

农村土地改革 不能单兵突进



近年来全国已有成都、重庆、广州等多个城市开始探索农村集体土地入市。例如佛山的“三旧”改造,北京的50个“城中村”改造,成都的灾后重建和统筹城乡发展的试验等,都在一定范围内允许集体建设用地进入市场,从而突破了现行法律、制度的限制,也为下一步在更大范围和更深层次推进改革提供了借鉴。

十八届三中全会在总结这些地区土改试点的成功经验基础上,提出了全面性的土改指导方案。方案确定了农村土改的目标是建立城乡统一的建设用地市场,并提出了以下改革的方向。

第一,允许农村集体经营性建设用地今后在符合规划和用途管制的前提下,出让、租赁、入股,实行与国有土地同等入市、同权同价。这不仅明确了集体经营性建设用地转让的方式,也突出了强调了集体经营性建设用地与国有土地享有平等权益的主要内容,这无疑与上届三中全会的相关规定相比有明显进步,也必将推动各地为了自身利益的诉求,积极探索集体经营性建设用地土地入市的实现方式及路径,倒逼现有土地管理法的修改。

第二,出于政策稳妥性考虑,方

案虽然没有谈到农村集体农用地、集体非经营性建设用地(主要是农村宅基地)入市,表明它们的入市也仍将遵循现有的规定,但是方案压缩了过去政府占用集体土地的空间,也赋予了权利人更多的权益。

方案还提出要赋予农民对承包地占有、使用、收益、流转及承包经营权抵押、担保权能,还要保障农户宅基地用益物权,改革完善农村宅基地制度,选择若干试点,慎重稳妥推进农民住房财产权抵押、担保、转让,这无疑突破了上届三中全会的有关规定和现行的法规,赋予了农户承包地及宅基地更多的财产权利。这对于增加农民的财产性收入以及激活农村经济,促进城镇化发展等多方面都将产生十分积极的作用。

农民可以利用承包地和宅基地抵押、担保权益扩大融资渠道,从而有利于自身的资本积累,生产经营规模的扩大,农民投资、消费的热情也有望被激活。现行农户宅基地转让范围的拓宽也将有助于实现宅基地的有偿退出,这不仅提高了农民的财产权益,还为城市和农村人口和资本的双向流动创造了条件,有利于提高农村土地以及资本的利用效率。

第三,目前农村土地的所有权属

于集体,但集体产权容易虚置,也就难以抵制各利益集团利用“国家或集体”的名义侵犯农民个人土地所有权。方案提出,积极发展农民股份合作,赋予农民对集体资产股份占有、收益、有偿退出及抵押、担保、继承权,则有利于这一问题的解决。农民所拥有的财产权利转换为股份形式后,就实现了农村集体资产的所有权由集体共同所有转为按所有者人数实行人人持股所有。而产权的明晰有利于保护农民的财产权益,也更有利于提高集体经济活动的效率,激励农村集体经济做大做强。

当然,农村土改推进过程也不可能突飞猛进。首先农村土地流转前首先需要确定产权,而这需要一个不短的时间。全国范围内,农村集体经营性土地的使用权确权在2014年底基本完成,宅基地确权则要等到2015年,农用地承包经营权确权难度最大,预计到2016年才能基本完成。其次,为确保农村集体土地入市过程中的公平、公正,还需要强化村民自治组织的建设以及民主的监督。第三,农村土改也不能是单兵突进的过程,只有农民具有了较好的社会保障水平,城乡户籍二元制取消,作为目前保障农民基本生存权的宅基地转让才可能较大规模推进。

地产中国网

视觉时代爱上城市从地标开始

有个笑话:你到中国各个城市旅游,从每个火车站出来拍个照,如果挡住火车站站名,那么几十张照片摆在一起,都分不清哪张是哪个城市。

同质化、低俗化、快餐化,这些特点入侵各个领域,自然也包括城市地标这样的形象名片。窗口形象相当于一个城市自身的VI设计,道路规划、建筑群落、功能模块。地标建筑呢,应该是这所有之上的明珠。

因为地标有两个属性,是其它东西不能取代的。第一是空间属性。外国城市学家做过一个试验,让非专业人员,根据自己的印象和记忆画一张城市的地图。最后的结果大部分是,只有一个城市的地标性建筑,才会被非专业人员画出来。比如巴黎的艾菲尔铁塔、凯旋门、巴士底纪念碑和几条重要的街道模样。如果这个实验的城市放在北京,同样可以想象,那被记忆的大概只有天安门、长安街。一个城市,是由它的标志和母体组成的。母体当然是那些街道胡同枢纽路线,但作为标志的地标,是点睛之物。第二是时间属性。任何城市都会改

造,任何建筑都会翻建,但一个城市的文化,我们都希望千年不变。所谓地标,应该是历经风雨,仍然可以代表城市精神的那一类不朽的建筑。这个不朽,说的不单是它本身的生命和年限。地标是有生命力的,即使本身的建筑属性衰败,并不意味着它所代表的历史与文化内涵也从此衰败,所以,地标建筑一定有文化内涵。如果在当前一段时间里,某个建筑群落将一个城市独有的气质精神、文化内涵融合到了里面,那么它可能不高、不大、不贵,可是它会成为地标建筑。

所以地标,应该是一个民族在“此时此地”人文精神的空间体现,让人们产生发自内心的认同和共鸣;同时,也是超越时空的空间载体,成为后人看到活生生历史、感受历史的符号。

做景观园林设计的人往往梦想做一个景观,成一个地标;一直希望的是立一座景观,就树一种文化。行业里这么做的不多,因为想做传世作品,第一太累太费心,好像一点儿都不符合商业社会短平快,早完工早收钱的节奏。第二不少甲方都没那么高

的审美文化要求,做个60分东西拿过去,和做个90分的没啥区别。何苦呢?第三想做未必做得出。你有这想法,设计规划没到位,做不出这个韵味效果;有设计了,工艺不到位,花多少钱也不能落地实现。

但一个城市的地标,必须经典。而且,你真的研究透了其中规律,以这个标准打造出来的作品,必然投入产出非常高效。我们做的项目,有设计规划保证整体盈利模式,有独占工艺保证最低成本,一般两年就盈利,比小快乱差的项目更立竿见影。

现在是视觉时代、体验时代。今天我们要熟悉一个城市,最初的,不是因为文化,不是因为习俗,而是可能因为那里拥有一座全世界最高、最大、最怪、最古老、最个性的地标。从看到它、跟它合影的一瞬间,我们才开始品味这个城市的文化内涵。以前这工作,是作家们负责。写一本巨著,把城市里的每一个地方都介绍全了。现在呢,设计师要负责干这个了。所以地标建筑,要对得起自己的名头。设计师,更要对得住自己名头。

夏岩



一座城市的光荣

清华大学客座教授曾宪斌近日在郑州参加地产年会时放言:评价一个城市主要看房价,房价越高城市越好越吸引人,房价越低城市越不吸引人,越丢人。住宅均价每平方6000-7000元的郑州在全国没有吸引力。



我属地产人,也是市场上一贯的“唱多派”,但对“房价越低越丢人”的论调,却只能表达遗憾。当房价成为评价城市的唯一标准时,我们生活的世界就改变了容颜。诚然,曾教授的论点很可能站在购买力的角度,房价高涨,源于这座城市居民的收入高,购买力强劲!但在整体供不应求的基本面上,在印钞速度一骑绝尘之时,在投资客与投机客大举炒房之际,居民的收入与房价关系早已不成比例。许多人买得起豪宅,却有更多的人难觅“不丢人城市”的一席之地,哪怕是传说中的保障房。

广东南国书香节,作家莫言先生的出场成为高潮。在佛山分会场,莫言一开口便以“滔滔不绝”的“段子”尽显文采,“如果我们中国任何一个城市的人,讲他们在近代出现过伟大的历史文化名人,佛山也笑了,因为你们有梁启超、康有为。中国任何一个地方的人说他们近代出现过武林高手,佛山人也笑了,你们有黄飞鸿、李小龙。所以,佛山是个好地方!”

与房价无关,莫言先生描述的佛山,是佛山这座城市魅力与光荣。如果您生活在这座城市却一无所知,倒是丢人与无知!

说到郑州,进而说到河南,整体房价都不高,却从不丢人。河南古称中国、中原、中州,是中华民族与华夏文明的发祥地,中国八大古都河南据其四,且自夏而金的4000年间,有10多个朝代,200多位帝王建都或迁都于河南,长达3200余年,有道是“伸手一摸就是两汉文化,两脚一踩就是秦砖汉瓦”。同样是河南籍唐代大诗人刘禹锡,写下不朽名篇《陋室铭》。此陋室,肯定房价不高,却“何陋之有”?用来回复曾客座教授丢人之论:何丢人之有?

社会在发展,人类在进步,一个城市的光荣,不会永远躺在祖宗的福荫下停滞不前。在以人为本的时代,一座城市,可以因它悠远的文化积淀骄傲,可以因它欣欣向荣的经济骄傲,可以因它如诗如画的优美环境骄傲,更可以因它让百姓生活得更加美好而骄傲,平添幸福感。

京华时报

调控失策 别拿别墅开刀



我曾说过,即使中国的房价达到10万每平的价格,且人们并不喊贵的时候,一定会有一个定语前提,那就是把百姓的安居保障做好,把差别化的产品做好,只有这样,他们才不会骂街于那些为社会创造财富的精英,不会仇视那些真正值得尊重的人享受原生态田园生活的。

或许,有人在面对“城市中央别墅”产品时,会拿“集约用地”来说事,其实这是一种误区,粮食危机却并不会影响“十斤粮酿一壶酒”的需求,有圈层就会有差别化的产品,而正是因为差别化,才使我们告别了“全民绿军装”一统时代,才“给力”了社会文明的进步。

一句“土地资源不可再生”,只是迎合了投机者在吹涨房价泡沫的操纵心理,而那句“土地资源稀缺”,更是一种谬论,这些话,听则似春风,实则乃臭屁,世界上人均土地最为稀缺的日本,却鲜见高密度住宅,住房之忧,绝不是这个国度民众的隐痛,相反,他们在住房产品上的差别化,却比我们丰富得多。

新加坡的经验告诉我们:超过80%的保障住宅,足以让他们活得安逸,获有尊严,而那些令人艳羡的高端别墅,却时时刻刻在激发着每个人奋发进取的动力。

其实,我们的百姓怨的并不是高房价,而是为大众提供的保障性住宅的不足;换言之,他们并非仇富,仇的只是为富不仁,当一个企业

家真的能为我们的百姓去谋得幸福、安逸还有圆梦生活时,社会是可以容纳那些曾给了他们幸福回味与记忆的人以舒适,袁隆平为人类创造了财富,即使他住再奢侈的豪华别墅,想必也不会有人去质疑,去嫉妒,因为在任何一个国家,别墅都是小众圈层的专属产品,而非大众所属,因此说,别墅产品可以存在,甚至城市中央别墅的产品,亦可存在,这,与高房价绝无关系。

当一个精雕细琢的产品摆在我们面前的时候,或许每个人都会想到“值与不值”;当一个价格泡沫或圈地财富现于我们的视野,或许每个人想得最多的是“屑与不屑”,这不是真理,而是真相;这不是道理,而是道义,于是,我们有责任疾呼:开发商的道德,是跟产品、房价,还有责任,紧紧地关联着……

高房价并不是出自于富人的别墅产品上,而是源于各地方政府在保障房住宅建设上的缺失,高房价是一个大众的话题,而别墅只是小众专属,只有这样目标性的产品面世,才能催生人们去踊跃创造财富,成为“被尊重一族”的内在动力。

我们甚至还可以换个角度看,作为一个开发商,不但应有为万众安居的使命感,同时也应肩负着这座城市整体形象的责任感。只有具备“与城市共荣”的责任感,才会在不经意间,变得厚实和强硕……

辣姜