投资人的资金注入,这是网红经济显现端倪的一个重要事件。网友们追捧网红悄然成为一种社交习惯,网红成为人们的消费对象,敏锐的商人发现这背后的商机,财经媒体大肆报道“网红蓝海”,原本有些娱乐特质的话题如今成了严肃的财经焦点,这或许是网红“转正”的重要因素。

商业与网红相遇,使得很多人开始重新审视网红群体。去年笔者曾经写过一篇有关网红的专栏文

通过霍金理解网红

何小手

章,回顾不同网络社交时期网红的行为特征,从早期颇具精英色彩(主要是BBS时期的知名网友)到围观式“审丑”(如凤姐、芙蓉姐姐),再到如今和网友打成一片,网红过去都被局限为一个特定的群体。这是一种常见的分析,经历这个变迁过程的人普遍认为,网红之所以引人注目,主要因为他们的人格特征。但现在这个分析已经不合时宜,如今的网红似乎是流水线生产出来的产品,他们出彩不是单纯因为个性。

何谓网红,要下一个明确的定义似乎很难,一个明显的例子,最近霍金开通微博账号,很快他就吸引了大量网友关注。有评论分析霍金

人气高涨的原因,不是因为科学而是因为娱乐,并认为霍金已经成了网红。这种评论表面上看让人生疑,毕竟霍金是人们印象中的精英,但如果看看他的微博内容就可以发现,他与网友的沟通方式充斥着网红思维,微博中的霍金俨然不是科学家,而像是披着科学外衣的段子手。

由此不难看出网红的几个重要构成要件,首先网红是一个自媒体,有评论认为网红即媒体,但是日常见诸网络的网红又不同于常见的自媒体,他们中的大多数不是热门事件的当事人,而是有自己的人格特征,这种人格不能简单表述为个性,很多时候只能说是一个媒体风格。

比如说Papi酱,她之所以走红,显然不是因为她的性格魅力,而是她的吐槽,也就是她所生产的内容;再比如,霍金之所以被视为网红,除了他的知名度使他的社交账号成为一个自媒体外,主要还因为他不是谈一些抽象的科学理论,而是用一种平民的方式讲述科学。

过去那种猎奇式网红已经风光不再,大概民众已经洞悉了互联网炒作思维,不会轻易被极端个性所吸引。现在的网红是靠实力取胜,经常有业内人士分析网红界竞争残酷,上位者甚少,网红光鲜的背后可能承受巨大的生存压力。与过去走红充满偶然性不同,如今网红已经有一套越来越清晰的生产模式,讲述什么,讲给谁听,用什么方式讲述,有评论总结认为网红正在媒体化,网红界经历数代的嬗变,其变与不变由此可见一斑。