

油价调整期待政策透明

事件回放

今年3月底,国家发改委宣布,鉴于近期国际市场原油价格持续上升,根据完善后的成品油价格形成机制,决定将汽油、柴油价格每吨分别提高290元和180元。调整后,97号汽油每升为5.92元,上涨0.24元;93号汽油每升5.56元,上涨0.23元。

油价调整时机历来受质疑,而此次调价正处于国际金融危机的大背景下,因此,民众的神经对此次成品油价格上涨尤为敏感。有关此次油价上调的动机、合理性及其相关的制度设计问题,也成为民众关注的焦点。



成品油价格岂能降慢涨快

► 余丰慧

涨价24天就涨价,时间上的巨大反差,足以说明油价“降得慢涨得快”。

从国际市场原油价格涨跌幅看,从147美元跌到2008年12月19日的40美元,跌幅达到72%时,国家发改委才开始下调国内成品油价格。而这次从3月初的40美元到3月23日的53.80美元,涨幅仅为34.5%,就开始涨价了。同时,受国际金融危机影响,去年7月国际市场原油价格下跌趋势已经形成,信号非常明显,很容易判断,但是,国内成品油价格却迟迟不降。而这次国际市场油价刚刚走上走,向上趋势尚未完全确定,继续波动的可能性依然存在,发改委却急急忙忙上调国内价格,实在令人费解。

有专家说,这是根据完善后的成品油价格形成机制决定的。那么,与国际成品油价格接轨岂能跌的时候“接”得慢,而涨的时候“接”得迅速呢?这种接轨的人为因素、计划经

济色彩仍然浓重。同时,决不能为接轨而接轨,真正与市场接轨是,国内成品油供应商在形成充分竞争的前提下,成品油价格任由市场供需调节。只要有需求,价格就不算高;只要有供给,价格就不算低。

这次国内成品油价格上涨对于启动内需、拉动经济增长的作用是负面的。在国际金融危机背景下,启动内需,提振消费本来就非常困难,而这次成品油涨价更是雪上加霜。比如:对刚刚有所好转的汽车消费业将造成一定影响,更重要的是对农业生产造成的负面影响较大。有专家认为,我国目前在防通缩,因此,提高成品油价格有利于防通缩。此言差矣。通缩的主要因素在于需求不足,购买力下降,而不是商品价格过低。如果通过行政手段提高商品价格来解决通缩问题,那只能使得通缩越来越严重。因为,价格越高,其对需求的抑制作用越明显。(作者系媒体评论员)

油价调整不能选择性与国际接轨

► 魏文彪

年7月份开始一路下跌,但在长达5个月的直线下跌时间里,有关方面迟迟不下调国内油价,直到去年12月19日国际原油价格跌至40美元时才开始下调。今年1月后,国际油价也曾有过低点,2月17日更是跌破每桶35美元,但是未见有关方面宣布下调国内油价。今年3月初至今,国际原油价格有所上涨,有关方面便“风驰电掣”般上调国内油价,选择性“与国际接轨”的意图及跟跌慢跟涨快的做法显露无遗。

成品油属于一种与民众切身利益密切相关的商品,尤其是在汽车不断进入家庭的今天更是如此,而且成品油价格属于政府定价性质,所以按照价格法相关规定,成品油价格调整应当进行听证。当前,我国成品油实行垄断经营,如果不通过举行价格听证等方式形成来自民众的制约,油价选择性“与国际接轨”、跟跌慢跟涨快等不公正定价现象就难免会出现,消费者权益就难免要受到受损。尽管制定油价的政府有关部

门看似地位中立,但是其制定价格显然容易受到利益集团的影响,而民众却缺乏适当的途径来表达自身利益诉求,由此,油价制定与调整的天平就难免会发生倾斜。所以,对于破除油价选择性“与国际接轨”现象及维护消费者利益而言,通过举行价格听证等方式搭建消费者利益诉求平台,建立民众对于油企与价格制定部门的制约机制不可或缺。

而要破除油价调整选择性“与国际接轨”和跟跌慢跟涨快的现象,最根本的是要打破当前成品油的垄断经营态势,建立与形成成品油市场的充分竞争局面。消费者充分行使商品选择权利是阻止不合理制定包括油价在内的商品价格的天然屏障,所以,惟有破除成品油垄断经营态势,形成充分市场竞争,消费者充分行使商品选择权利,才可能有真正合理的成品油价格,消费者利益才能得到更大程度上的维护,内需与经济增长也才能不断得到扩大与促进。(作者系媒体评论员)

“只追高不追低” 油价调整缺乏透明性

► 刘义昆

对于此次油价上涨,市场与公众反应强烈。石油、煤炭表现活跃,交通运输设备板块萎靡不振。有私家车车主称每月将多花34元,有出租车司机称每月将多花近百元。专家质疑油价“只追高不追低”,网友则以“降价如便秘,涨价如拉稀”予以嘲讽。

“降价如便秘,涨价如拉稀”虽然太俗,却也形象。有媒体初步统计,2005年3月至今,汽油出厂价共12次调整,其中8次上调,累计涨幅1980元;柴油出厂价共10次调整,其中8次上调,累计涨幅1670元;航空煤油出厂价共调整8次,其中6次上调,累计上涨910元。总体来看,涨价成为国内油价调整的“主旋律”。

此次油价上涨理由似乎并不充分。一方面,目前国内经济仍受国际金融危机冲击,上调油价不利于企业复苏;

另一方面,油企库存尚高,正在主动调低油价,现在涨价似乎不合时宜。另外,油价不断下跌之时,下调缓冲期如此之长,现在国际油价刚有波动便应声上调,难免会让市场与公众感觉“出乎意料”。

有专家指出,此时上调油价与前期所实施的政府决策调子不一致。《成品油价格改革方案》明确表示,油价“既反映国际市场石油价格变化和企业生产成本,又考虑国内市场供求关系”。在国际金融危机背景下,政府出台多项措施刺激消费扩大内需,其中包括提振汽车消费的汽车产业调整振兴规划、汽车摩托车下乡等政策,这次油价上调势必对刺激内需产生负面影响。忽视国内市场供求关系,忽略国际金融危机的大背景,过度紧逼国际油价,显然是不合适的。

业内人士分析,油价“只追高不追低”,是因为3年来我国原有的定价机制并没有得到严格执行。现在,《成品油价格改革方案》明确提出完善成品油价格形成机制。这对理顺成品油价格、保障各方利益,无疑是有好处的。倘若能向公众公开,油价上调的合理性必然能得到更好地证明,其结果也必然能得到市场与公众的理解。

“降价如便秘,涨价如拉稀”不仅是公众对油价调整的精妙总结,也反映了公众的“知情焦虑”。专家预测,未来几年国际油价“走高比走低的概率更大”。依照新的成品油价格形成机制,价格调整预计会更加频繁。要想让每次调整让公众平静接受,让公众在投资与需求上有更准确的预期,价格形成机制无疑要更科学一些,油价调整无疑也要更加透明一些。(作者系媒体评论员)

热点评说

“驻京办”可转型为公共服务

► 张刃

近日,有关“驻京办”的新闻迭出,颇受关注。先是山东潍坊低调撤销驻京办,引来议论纷纷;后是河南许昌、漯河两市驻京联络处花了66万余元买了777瓶假茅台,招致批评一片。

“驻京办”问题由来已久,比较统一的说法是,它是计划经济的产物,在地方与中央的政务联络上曾经发挥过积极作用。与此同时,它又因为“跑部”、“钱进”、接待官员、公款吃喝、甚至涉嫌腐败而备受舆论批评。近来山东、河南驻京机构发生的新闻,把这个问题再次推到舆论前沿。

各地“驻京办”是否已经完成了“历史使命”而应该被撤销了?是否“烧钱”、开销多大?是否涉嫌腐败,应该追查?这些问题都需要论证,需要时日。不过,“驻京办”负责接待地方官员(包括其亲友)、为他们办事跑腿的事实却是不能否认的,它的前景如何也是可以讨论的。

如果说,随着市场经济的确立,“驻京办”已经没有必要存在了;如果说,因为需要“办事”而又不能挣钱,行政成本太高,“驻京办”应该撤销了;如果说,接待地方公务人员难以避免腐败之嫌,“驻京办”不办也罢,那么,对于它今后的发展和“命运”,能不能换个思路,让“驻京办”转型,为大多数的乡亲们服务呢?应该说是可行的。

首先,作为首都,北京的流动人口是全国之最。每天来到北京的各地群众需要食宿、需要办事、需要引领,巨大的容纳、接待压力,时时考验着这座城市的管理者。如果数以千计的“驻京办”能够分担一部分,相信“驻京办”会大受欢迎。

其次,俗话说,“老乡见老乡,两眼泪汪汪”。而“驻京办”的工作人员不仅是老乡,而且代表政府,“神通广大”,各地群众如果在北京能够受到他们的接待、服务,相信一定会趋之若鹜。

第三,“驻京办”都有一定的接待能力,包括住宿、餐饮、车辆乃至旅游服务,不需要新的投入,只需要调整服务对象,就可以照常运转,而且“满负荷”。如此,相信可以降低行政成本,甚至可能使国有资产增值。

第四,各地在京工作的人员都不少,“驻京办”也没少联络其中的“成功人士”,以充分“挖掘资源”。现在的问题是,对那些并不“成功”、甚至有求于自己的乡亲们,“驻京办”能否也承担起责任,为他们排忧解难?譬如农民工讨薪、培训、子女就学乃至找工作等等。如果这样做了,相信是功德无量的大好事。

最后,毋庸讳言,上访是一部分人进京的目的。以往,处理这类问题实行“谁的人谁负责”的办法,往往是一个人进京上访,地方几个人跟随做工作。如果各地“驻京办”能够承担起一部分接待任务,相信同样能够减少地方开支,而且可能因为熟悉北京情况,能更好地解决问题。

“驻京办”向何处去?各方见仁见智,一家之言,权作献策。只是有一条,无论怎样办,谁都必须遵循,那就是人民政府要为人民服务,“驻京办”也不例外。(作者系媒体评论员)

打折绝非拉动消费 长久之计

► 杨群

第一季度的宏观经济数据比悲观派预期的要好一些,但6.1%的GDP同比增速,的确还不能令人过早乐观。毕竟,世界范围内的金融危机尚未见底,我国经济要独善其身、要“保八”,任务的确很艰巨。随着外部经济环境的恶化,越来越多的意见认为,应该把经济发展的重点从依赖外贸转向挖掘内需。

在外贸、投资和消费这三大需求中,过去,外贸长期一马当先,消费和投资发展则相对平缓。当前来看,外贸要在短期内恢复是很难的。一方面全球经济萎缩,对我国商品的需求自然下降了;另一方面,在经济不景气的情况下,贸易保护主义抬头,我国企业要在外贸市场开拓疆土又增了一份难度。投资方面,一季度在政府大规模投资的拉动下,我国固定资产投资增长相当强劲。剩下的另一驾拉动经济的马车就是消费。随着我国一系列扩大内需政策的实施,各界对消费市场寄予的期望也越来越高,商家打折促销活动此起彼伏。

然而,拉动消费就等同于打折促销吗?第一季度,商家借节日加强促销,的确拉动了一波消费强势,但这种消费热情可以持续多久很难判断。连续的、频繁的打折促销是否会边际效应递减,造成消费者的“审美疲劳”?拉动消费的长久之计绝不在于多打几次折扣,而在于充分唤醒、激发潜在的消费市场。保持消费动力,不仅要创造商品对消费者的吸引力,更重要的是培育消费市场,激发潜在消费者的消费能力。

让过去不怎么消费的人群开始消费,让有能力消费却不愿意消费的人群扩大消费,根本出路在于解决消费者的后顾之忧。为什么国内储蓄率一直居高不下?因为有相当一部分人即使挣到了钱也不敢花,更倾向于存起来以备不时之需。这也从一个侧面反映了民众内心对未来不确定性的担忧,以及对既有社会保障体系不健全之处的顾虑。如果政府部门可以把这些老百姓所担忧的“不时之需”充分考虑,例如在教育、医疗、失业风险等方面加强民生保障,增加人们的安全感;在一些政策措施上强调长期性、连贯性,降低人们对未来不确定性和政策突变的担忧,那么就能真正“解放”老百姓的钱包,让大家有大钱的敢花大钱,有小钱的也敢花些小钱,把各自的消费能力充分发挥出来,从而形成庞大的、多层次的消费市场。(作者系媒体评论员)