

“打车神器”、“网店卖挂号”……面对供需失衡的公共资源,如何应对“聪明技术”带来的冲击——

引导“聪明技术”发挥正能量

陈静

前段时间,有媒体曾以“自己傻就别怪别人聪明”来调侃铁路部门因“抢票”软件而“动怒”的行为。无独有偶,应对“打车难”,上海近来出现了多款“打车神器”。使用者在输入出发地和目的地后,会有一个“您是否愿意支付小费”的选项,乘客可以选择加价5元到50元不等。许多人亲身体验后发现:“只要加20元以上,5分钟内几乎都能叫到车。”

此事让笔者联想到另一则新闻。报道称,以往在医院门口出现的“号贩子”已经把“阵地”转移到网上开设网店。支付方式也颇为“人性化”:买家可以先购买,等看完病历再确认支付。“号贩子”店主承诺:“保证不花冤枉钱。”

“打车神器”和“网店卖挂号”,看似互不搭界,实则反映出一个共性问题,即这些“聪明技术”的出现,会否进一步加剧公共资源的供需矛盾?是否会进一步冲击原有的管理模式和定价策略?

首先,公共资源的分配绝不能完全借助价格杠杆和市场手段。“打车神器”、“网店卖挂号”等现象之所以饱受争议,根本原因在于这些服务的分配完全依靠价格杠杆。当前,我国许多城市的医疗服务和出租车服务,都呈现需求大于供给的局面。在总量供给不变的前提下,如果只是“价高者得”,最终会造成低收入者的压力,甚至将这部分消费者清理出场。

其次,“聪明技术”的出现加剧了相关服务供求失衡的局面。长期以来,当抱怨城市“打车难”积聚到一定程度时,监管者的应对办法是开展“行业整顿”:要求出租车增加营运时间、加大对拒载司机的处罚等。但很明显,这些措施无法从根本上解决供需矛盾。随着技术的发展,各类软件层出不穷,淘宝网浩如烟海,管理部门将很难通过传统手段杜绝此类服务。在供给与需求之间,如果只在需求侧下功夫,不在供给上动真格,将无法真正化解矛盾。

不过,“打车神器”、“网店卖挂号”的出现也蕴含着许多积极的讯号。一是反映出部分消费者的消费需求正发生着变化。比如,有人愿意为打到车多支付10元钱,说明其有能力也有意愿为享受该服务支付更高价格。这就意味着可以在增加服务总量的同时,提供更加差异化的产品和增值服务,通过服务的多元化满足需求、提高利润。二是表明技术可以在社会资源配置中发挥更大作用。管理部门在优化公共服务时也应更多地参考来自市场、企业的技术和“灵感”,比如将“打车神器”中的位置服务技术应用于用户寻找“拼车”伙伴;将第三方支付平台引入医院网络挂号系统,解决目前网络挂号存在的浪费问题。

任何事物都具有两面性,技术也不例外。面对这些技术,努力引导其发挥正能量,在应用中趋利避害而不是一禁了之,才是应有的态度。

经济时评

“聪明技术”的出现虽然加剧了相关服务的供求失衡局面,但也蕴含着许多积极的讯号,它可以在社会资源配置中发挥更大作用。面对这些技术,努力引导其发挥正能量,在应用中趋利避害而不是一禁了之,才是应有的态度。

扶持中小企业是场“持久战”

林火灿

据报道,去年第四季度,我国中小企业发展指数为90.8,比第三季度上升3.3点。从数据上看,这是中小企业发展指数经历8个季度持续下跌后的首次回升。在全球经济复苏乏力的背景下,中小企业发展指数的回升殊为不易。不过,据此得出中小企业发展企稳态势得到巩固的结论,恐怕还为时尚早。

总的来看,去年第四季度中小企业发展态势相对平稳,主要是因为我国宏观经济在经历连续7个季度增速下滑后出现明显反弹,宏观经济企稳回升态势基本确立,国内外市场需求好转,带动工业企业生产增速回升,促进工业景气止跌企稳,这也进一步带动了中小企业发展企稳。

但是,我们也必须看到,目前中小企业发展面临的局面和形势仍然十分严峻。许多中小企业的科技创新能力仍然比较薄弱,企业融资难、融资贵的问题尚未得到有效解决,不少企业所处行业更是面临十分突出的产能过剩问题,能源、资源等原材料成本上涨压力依然较大,企业招工难、用工贵等问题依然存在。

因此,我们不能只关注统计数据的变化,不能盲目地为统计指标的小幅回升欢呼雀跃,更不能“好了伤疤忘了疼”。制约中小企业健康发展的瓶颈性因素不可能在短期内消除,因此,对中小企业的扶持应该是一场“持久战”。一些阶段性的扶持政策,可能是“速效药”,却未必能够“治本”。

要真正解决中小企业发展中面临的深层次问题和矛盾,必须兼顾“治标”和“治本”。通过“疗养式”的扶持和引导,增强扶持政策的持续性和稳定性,优化和改善企业发展的外部环境,帮助企业提升抵御市场风险的能力,建立推动企业健康发展的长效机制,才能使企业的发展根基更牢固,企业也才能真正走上平稳发展的轨道。

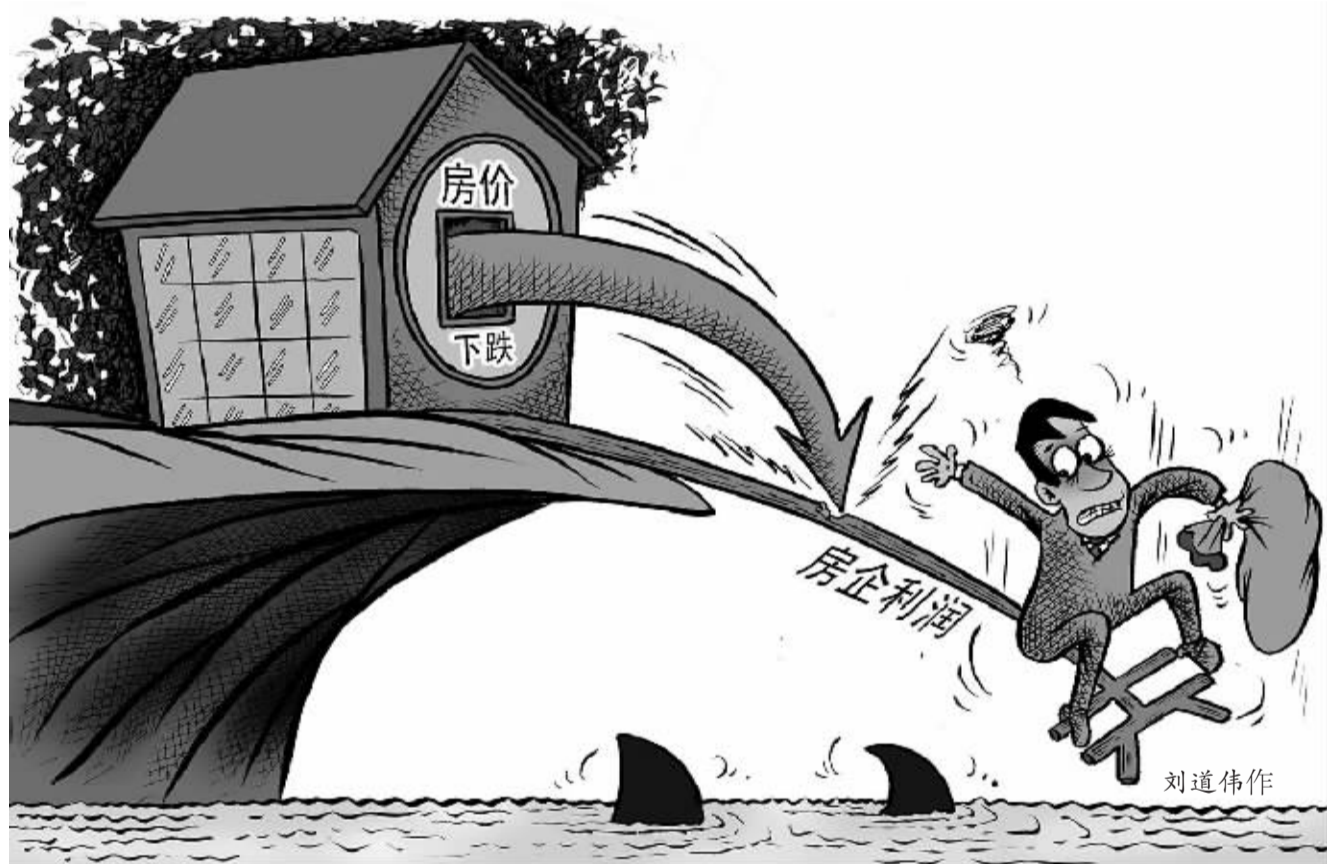
本版编辑 牛瑾

本版邮箱 mzijc@163.com

新闻漫谈

房企利润下滑是大趋势

刘英团



刘道伟作

有媒体报道,截至1月28日,沪深两市房地产开发企业共有42家公布了2012年业绩预告或快报,其中有25家房企净利润预增、续盈或者扭亏,占总量的比例为60%,其余有9家预减、6家首亏、2家续亏。由于去年多数开发商的销售均价都出现不同程度的下降,房企利润率下滑可能会成为普遍现象。

一方面是地价、建安和劳动力成本不断上涨,另一方面是越来越多的房企开始以价换量、快速周转,房企利润率不断受到挤压。根据链家地产市场研究部对29家大型上市房企的统计,2012年前三季度

房企的净利润率为12.45%,同比下降11个百分点。面对如此严峻的市场形势,一些实力稍逊的开发商已经撑不住了。

“只有当潮水退去的时候,才知道是谁在裸泳。”这是巴菲特的名言,用在股市里如此,用在现今的房地产市场也同样如此。销售均价下跌拖累利润率,不会只是短期现象。因为随着土地成本的逐步抬高,销售费用等也会不断增加,房地产企业的利润率下行将是大概率趋势。从目前来看,成交量的持续走低和全国房价的触顶回落甚至让一些房企面临着生存还是灭亡的选择。不少房企负债率超过警戒线,这

很容易引发资金链断裂等一系列问题。

在目前的市场环境下,楼市的暴利色彩正在逐渐褪去。“不差钱是过去,高负债是未来”,“大口吃肉、大碗喝酒”的快活生活已是“过去时”。笔者以为,2013年房地产业的关键词是“去库存”,在存货减值和资金流转的压力下,如何快速消化库存应当成为房地产企业的当下要务。高位库存不仅使巨额资金丧失流动收益,还将抢占新项目的销售空间,使同区域同质化项目增多,加剧来自于房企内部的销售竞争。明智者,当思降价促销,不降价就只能“等死”了。

三星“啃”苹果底气何来

秦海波

击败苹果,这几乎是所有IT厂商的愿望。数家全球大型IT厂商都尝试过缩小与苹果产品的竞争差距,但却无一例外地以失败告终。如今,三星终于得偿夙愿。

根据IDC的统计数据,三星在2012年轻松赶超苹果,出货量提升129.1%,同比增长速度超过苹果2倍。制造优势、多产品策略、超凡的营销攻势、安卓系统的流行,被认为是三星成功的原因。而作为业界最富创新基因的公司,苹果也不会坐以待毙。三星和苹果的“龙虎斗”,精彩还在后头。



三星拥有自己的生产工厂,这使其能够通过削减智能手机成本获得竞争优势。苹果虽然拥有设计产品和配套的部分技术,但却要依赖包括三星在内的其他厂商才能生产iPhone。

和苹果一直坚持每年推出一款新机型不同,三星每年都会发布多款形状和大小不同的智能手机,并以更大屏幕等吸引用户。另外,三星针对苹果的营销攻势卓有

成效。2012年9月中旬的一天上午,苹果CEO蒂姆·库克在美国旧金山宣布推出iPhone5。当时,在数百英里以外的洛杉矶,三星营销部门的高管们正实时关注外界对库克讲话的反应。两小时以后,三星团队已经草拟了多份涉及不同类型媒体的广告文案。随着iPhone5上市销售,三星在接下来的一周内推出时长90秒的商业广告,在线观看人数突破7000万。

在整个智能手机领域,安卓系统正成为主流。和苹果产品专注于iOS系统不同,三星凭借其超薄、高亮度、配置大屏幕的安卓手机产品迅速从安卓硬件厂商阵营中脱颖而出。部分应用程序开发者表示,以前是以苹果为先,如果还有剩余资金再为安卓设计程序,现在则是安卓优先甚至只是为安卓开发程序。

后乔布斯时代,业界一直为苹果担忧,而这一切似乎正逐渐变为现实。不过作为业界最富创新基因的公司,苹果肯定不会坐以待毙。近日有消息称,苹果最早在今年底会开发一款更小巧、更廉价的iPhone,以进军发展中国家市场。同时,苹果正试图通过在中国开设更多门店、增加分期付款计划以及寻求与中国移动合作来提高销售量。库克表示,希望将来可以到中国首发苹果新产品。

三星和苹果的“龙虎斗”,精彩还在后头。

多棱镜

列车盒饭价格高不高

事件回放:近日,有媒体报道部分列车春运期间仅提供高价盒饭,并拒卖方便面。铁道部运输局相关负责人回应表示,2011年底,铁道部已要求保证旅客列车有2元以下矿泉水、15元以下盒饭等供应,且不得断供。但仍有观点认为,铁道部这一要求很难在实际中得到严格执行。

交给市场来检验

平心而论,这些年,与许多产品价格大幅上涨相比,火车票价基本没有上涨,但火车的运营成本和费用却大幅上涨。这个时候,火车运营必须寻求其他渠道对成本进行弥补。火车上的餐饮与商业销售,作为补贴“家用”的方式之一,的确没有理由强求这一业务“公益化”。

从这个意义上说,列车盒饭当然可以自主定价,只要不强制定价,只要没有要求乘客不能自带食品,可以算是随行就市的市场价,也不必扣上“垄断”的帽子。实际上,列车盒饭也有竞争,那就是旅客自带食品带来的竞争。如何应对这一竞争合理定价,是件颇有技术含量的事儿。而动车盒饭的价格高不高,归根结底仍要市场来检验。

(武洁,江苏南京 妇幼保健院)

“带饭上车”倒逼降价

我认为,对火车盒饭价格偏高的问题,不应把责任都推给相关部门。乘客也应当自我反思一下,是否必须购买火车上的高价盒饭?是否就没有第二条路可走?

实际上,火车盒饭价格高,是消费者“惯出来”的。也就是说,火车饭菜价格在一定程度上是市场需求决定的。如果价格高到大多数人都无法接受,就会有更多乘客自带饭菜坐火车。这无疑相当于通过“用脚投票”的方式,倒逼火车食品供应改革,解决火车高价饭菜的问题。

因此,那些习惯于埋怨的乘客,倒不如自己动手,在上车前自带食品。这样一来,乘客选择方便食品的余地变大了,关键就看其是否愿意增加这个购物环节了。

(何勇,安徽芜湖 严桥镇政府)

吃在嘴里堵在心里

要价40元的盒饭吃在嘴里,堵在心里。据调查,高铁餐车有两种经营方式,一是外包,二是员工工资要依赖销售额的提成。无论哪一种,东西卖得多、总价卖得贵,餐车收入也相对高一点,因此就有了花样翻新的招数与借口。我以为,最后归结到一个结果,许多列车只愿意销售高价盒饭,而将方便面等拒之门外,是怕挡了自己的财路。

当垄断制度成为垄断利益的保护伞,各种侵害消费者权益的事件也就层出不穷,高价盒饭某种程度上就是垄断带来利益的投影。铁路部门要把群众利益放在首位,回归不可或缺的公益性质,不妨先从严格治理列车高价盒饭做起。

(斯涵涵,湖北武汉 职员)

春节临近,燃放烟花爆竹是人们喜迎新春的习俗,北京等城市烟花爆竹零售网点已陆续开售。但面对连续的大面积雾霾天气,很多人担忧,烟花爆竹一响,PM_{2.5}又将爆表。雾霾天,放不放烟花?欢迎大家发表意见。

速评

三公经费:呼唤“负增长”的答卷

冯源

连日来,各地政府在两会纷纷表示,要严控本年度的三公经费,实现“零增长”。但在三公经费数目庞大、饱受社会诟病的现实下,“不升”并非成绩,“降下”才是趋势。

三公经费指的是因公出国出境费、公务用车购置及运行费、公务接待费。但长期以来,由于管理不善、监督缺位、暗箱操作等种种原因,我国的三公经费一直是腐败问题的多发易发区。

为了建立行为规范、运转协调、公正透明、廉洁高效的行政管理体制,加大反腐倡廉工作力度,2011年中央各部门首次向社会公开三公经费,地方各级政府陆续跟进,“三公经费零增长”的承诺也随之而生。

一个不容回避的现实是,随着社会进步,人们的民主意识、法制意识不断增强。社会公众已经不再满足于三公经费“零增长”,更迫切希望三公经费“负增长”。从操作层面上看,三公经费实现“负增长”并非难事。浙江省温州市2012年6月出台了“史上最细”公务接待标准,全市半年公务接待费用下降四分之一强。2012年中央本级三公经费财政拨款预算比2011年决算数减少了约15%。

实现三公经费“负增长”是大势所趋。目前的三公经费数目正处于高位,而中央“八项规定”“六项禁令”正在狠刹形式主义和奢靡之风,这都为进一步压缩三公经费提供了可能。

压缩三公经费是党政部门厉行勤俭节约、杜绝铺张浪费的必然选择,有助于消解公众对三公经费的疑虑,密切党群干群关系,从而以贯彻中央“八项规定”“六项禁令”的实际效果取信于民。(据新华社)