2013年12月30日 星期一 经济日报

热点追踪

美丽中国需要美丽你我

——防治雾霾从自身做起、从点滴做起

本报记者 来 洁

雾霾天气已成为我国大部地区秋冬季节的主要灾害性天气。“十面霾伏”为何愈来愈烈？除了天气原因，还有哪些影响因素？国家对大气污染防治动了真格，从中央到地方都出台了严厉的防治行动计划，为何一时还难以看到好转？雾霾天对人体健康的影响究竟有多大？为了找回蓝天，我们又应该做些什么？我们就此采访了有关专家，为您进行解答。

12月20日，河北省邯郸市被雾霾笼罩。新华社 郝群英摄

雾和霾不一样

前些天，拉萨这个天蓝水净的圣洁之城，居然首次上榜了全国空气质量最差10大城市。有网友称“雾霾终于染指了中国最后一方净土”。但实际上，拉萨遭遇的是浮尘，并非雾霾。

科学认识雾霾是当务之急。“雾和霾是两回事。一般来说雾是水汽，霾是干雾。干雾分两种，一种是自然界本身就有的，一种是人类活动排放的，这其中大部分是污染物，对健康有害。”中国冰川学家和气候学家秦大河院士说。

让城市变得灰蒙蒙的雾霾，其实包括了雾和霾两个组成部分。虽然它们都是大气中飘浮的粒子，都会使视线模糊，但两者之间的区别很大。

“雾和霾从气象角度来讲是两种不同的天气现象，我们在生活中常常把雾和霾混在一起讲，实际上是不科学的。雾是由气层里的微小水滴组成的，霾的主要成分是一种灰尘，即通常所说的尘埃，比如硫酸、硝酸这样一些微小的颗粒物。另外，雾的相对湿度一般在90%以上，而霾在80%以下。从颜色上来讲，纯洁的雾应该是白色或者是灰色的，霾则是有点发黄的颜色。”中央气象台首席预报员杨贵名说。

如何正确区分雾霾？

雾是悬浮在贴近地面大气中的大量微细水滴（或冰晶）的可见结合体。雾滴直径比较大，多为4微米至30微米，水汽达到（或接近）饱和。雾的主要特点是在近地面层，高度大概不超过400米，能见度比较低，甚至低到50米以下。

霾则是悬浮在大气中的大量微小尘粒、烟粒、盐粒的结合体，不可用肉眼分辨，微粒直径小于2.5微米；水汽没有达到饱和。霾对空气能见度的影响没有雾那么大，一般降低到10公里以下。

由此可见，雾和霾的主要区别有三点：

第一，雾是由水滴组成，对人体健康影响不大；霾是由尘粒、烟粒、盐粒等组成，对人体健康有一定危害。第二，雾和霾的水汽含量不同。雾的水汽含量达到或接近饱和，霾没有达到饱和。第三，雾必须贴地，而霾不一定贴地。

当空气能见度小于10公里以下，空气中水汽达到（或接近）饱和状态且地面及其上部都含有大量悬浮尘粒、烟粒、盐粒等有害化学成分时，雾和霾很难区分，可以叫做雾霾。

在自然界，霾和雾是可以互相转化的。例如辐射降温过程，当相对湿度增加超过100%时，霾粒子吸附析出的液态水成为雾滴，而相对湿度降低时，雾滴脱水后霾粒子又再悬浮在大气中。

为何“十面霾伏”

从形成的原理看，要形成污染严重、能见度低的雾霾天气，必须具备两个条件。首先，要有不利于污染物扩散的气象条件；其次，要有污染物的排放。

近期雾霾高发与特定的气象条件密切相关。国家气候中心气候监测室首席气候专家周兵认为，近期北方的冷空气活动较常年次数上偏少、强度上偏弱，这是主要的气象条件。平均风速的减小，使得风力对污染物的搬运作用在减弱；静稳天气的增加使得污染物不容易扩散；全国降水日数减少明显，近50年来减少了10%，导致气溶胶（液态或固态微粒在空气中的悬浮体系）的湿沉降减弱。

“雾霾是和某种特定的大气环境相关联的，我们不能就近期的雾霾而来断定我国进入了雾霾的高发期。”周兵指出。

雾霾为何频频光顾城市，为什么大城市的空气污染更加严重？这一方面是因为城市的地理因素。以北京为例，每年秋末冬初雾霾偏多是北京特有的现象，主要是因为地形和地理位置，即三面环山、半湿润和半干旱特征，即西北高、东南低，西北、北部和东北方向有山环绕，东南方向是海，北京白天多是偏南风，容易造成污染物堆积。

另一方面，大城市的城市布局对污染物扩散十分不利。城市里高楼林立，而且高度越建越高，密度越建越小，楼宇之间的阻挡和摩擦作用使风流经城区时明显减弱，静风现象增多，不利于大气中污染物的扩散稀释，容易在城区和近郊区周边积累。

不过，造成雾霾天气的根本原因还是燃煤、机动车、工业、扬尘等这些污染源的污染物排放量大，超过环境承载能力。我国高度依赖煤炭的能源结构必然加重供暖季节的空气污染，各城市快速增加的机动车总量使得尾气污染愈演愈烈，不合理的产业结构造成的工业污染挥之不去。

为什么雾霾会“蔓延”到三亚、珠海等以前一直空气清新的地方？一方面是因为特定的气候条件所致，更深层的原因是当地生产生活仍然处于粗放发展的模式，排放的污染总量也在快速增加。以旅游立市的三亚，工业污染虽然不多，但是近年来机动车保有量快速增长。家住三亚的小庞告诉记者，“三亚的天空虽然比北京的蓝，但是也没有我小时候那么蓝了。这些年来三亚的汽车也越来越多，很多人也来自驾游旅行，汽车排放的污染也越来越大了。”

更何况，从全局来看，当前大气污染越来越呈现区域性、流动性的特点，很难有个别的城市能独善其身。因此，找回蓝天不能靠个别城市的单打独斗，必须要全国一盘棋，联防联控。

雾霾治理在“提速”

12月14日，中国工程院院士钟南山表示，“$PM_{2.5}$不仅会导致肺癌，对人的伤害是心肺的整体损害。”又一次加剧了人们对雾霾的担忧。雾霾对健康的损害到底有多大，我们是不是到了要谈“霾”色变的程度？

中国社会科学院、中国气象局联合发布《气候变化绿皮书：应对气候变化报告》曾指出，雾霾天气会提高死亡率、使慢性病加剧、使呼吸系统及心脏系统疾病恶化，改变免疫结构等。一时之间也引发了社会的高度关注。对此，中国工程院院士、北京大学第一医院主任医师郭应禄表示，目前来看，雾霾对人类健康最直接的危害主要还是增加呼吸系统疾病的发病率。

雾霾虽然有害，但是并非无解。我国今年出台了有史以来措施最为密集和严厉的《大气污染防治行动计划》，开启了新一轮防治大气污染的攻坚战。这份行动计划明确提出，经过五年努力，使全国空气质量总体改善，重污染天气较大幅度减少；京津冀、长三角、珠三角等区域空气质量明显好转。力争再用五年或更长时间，逐步消除重污染天气，全国空气质量明显改善。

国家防治大气污染的速度明显加快，要求不断提高，力度不断加大。从$PM_{2.5}$的治理目标来看，去年年底发布的《重点区域大气污染防治“十二五”规划》提出，到2015年京津冀、长三角、珠三角区域$PM_{2.5}$浓度要比2010年下降6%；而此次发布的《计划》则将目标大幅提高，提出到2017年京津冀、长三角、珠三角等区域$PM_{2.5}$浓度分别下降25%、20%、15%左右。

从上述措施，可以看到我国大气污染管理模式由总量控制向质量改善、由单一污染物控制向多污染物协同控制、由单一污染源控制向多种污染源综合防控、由属地管理向区域联防联控的战略性转变。

驱散雾霾，必须从源头抓起。为此，《行动计划》确定了加大综合治理力度、调整优化产业结构、加快企业技术改造、加快调整能源结构、严格投资项目节能环保准入等十项具体措施，多管齐下。同时，北京、河北、天津等地都纷纷出台各自的大气污染防治行动计划，提出了各自的治理路线图。深受雾霾困扰的北京，在《北京市2013—2017年清洁空气行动计划》中提出了更为细致严格的要求，力争在4年时间里走完发达国家几十年的治理历程。京津冀中治理任务最重的河北，也已经拉开了压缩过剩产能这场“硬仗”的序幕，5年内将压缩6000万吨钢铁产能，庄严承诺“三年有所好转、五年明显改善”，力争尽早甩掉污染大省的帽子。

为保证大气污染防治政策“落地”，环保部与北京、天津、河北、山西、内蒙古、山东等六个省区市政府签订大气污染防治目标责任书。同时，中央财政还安排了50亿元资金，用于京、津、冀、内蒙古、晋、鲁6个省区市的大气污染防治。

为保证治理目标的按时完成，《大气污染防治行动计划》已经把环境质量改善作为经济社会发展的约束性指标纳入考核体系。目前，浙江、北京等地也已经将治理大气污染的各项任务完成情况与政绩考核直接挂钩。

当然，我们也要注意到，大气污染问题是长期积累而成的，找回蓝天也要做好打持久战、攻坚战的思想准备。上世纪，美国、英国都经历过与我国类似的大气污染现象，为重现蓝天，西方国家用了数十年，如今仍在持续努力中。“由于30多年来经济的高速发展，发达国家上百年工业化过程中分阶段出现的大气污染问题，目前在我国集中出现，而且呈现结构型、复合型特点，往往旧的环境问题还没得到解决，新的环境问题又接踵而至。”中国环境科学院副院长柴发合表示，治理大气污染是一项复杂的系统工程，需要付出坚持不懈的努力。

美丽中国需要美丽你我。治理雾霾不仅需要政府和企业的努力，还需要广泛动员社会参与。要倡导文明、节约、绿色的消费方式和生活习惯，引导公众从自身做起、从点滴做起、从身边的小事做起，在全社会树立起“同呼吸、共奋斗”的行为准则，共同改善空气质量。

当前，治理空气污染国家在提速，各地在落实，全社会在行动，我们相信清新空气、放心呼吸的“美丽中国”不会遥远。

齐心协力驱散雾霾

来洁

消费变革与商业模式创新系列谈 ②

零售商业模式创新

□ 王 强

互联网革命以来，全球零售商业发生巨变，零售商必须认真思考商业模式的本质，创新零售商业模式才可能实现持续发展。

什么是商业模式？对“商业模式”，学术界并没有形成统一定义，但一般而言，商业模式是一个由相互依存的结构、活动和流程所组成的能被明确界定的系统，本质上是公司追求价值创造和价值获取的独特逻辑。一个公司的商业模式应明确公司怎样通过产品开发和灵活定价等有关活动为客户创造价值，也应确定价值获取（为其自身及合作伙伴）的方式和逻辑。比如，通过改进公司治理结构来减少机会成本、优化库存管理改进效率、提高客户转换成本，或者降低各利益相关者对公司施加的杠杆作用等，进而更清晰地界定其竞争优势的来源与实现路径。

商业模式不同于公司战略只是指出特定目标和方向，而是详细描述促使机构实现该目标的机制，重点是在如何创造和获取价值以取得独特的竞争优势的组织逻辑上。通常新战略要采用一个新商业模式，但商业模式的转变却可以在既有的战略框架中进行，也就是商业模式可能会比公司战略转变得更频繁。

零售商业模式的本质是什么？要理解零售商业模式的本质，需要首先明白零售商业的两个基本特质：以销售别人生产的产品为主，会与大量的终端顾客直接交易。其商业模式很难仅靠产品种类来获得持续优势，应转而重点考虑如何销售。同时，客户界面的重要性极为突出，好的商业模式应阐明零售商将如何优化其与终端客户的互动以加强与客户的关系，最终表现为专注于提高客户体验。今天的零售商不仅是“中介”，而且是双面平台，起到了价值被创造和传递给客户、随后即被零售商及其合作伙伴获取的生态系统的作用。

这些功能和模式的实现本质上依赖于下面三个核心要素：

零售形式。是为满足客户体验需要，选定零售活动并排序组合成具有内在逻辑的结构形式。在过去十年零售形式创新中，客户界面是热点，其关注零售商与客户交流的结构方式，界面决策不仅要求商店的常规业态决策，还要求选择界面结构本身内部的优化。同时，由于同一客户可以接触到多种不同渠道，界面设计和渠道协调决策演变为零售商运用多渠道形式来协调在线和离线渠道，包括跨渠道价格协调和通过双特许经营协调等创新。一个好的商业模式应详细说明商业活动如何与整体的零售形式连接，以提供卓越的客户体验。

零售活动。零售商一般通过采购、存货、展示、销售和服务等活动满足客户体验，但在模式创新层面，是如何解决零售商将活动设计在特定的零售形式内以提高客户参与水平、增强客户品牌认同、提升顾客满意和改进客户体验等问题。在运营管理的前台，包括店面的设计和环境、品牌、产品组合、定价、沟通等；在后台，包括采用新技术、供应链优化等多方面。

零售控制。主要是零售商的管理制度和激励机制。在创造和传递客户体验的过程中，客户和供应商甚至整个供应链的合作伙伴都参与进来，需要巧妙的机制设计以应对诸如客户是联合生产者、定制服务中客户参与共同制造和供应商修改供应链增强客户体验等问题。其中一个关键方面是激励结构的设计优化，以切实起到激励和组织参与者成功地履行其职责的作用，包括零售商和制造商、各利益相关者激励和决策权是如何分配以更好地提高效益，以及公司内部销售人员和管理者激励机制和利益分配如何实现员工满意进而真正落实顾客满意。

一个零售商业模式由一个或多个业态组成。例如多渠道零售商可能需要一个以上的业态形式，但所有这些都必须集成在一个有凝聚力的商业模式里。一个集成系统以及三要素共同创造的协同效应，是零售商业模式的基本特征。

零售商业模式创新的方向。零售商业模式创新是零售业商业模式中的一个或多个要素（即零售形式、活动和管理）及其内在依存关系中发生的变化，并最终变革了零售商价值创造和获取逻辑体系的过程。

这一创新，在动机上，是试图对公司价值创造和获取的逻辑进行重大调整；在客观上，是全系统的变化，哪怕只源于商业模式的一个要素，它都将触发系统其他部分的变化；在时间上，是尚未在实践中实施的开展业务的全新方法。

零售商业模式创新一般可以从六个方向展开：提供精细的运营模式、改进运营效率角度；实现有效运营、做正确的事角度；创新回头客机制、达成客户锁定角度；让顾客更方便、更简单、提高客户效率角度；创造有效顾客、找到真正满足需求的产品角度；提升客户参与、创新客户体验角度等。

当然，在进行商业模式创新的过程中会遇到一定阻力，如改变认知障碍、资源禀赋黏性、路径依赖、先前投资约束等问题。克服这些阻力需要公司坚持以客户为中心的定位、改善客户体验的持续努力、强调创新文化、提高技术进步的敏感性等，这些也是公司商业模式创新的动力源泉。

从实践经验看，公司开展商业模式创新需要做到三个方面：一是理解消费思潮的变革和掌握新的消费趋势，如绿色、环保、可持续性、有机食品、网络社区等新潮流；二是对新、旧技术要敏感，随时掌握先进技术剔除过时技术，敢于跳出固有思维模式，创造全新的销售形式和跨界创新；三是强调创新的组织文化，保持组织的灵活性，克服僵化和路径依赖，并在模式创新的过程中理解三大要素的相互依存关系并做好协调优化，创新才会真正实现。

（作者为经济学博士，中国人民大学商学院副教授、流通研究中心副主任）

新野视

本版编辑 钟云华 殷立春