

网络对账单：“晒”出消费趋向

陈 静

经济时评

网络消费不仅在地域上横向延伸,也在消费者群体中纵向伸展。支付平台应该进一步细化和整理并形成相应的产品,以此引导传统企业和互联网品牌,使他们能够有的放矢

1月15日,支付宝“晒”出了其对用户2012年网络支付对账单的盘点。因为支付宝作为国内使用最广泛的第三方支付平台的地位和日均流水60亿元的巨大体量,也因为支付宝账号与用户身份证相关联,可以推导出他们的年龄性别,又能根据登录的IP地址得知用户的位置,所以被视为我国电子商务最直接的“晴雨表”和“观察台”,一串串数字成为网上消费新趋势最有说服力的佐证。

有些趋势消费者已心中有数,比如对于北上广深这样一线城市的部分消费者来说,网络购物已成为他们生活中的主要消费方式。2012年支付宝上海用户人均支出24024元,排名全国第5位,其中购物支出达到11205元,以2011年上海城镇居民人均可支配收入的36230元计算,占比30.9%,在线上渠道和线下渠道的竞争中,消费格局的改变显而易见。

更多趋势连业内人士也大吃一惊。尽管这两年电子商务向二三线城市的扩

张有目共睹,但没想到的是,去年支付宝交易增长最火爆的地方是西藏贡觉县,交易金额增长718%;远在南沙群岛的1000多用户则贡献了23.23万元的交易额。网上消费的价格优势和多样性选择,已让最偏远地区的人们跃跃欲试。

偏远地区和中小城市还在最“时髦”的移动端大放异彩。按使用手机支付的笔数占该地区支付宝交易的比例来计算,拉萨和林芝排名前两位;手机支付活跃度排名前10的城市中,有7个来自西部地区。诚然,在这些地区手机的普及要远超过电脑,手机网络的普及也超过宽带,用手机支付更便利。但其中更深远的意义在于,这些地区的消费者在操作技术和消费习惯上正在迅速向大城市消费者靠拢,网购成为弥合我国东西部、城乡间“数字鸿沟”的“杀手级”应用。

网络消费不仅在地域上横向延伸,也在消费者群体中纵向伸展。一贯被视

为网购“新手”、平均年龄50岁左右的消费者,在这份盘点中体现出的消费能力让人瞠目结舌:他们是网上消费中最舍得花钱的人群,人均网上支付金额高达3.1万元,其中购物金额1.5万元,相当于90后消费者的7倍多。

各种“想得到”与“想不到”,清晰地勾勒出网上消费的勃勃生机和未来的发展趋向。面对这些“意料之中”和“意料之外”,支付平台应该进一步细化和整理并形成相应的产品,以此引导传统企业和互联网品牌,使他们能够有的放矢。

对于传统生产企业来说,是否考虑将中老年消费者“钱袋子”所指引的方向,列入未来产品设计乃至营销推广的思考中。而对于整个物流配送体系来说,则要根据这份盘点考虑如何合理设置中心仓并延伸配送布局,否则“双11”电商大战后快递爆仓集中于二线城市的尴尬场面还将上演。

关注

城镇化

实现城镇化离不开产业化

林火灿

能否培育出优势产业,已经成为城镇化可持续发展的关键一环。只有当产业发展与城镇化实现良性互动,才能实现人口聚集,经济效益增进,居民收入增长,需求相应增加,从而支撑经济发展

日前,河南省开封市与北大资源集团合作开发的开封运粮河项目启动。根据规划,这个总面积达35平方公里的城镇化项目,将集科研教育、商贸服务、休闲娱乐、旅游度假、生态宜居等多种功能于一体,打造成中原经济区发展和开封市城镇化建设的样板工程。在当前我国对城镇化寄予较高期待的背景下,许多人希望该项目能够成为新型城镇化的良好案例,而不要“借城镇化之名,行房地产之实”。

近年来,不少地方把城镇化简单等同于农民上楼,追求盖越来越多的楼,忽视城市功能配套,导致产业发展与城镇化发展不协调。华丽的城市外表下掩盖着与城镇化快速推进不协调的杂音。

据报道,天津宝坻区的京津新城占地面积相当于33个天安门广场,投资数百亿元、规划有8000栋别墅及其配套设施,可供50万人生活。但有的完工多年、房屋数百套的小区,只有几十户入住,空置率超过90%。

“空城”现象的产生,是伴随城镇化“造城风”而来的。在城镇化过程中,不少地方只看到房地产投资开发对经济的拉动作用,却忽视了以城镇化为契机,加快集聚和整合生产要素,人为地割裂城镇化和工业化、农业产业化的联系,导致资源配置不恰当,产业欠发展,就业没岗位,收入不稳定,最终导致人们大量流向其他城市地区。

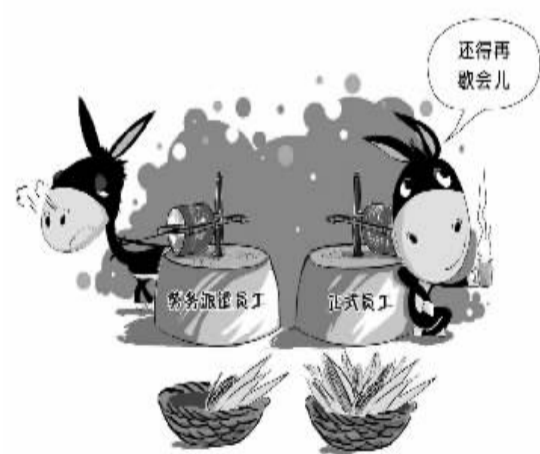
从这个意义上看,能否培育出优势产业,已经成为城镇化可持续发展的重要一环。只有当产业发展与城镇化实现良性互动,才能实现人口聚集,经济效益增进,居民收入增长,需求相应增加,从而支撑经济发展。

当前,受生产要素成本的上升、人才缺乏、配套较少等因素影响,城镇化与产业发展相互协调的难度还比较大。一方面,需加快引入先进的技术和理念,统筹规划,打造产业集群,形成规模优势;另一方面,需加快产业结构调整,大力发展先进制造业和第三产业,促进经济结构优化。此外,金融机构也应加大对城镇化给予更多支持,确定重点支持领域,引导各地科学做好城镇化发展规划。

速评

同工不同酬该休矣

晓 马



新华社记者 崔莹作

事件回放:近日,百余名公办中小学的代课教师聚集在广东省东莞市教育局门口,要求正式入编,实现同工同酬。东莞市教育局回应称,将尽快探索合同制教师管理新机制,逐步提高合同制教师的收入。此事经媒体报道后,再次引发人们对“同工不同酬”的讨论。

三言两语

“同工不同酬”之所以出现,其中一个原因是个别单位为降低用工成本,人为地将单位员工分成三六九等,根据所谓的身份差别发放不同的报酬,这一现象在劳务派遣人员中发生较多。按理说,两个人做的是同样的工作,理应拿到同样的报酬,但在现实中,有的人的报酬不及同事的一半,这的确会让拿钱少的人“面子上”不好过。由于存在“转正”机会,劳务派遣人员只好忍气吞声,仍然十分卖力地干活,以求成为正式在编员工。但由于编制有限,大部分“转正”的希望十分渺茫,最后还是不得不选择离开。

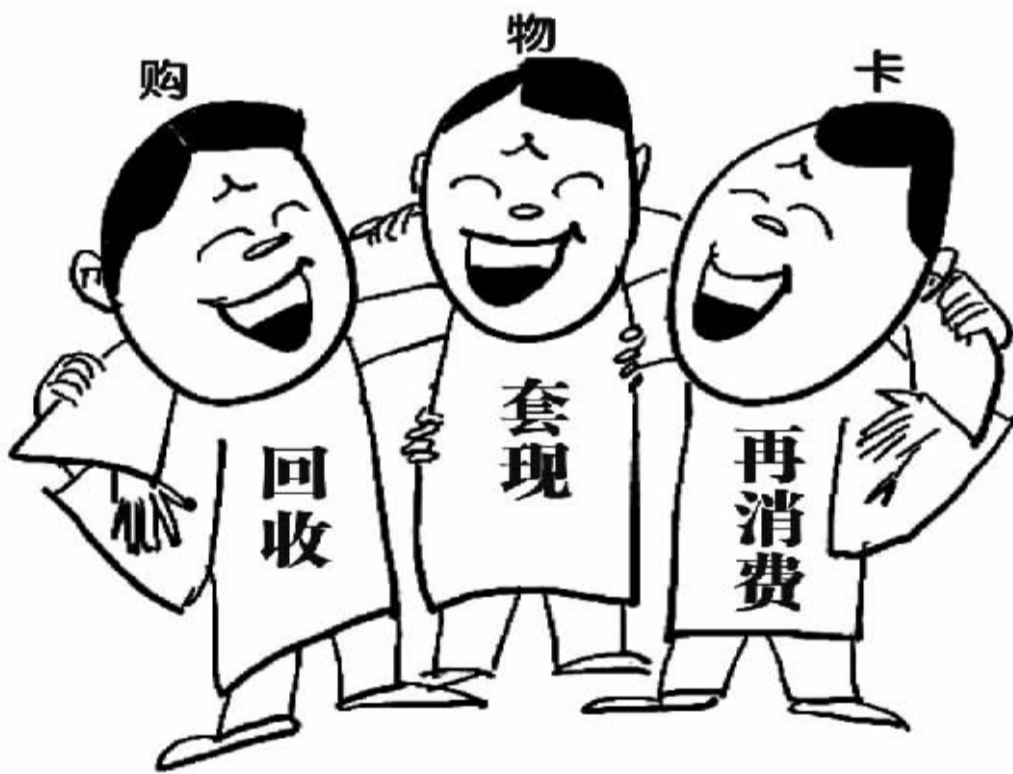
说到底,同工不同酬现象是分配不公的一种表现形式,它是对普通劳动者不尊重的行为。我国《劳动合同法》早已明确规定“同工同酬”,并在2012年底修订《劳动合同法》时对劳务派遣的一些细节予以规范。

党的十八大提出,要逐步建立以权利公平、机会公平、规则公平为主要内容的社会保障体系。“同工不同酬”显然与此相悖。这一现象需要引起相关部门的重视,在现有各类单位人事制度和管理框架下,积极探索建立过渡性保障机制,有效维护劳动者合法权益。

新闻漫谈

管好商业预付卡

肖 黎



新华社记者 冯印澄作

春节临近,关于商业预付卡的话题又热了起来。近年来,商业预付卡受到商业企业和消费者的普遍欢迎。根据商务部统计,2011年我国单用途商业预付卡销售规模近1.7万亿元,结算金额近1.3万亿元。单用途商业预付卡已成为我国继信用卡之后的第二大信用支付工具。但在商业预付卡市场蓬勃发展的同时,也存在监管不严、违反财务纪律、缺乏风险防范机制和公款消费、收卡受贿等问题,严重扰乱市场秩序,助长腐败行为。

2011年5月23日,国务院办公厅

下发通知,就规范商业预付卡管理作出全面部署。2012年9月21日,商务部发布管理办法,主要内容包括实行购卡实名制、非现金购买制、限额发行制三项制度。办法实行以来,初步遏制了违规发卡行为,但由于新规对于违规者有何处罚、如何执行等没有明确,也使新规出台后的效果受到一定影响。

既要发挥预付卡在扩大消费中积极作用,又要保护消费者权益,同时还要让预付卡不成为腐败的温床,就必须进一步加强对商业预付卡的监督

管理,细化有关规定,不留管理漏洞死角。同时,必须加强商务行政执法队伍建设,加强与当地监察部门、人民银行、税务部门、工商部门的沟通协调,建立跨部门工作机制,建立与金融机构的合作机制,做好预收资金管理等工作。通过开展专项检查和联合督查等方式,加强监督检查力度,推进备案工作。

此外,还要通过举办学习、培训、宣传、教育活动,进一步贯彻落实管理办法各项内容,全面推动预付卡管理取得新成效。

网上代购 安全为要

吉 蕾 蕾

网上购物越来越受到广大消费者的青睐,微博代购成了购物新模式。人们在享受网上代购便利的同时,也存了一份忧虑:会不会是假货?

调查显示,消费者选择网上代购最主要的原因是,网上代购产品信息量大,可比性强,价格也比专柜低得多。根据淘宝网发布的《网购奢侈品行业解析报告》显示,奢侈品的成交额以每年100%的速度递增,2011年市场规模已经达到150亿元,2012年全国奢侈品电子商务市场成交额预计将超过200亿元。

面对如此庞大的交易量,有专家指出,代购过程中,代购者的可信度、售后服务等隐患不容忽视,尤其是产品的质量。笔者了解到,网上很多代购为了力证所售产品是正品真货,都会打出“提供购物凭证”、“支持专柜验货”等口号获得消费者的信任。然而,出于成本控制的考虑和技术壁垒的限制,国内一线奢侈品的专柜均不提供代购产品的鉴定服务,这也导致许多消费者陷入代购产品真伪难辨的泥潭。

笔者从市场监督管理部门了解到,目前,监管部门只能针对产品的质量、材质进行鉴定,辨别材质是否和标识一致,但无法辨别鉴定网购的奢侈品是否为正品。有律师也提醒消费者,网上代购在给消费者带来便捷的同时,也容易产生网购纠纷,如果消费者出现代购受骗情况,根据我国现有法律很难证明代购者是故意欺诈,违法侵权行为很难得到应有的赔偿,消费者的合法权益很难得到保障。

看来,要想治理代购市场的乱象,需要出台相应条例并规范代购资质的进入门槛,通过银行或国外第三方支付平台与专业网站合作的方式,提供一定的担保,明确电子商务平台或专业代购网站在交易行为中的义务和法律责任。毕竟,“代”来安全才靠谱。

本版编辑 周颖一

本版邮箱 mzjgc@163.com



期待更多研发投入

冯是虎

我国科研投入总量已经显著提升,但与全球第二大经济体的规模仍不匹配。中国企业要想在世界上真正立稳脚跟,必须加大研发投入,真正的高科技靠花钱是买不来的

大经济体不完全匹配。目前,中国企业的研发经费人均支出仅为美国的1.2%和日本的1.1%。总体上看,维持中国经济增长仍主要靠投资而非技术进步。诺贝尔奖得主库兹涅兹的数据分析发现,在现代经济增长中,人均国民收入的年均增长率约为1.5%,其中资本贡献率约为0.25%,生产率提高的贡献率则为1.3%。比如我国是轿车第一生产大国,但发动机大多仍从国外进口;我国新能源产业无论是太阳能、风能还是锂电池,核心技术仍未完全掌握。

就整个工业体系来讲,新材料、动力系统和机电一体化等3大方面,与国际先进水平存在差距,要迎头赶上,离不开大量和长期的研发投入。

此外,创新思维有待解除禁锢,这是决定创新能力强弱的重要因素。中科院院士陈运泰曾直言不讳:我国整体科研实力的提高一直令人不满意,与投入很不相称。一个重要原因是缺乏创新思维和宽容失败的社会环境。实际上,中国人的创新思维并不需要输入,需要的是如何保持传

承并发扬光大。比如“两弹一星”精神内涵里,就包括破除权威迷信和框框条条束缚,能够让入畅所欲言,这样才能少走弯路。

如今,我国正面临着加快转变经济发展方式的历史任务,要跨越中等收入陷阱,需要科技创新推动。早些年,有理论认为,现在已进入经济全球化时代,依靠全球范围采购比自主研发更经济,这种论调的错误已充分暴露。比如,从国外进口的高速列车启动和刹车费用竟占到高铁成本的15%;我国出口手机占了该行业全球贸易量的80%,但只分得利润蛋糕中的1%。

高科技靠花钱买不来,自主创新才能取得核心竞争力。我国科技研发事业关乎着国家的前途命运,我们理应寄予其更多期待。

近日有报道披露,2012年我国用于科技研发投入的经费将首次突破1万亿元,研发投入比重达到中等发达国家水平。

研发投入增长是件好事。近年来我国在科研领域取得的成就举世瞩目,诸如“神九”上天,“蛟龙”入海,振奋人心。但如果和我国科技事业面临的形势困难相比较,现有的成绩还远远不够。特别是研发投入既要有一定的增长,更要有质的提高。

首先,我国企业研发投入动力仍然不足。2012年,中国企业500强共投入研发资金5116亿元,但平均研发强度(研发投入占营业收入比重)只有1.33%,与发达国家企业5%到8%的水平相距甚远。其直接后果是企业产值很大,但利润不多。

其次,1万亿元研发投入与世界第二