

# 煤电改革需要调整思路

□ 郭凯

据悉,截至1月7日,华中电网冬季用电负荷累计已有12天超过1亿千瓦,累计拉限电量1795亿千瓦时,且限电量日趋增大。

当前中国煤电价格、供应和铁路运力瓶颈交织的困局,说明中国已经

度过了凭简单产权或者市场化的概念,就可以应对各种经济改革任务的年代,而是需要有更多技术含量和实践基础的细节讨论。在煤电领域,首先,煤电困境中的价格矛盾,既不是煤炭价格的市场化走得太远,也不是因为煤炭行业的规模整合,对产业供应能力造成的限制导致价格上涨。矛盾根源在于电力价格的改革迟滞,尤其是工业用电价格和民用用电价格捆绑,使电力价格的市场化改革受限,还出现某些地方工业用电甚至低于民用价格的怪现象,倒回来压抑煤炭资源价格市场化改革。其实在技术条件下,中国各大电网完全有能力对工商业用户根据市场成本提升电力价格,并对工商业用电和居民用电进行差别收费,但是电网企业对此并没有自主权。

其次,煤电的矛盾之争中,还有中国过去区域发展和产业规划不平衡,西部地区为东部地区长期输送廉价工业原料的“结构性剥削”问题。冬季因枯水期限制了水力发电,而供暖和煤电依赖性加大都增大了对煤炭的季节性需求。但如果要长期依赖铁路运输甚至继续扩张铁路煤炭运力,冬季煤电矛盾无法解决。煤炭主产区进行产业升级、由煤炭输出转为电力



输出,将能缓解全国铁路季节性运输压力的过度集中,也能给煤电矛盾的化解带来长效机制。而煤炭主产区升级为电力主产区,建设新的输电电网向与华东、华南和华中电网供电,意味着当前配售电端的电网行业利益格局的重新调整。以当前的中国投资资金过剩的局面看,煤炭主产区升级为电力供应区的建设投资资金不是问题,但是既有利益格局的调整,则需要中央部门根据区域平衡发展的可持续目标出发予以推动,才可能有进展机会。

最后,对于煤炭和其他矿产能源行业的改革,尤其需要避免简单的“产权意识形态化”导致的公共财富分配灾难。矿产行业可以说是产权改革失败教训最深刻的部门。因为这一部门不同于由人力资本和管理技术优势主导利润大小的服务业等部门,和土地类似,矿产资源含有自然资本性质,而且政府权力对资源分配有决定性影响,这让过去的矿产资源行业的私有化改革,充斥各种权力腐败和牟利资本结合,瓜分国民公共财富的教训。某煤炭产区发改委主任曾

想整合地区各类煤矿煤窑,形成较大规模的煤炭集团进行火电投资和输电投资,但是在推进这一工作的时候发现个个私营煤矿都有非凡背景。

实际上,在美国的一些产业,现在已经在推行企业和产业工会代表工人持股大量企业股权,以劳资分配改革缓解全球化中的赢者通吃、穷人更穷的问题。中国的劳动密集型矿产能源类产业改革,作为本身就是全民所有的国有企业,采取企业员工、全国社保基金及地方社保基金三方共同持股的股权分配改革,将是最公平的选择。其他的国有企业的改革也基本同理。因为在中国,产权改革首先是一个公共财产的分配改革。而在改革次序上,则更应从贸易服务业的国有企业先开始,比如那些享有进出口垄断权的中央贸易企业,以及银行金融业等。



## 储存“绿色资本”

□ 袁孝冲

人们为了安坦地生活,会储存钱;企业为了顺利开展生产,会储存资金和资源;人类为了维护生态安全,则要储存“绿色资本”。因为绿色既是生命与健康的象征,也是文明与环保的标志,更是我们赖以生存的环境基色。如果没有了绿色,就会威胁到我们人类的生存与发展,地球也将面临物种灭绝。所以,携手共存“绿色资本”,已成为世界各国应对生态危机的共识和责任。

储存“绿色资本”,就是植树护绿,扩展绿化。要储存更多的“绿色资本”,最有效的直接方法就是植树造林。植树造林,不仅能美化生活环境,预防水土流失,而且还能更有效地减少地球臭氧层的二氧化碳,为人类提供清洁、新鲜的空气,改善生态环境和调节气候。人类已意识到了储存“绿色资本”的重要性。世界上很多国家为此设立了植树节,通过植树护绿等活动,增强人们的环保和绿化意识,促进人们植树护绿的激情,以此达到储存“绿色资本”、保持生态平衡的目的。

但是,储存“绿色资本”,不可能凭“植树节”的一阵风 and 几句口号就能做得好,我国仍是一个缺林少绿、生态脆弱的国家,储存“绿色资本”的工作仍然任重道远。

储存“绿色资本”,始于教育和实践,重在规划与治理。储存是一个长期累积的过程,我们必须把植树护绿的科普知识编写到中小学生的课本中去,从小教育培养小学生“热爱劳动的品德”、“关爱自然的情趣”和“改善环境的意识”,并积极引导他们参加各种绿化实践活动,扭转“要我造林”变为“我要造林”的自觉新风。同时,各级绿化和林业部门应根据各地区的气候和土壤、适合植树的时间、适宜种植的树种和生态环境等因素,进行造林绿化的科学规划,杜绝随意种植和“做秀”现象,努力构建层次多样化、结构合理化、功能科学化的绿色地带。并且同步及时跟进宣传发动、督促检查、评比表彰和后期的养护管理等工作,扩展、保护、巩固绿化成果。

储存“绿色资本”,贵在传承文化,远在创建品牌。一树一景跃在纸上就是一幅画,储存“绿色资本”,就是寓意于生活中的一幅幅动态的画,是一件件活生生的艺术品,也是一种新兴的绿色文化。因此,储存“绿色资本”,如果要造福子孙、利于千秋,则就得要求各地区创建各地的“绿色”品牌,把本土历史演进传承下来的文化内涵有意识地赋予给“绿化造林”,使它拥有自己的价值体系和独特的个性品质,给我们的后人创造更多的附加值。只有这样,才会储存好“绿色资本”,让地球安下心来。

## 高端白酒拍卖应叫停



□ 吴其伦

近年来,高端白酒价格持续走高,已经引起了各界的关注。而高端白酒的拍卖也此起彼伏,并且成交价屡创新高。

拍卖作为一种产品销售方式本无可厚非,可高端白酒的拍卖却存在诸多危害:

首先,拍卖推升价格是投机炒作的惯用手法,高端白酒拍卖极易被投机商利用,从而推升产品市场售价。投机商为了达到提升产品影响力、向公众传达高价合理信号、吸引经销商及投资者眼球的目的,大多会采用拍卖来进行造势。

其次,由于在拍卖过程中,竞买者的信息处于不透明状态,故极易滋生自买自卖的虚假拍卖行为,从而误导消费者、投资者。“白酒高价拍卖自导自演的现象在行业内已经不是秘密。”一位曾担任某华南二线知名酒企高层的业内人士透露,他就经历过多次类似的拍卖。他曾经效力的白酒企业近年的一次“开坛大典”上尽管也有天价拍卖,但竟得的经销商一直没有将货物提走。

第三,高端白酒拍卖将在很大程度上助推囤积居奇,从而在很大程度上助推价格上涨。近年来茅台、五粮液持续涨价所引发的市场囤积居奇热潮即为明证。而经销商的囤积居奇势必导致供求失衡,价格上涨将是必然。

第四,高端白酒拍卖将在很大程度上助推民间收藏,助推官员腐败并将相当程度上助推价格上涨。

综上,高端白酒拍卖已经对市场及社会产生诸多危害,笔者建议政府应尽快出台相关政策紧急叫停。

## 慈善呼唤什么样的企业家

□ 李华芳

并不是所有企业家都对公益慈善事业有相同的看法,例如迄今依旧被《福布斯》列为首富的墨西哥富豪施力穆(Carlos Slim)就对比尔·盖茨和巴菲特的慈善宣言不以为然。施力穆过去50年投在慈善方面的资金高达数亿美元,但是捐出个人财产的50%或40%都无济于事,做慈善取得的成就几乎为零。他旗帜鲜明地指出:减负的唯一手段是增加就业。话虽然是这么说,施力穆依旧成立了自己的公益基金会,并捐出数亿美元,同时也为盖茨基金会捐款数百万美元。

但施力穆的确提出了有意思的问题:对于企业家来说,如果将时间和金钱再用于创造就业,并且自己也投入精力去搞企业而不是慈善,是不是能为社会带来比搞公益慈善更多的好处?答案很难说。施力穆的答案倾向于认为企业家的职能是搞好企业,通过提供就业以及企业生产出来的产品和服务惠及社会。

施力穆的看法假定了企业家创新能不能是源源不断,并且只能在商业企业领域里用。但企业家精神所指向的创新,只有企业家本人才知道。这不仅是说企业家在不同的年龄段,其创新能力有所不同,在不同的领

域,企业家的创新能力也会有差异。因此,当企业家自己选择从商业企业投身公益慈善事业的时候,并不一定意味着企业家做出了一个“不好”的选择。



域,企业家的创新能力也会有差异。因此,当企业家自己选择从商业企业投身公益慈善事业的时候,并不一定意味着企业家做出了一个“不好”的选择。

实际上,公益慈善领域也不乏具有创新精神的企业家,这要区分两种不同的企业家。一种是在公益慈善组织里进行创新的,但其从事的依旧是

NGO的工作。另一种是用商业企业来取代公益慈善组织的,人们通常用“社会企业家”来称呼这些人。前者有一个大家耳熟能详的例子,就是2006年的诺贝尔和平奖得主尤努斯和他的格莱珉银行。后者也有一个例子,其实跟尤努斯及格莱珉银行在孟加拉从事的业务差不多,只不过这是一个印度的商业机构,叫做SKS微

观金融公司,也是为穷人提供小额贷款。两者都发现了为穷人提供金融服务的市场,并且应用小额贷款方式帮助穷人脱贫,是了不起的创新。

可能会有人问:这两种方式孰优孰劣?公益慈善领域更需要哪种企业家?实际上这并不重要。重要的是如果公益慈善领域有这两种不同的企业家进行竞争,将会有助于提高公益慈善事业的效率。微观金融领域的小额贷款实例也表明,两种不同的形式也可以并行不悖。

不同地区和不同领域的公益慈善所遇到的问题并不相同,因此也很难期待一种最好的方式来解决一切问题,只能说是有一些基本的大原则。在这些大原则之下,涌现出来的成功的公益慈善之道,有助于作为未来的借鉴。而这其中的重要一条,就是得让企业家的才能有所发挥。

监管机构要避免的是管得过死,使得企业家不能在公益慈善领域伸展拳脚。同时也应该警惕的是公众以某种情绪化的道德标准来钳制社会企业家的创新。实际上,不管是来自传统商业领域的企业家,还是社会企业家;也不管他们是通过公益慈善组织进行创新,还是通过商业组织来解决社会难题,都应该得到监管机构和公众的支持。



# 家婆老鸭汤

重庆家婆老鸭汤全国连锁加盟中心

## 重庆家婆老鸭汤 百分之百回头率

# 重庆家婆老鸭汤全国连锁加盟招商公告

乙级店:投资三万元 当月收回来 一年翻几番 效益很可观

甲级店:投资十万元 当月收回来 年利近百万 致富更壮观

重庆家婆老鸭汤,是重庆家婆食品开发有限公司根据百年家藏秘方,并经西南农业大学食品科学院十位教授、专家、在现代食品科学研制方法指导下制作的深受广大消费者欢迎的美味佳肴,其香气醇厚,口感舒适,常食不腻。公司已在大规模生产老鸭汤料的同时,已先后开设了十几家家婆老鸭汤酒楼,自面世以来,即以其味美价廉、滋补强身受到广大消费者的青睐,并迅速在各地掀起连锁加盟热潮。

为了使更广大的消费者品尝到家婆老鸭汤的美味,本公司特面向全国各省、市、地县级城市,广泛诚招加盟连锁店。热诚欢迎广大企事业单位和个体经营者、下岗职工、待业者等踊跃投资加盟,投资者只需投入三五万元即可开起一家150-200平方米的家婆老鸭汤乙级酒楼,一月左右可收回投资,一年可获利数十万元;开甲级店投资10万元左右,一年可获利近百万元,实在称得上是一条投资小、周期短、见效快、易操作的致富途径。

加盟连锁,就是将一个成功的企业进行复制,我们深信,重庆家婆老鸭汤这一极具市场潜力的品牌,其巨大的市场空间所带来的无限商机必将给你带来滚滚财源!

联系地址:成都市西二环二段121号 联系单位:重庆家婆老鸭汤全国连锁加盟中心 联系电话:(028)66230669 87329642 87329138 89008414 联系人:梁女士 钟小姐