

# “市场化选聘”步子可再大些

马志刚

既然市场是配置资源的最有效方式，那么只有用市场的办法、按企业的要求选出来“经理人”，才能更谙熟市场经济的“玩法”，让国有企业的优势和活力充分迸发

纵论 Comments

国资委有关负责人日前表示，今年央企将试点董事会直选总经理。消息一经传出，立即引起广泛关注。加快国企高管“市场化选聘”步伐，对于推动国有企业健全现代企业制度、实现真正意义的政企分开、培育适应社会主义市场经济的市场主体，都具有非凡的意义。

近些年来，国有企业的管理体制与经营机制发生了深刻变化，投资、管理、经营等在相当程度上都在按市场的规则运作，但在用人尤其是高管人员方面，市场化的步子还太小。

国企高管人员特别是总经理的选配、调动，采取的办法多是行政任命，而非“市场化选聘”，总经理往往首先是“干部”，其次才是“经理”。

自2003年始，部分央企开始面向全球“选才”，之后数量逐年递增，迈出了“市场化”选人用人的可喜一步。但从总体上看，选聘的面还比较窄，数量也有限，更重要的是，决定“选才”结果的“婆婆”，主要是政府主管部门而不是董事会，与真正意义上的“市场化选聘”仍有相当大距离。

人是生产力中最活跃的因素，企业家是“经济增长王国中的国王”。国有企业能否提高竞争力，更好地发挥推进国家现代化、保障人民共同利益的作用，很大程度上取决于能否选出一批具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和社会责任感的企业家，拥有一支高水平的企业经营管理人员队伍。既然市场是配置资源的最有效方式，那么只有用市场的办法、按企业的要求选出来“经理人”，才能更谙熟市场经济的“玩法”，让国有企业的优势和活力充分迸发。事实上，现在不少国有企业所处

的行业都属于竞争性领域，合理增加市场化选聘比例不存在大的问题，而且这本身也与新一轮国企改革更加强调“管资本”相吻合。当然，合理增加市场化选聘比例，探索性很强。对于竞争性行业，尽可能地让市场在人力资源配置中起决定性作用，比较好办；但对于一些公益性或者关系国计民生的特殊行业，“市场化选聘”就不是简单“做加法”的问题了。不仅如此，形成市场化的选人用人机制，还需充分考虑如何建立反映劳动力供求和企业效益的工资决定机制，如何健全协调运转、有效制衡的公司法人治理结构等诸多问题。很明显，只有把相关环节都打通了，“市场化选聘”才能真正实现“蹄疾而步稳”，适合我国国情的职业经理人制度才能真正落地生根，企业家也才能在社会主义市场经济建设中发挥更大作用。

# “免费打车”里的隐形风险

徐达

打车“不花钱”，在减轻乘客打车负担、增加司机收入的同时，也带来一些风险，短期表现在支付安全、交通安全等方面，长期则是对竞争方的运营及盈利带来不利影响

日前，支付宝钱包和快的打车联合宣布，再投5亿元“请全国人民免费打车”，40个城市的乘客只要用“快的打车”手机软件内置支付宝付款，或用支付宝钱包扫描出租车司机的二维码付款，乘客每单奖励10元，司机每单奖励15元。此前，嘀嘀打车也推出微信支付奖励，用嘀嘀叫车并用微信支付的乘客和司机各会得到一定的奖励。这意味着，部分城市的乘客打车如在起步里程内，基本不花钱。

打车“不花钱”，对于乘客及出租车司机都有相当大的诱惑。然而，不容忽视的是，这些优惠政策在减轻乘客打车负担、增加司机收入的同时，也带来风险。

从短期来看，在支付安全、交通安全等方面都存在一定风险。首先，用微信或支付宝支付车费，往往要求乘客填写银行卡号、密码、手机号甚至打车地点等个人隐私信息，一旦信息泄露，乘客的财产乃至人身安全都有可能受到威胁。其次，不少出租车上装有多款叫车软件，为快速“抢单”，司机要不时看手机屏幕进行相关操作，甚至与约车乘客联系，分散了正常开车的精力，造成安全隐患。此外，打车软件还为“黑车”提供了生存土壤，存在一些正规出租车在乘客不知情时，将叫车“单子”转给“黑车”等现象。

从长远来看，打车软件竞相推出返现优惠，其长期运营及盈利也存在较大风险。事实上，“叫车+交易”这一“闭环式”的营销合作，使各大打车软件进入短兵相接的激战之中。大力度的“烧钱”，不能不考虑到未来的盈利风险。虽然对相关公司而言，市场推广期要舍得花钱，只有付出足够的成本才能赢得更多的市场，但是等市场培育起来再考虑盈利等问题，显然容易造成资金透支、发展缺乏后劲等问题。国外打车软件通常采取软件公司和司机分成的模式，但国内能否套用这一模式，还需要尝试。

所以，广大乘客和司机要想吃好吃好打车软件提供的“免费午餐”，需要从强化支付、交通安全、警惕“黑车”等多方面入手，确保安全驾乘。

# 做大“钱包”安全是前提

杨开新

每天清早即可查询的余额宝收益，却在12日意外“迟到”，不少用户惊讶地发现当时页面显示“暂无收益”。支付宝方面随后承认，因系统升级，导致余额宝收益发放时间比往日延迟。

虽然余额宝的收益没过多久就陆续到账，但此事还是让不少用户虚惊一场。自上线以来，余额宝、理财通等互联网理财产品广受市场追捧，但把真金白银投入虚拟空间里，也得防范相关风险。对于许多用户而言，即便预期收益率再高，如果资金安全得不到切实的保障，也很难放心投资。哪怕只是出现点风吹草动，也难免让人心里没底、有些后怕。

根据最新数据，余额宝的用

户数已超过6000万。有多大的锅，才摊多大的饼。企业在乘势快速发展的同时，也要增强自己的管理和维护能力，不能为了追求用户数量而降低服务水平。这不仅不是企业的应尽责任，也是其立足市场的根本。

当然，监管部门也不能“事不关己，高高挂起”。如果用户利益受到或可能受到损害，容易产生并传播恐慌情绪，甚至影响到社会正常秩序，这绝非危言耸听。相关部门要在鼓励市场主体积极性的同时，对互联网理财产品安全加强监管，遇到突发情况时应及时介入，督促企业善尽社会责任，切实维护广大用户的权益。

# 不妨过个无焰火的元宵节

李建波

宁夏回族自治区文化部门日前表示，为厉行节约、减少雾霾天气，该自治区5个地级市及各市区已经决定取消今年元宵节焰火晚会。

看花灯、猜灯谜等，是长期以来人们过元宵节的习俗。但不知从何时起，元宵节却成为燃放焰火的狂欢日。许多企事业单位此时都要购置不同规格、品种的烟花，特别是一些地方政府组织的大型焰火晚会更是规模盛大。为了所谓“视觉冲击”搞掉了纳税人的大量资金，不仅导致空气污染和噪音污染，还往往实行交通管制，给人们出行带来了不便。

宁夏取消元宵节焰火晚会，不

仅有利于减轻环境污染，更可以减轻政府财政负担。如果把放焰火的钱用于改善民生等，会让更多的群众从中受益，有助于树立勤俭节约办实事的好作风。

有人担心，不燃放焰火就难以营造出热闹场面。而事实上，宁夏一些地方在取消元宵节焰火晚会的同时，还增加了社火表演、花灯展及非遗展，并突出弘扬优秀传统文化。这些都可以让市民们兴高采烈地参与其中，活跃节日文化，有利于非物质文化遗产的传承和民俗文化的繁荣，让群众在节俭中感受浓浓的节日氛围，增强对城市的认同感和归属感。

# 有此一“劫”



2月14日，西方情人节。据报道，这几天，大连市场上的普通玫瑰卖到了15元一枝，更好的要20元一枝。近年来，情人节这个关于爱情与浪漫的节日，在我国已为越来越多的人特别是年轻人所接受。每年情人节到来前，玫瑰花价格都有一定幅度的上涨。其实，玫瑰花仅仅是这个节日一个代表性的礼物而已。作为传递爱意和承诺的载体，礼物是否昂贵，并不那么重要。如果两个人的感情好，可以每天都是情人节，没必要在这个时候当“冤大头”。 (时锋)

# 从资本动向看电商变局

陈静

百度收购糯米，苏宁收购满座，京东IPO，南京商圈网收购麦考林，阿里巴巴收购高德地图，凡客获得第七轮融资……春节长假前后，电商资本界风起云涌，诸多知名企业先后改换门庭，单笔动辄过亿元的大买卖看得人眼花缭乱。

没有什么比真金白银的投入，更能作为行业和企业未来的发展动向的“风向标”和“指南针”。这些吸引眼球的举动折射出我国电商行业的种种变局。

变局之一，行业集中度迅速提高，整体成长趋稳。我国网络购物市场交易规模在2010年到2012年间保持着平均70%以上的超高速增长，但在2013年，这一增速已回落至42%。随着网民网购习惯的养成和网络购物环境的逐渐成熟，网络购物市场也开始进入“深耕期”，这也正是京东选择此时上市、凡客力一搏的重要原因所在。一旦错过了目前的高速增长，那么对投资者所讲的“中国故事”吸引力显然会大打折扣，从而直接影响到其估值。从另一方面来说，随着BAT（百度、阿里、腾讯）三巨头在电商和移动电

商的布局更为深入，垂直电商的流量劣势将更为明显地体现出来，而与巨头“短兵相接”则意味着更多市场推广费用投入，这也使它们必须用尽浑身解数，以获得更多的资金支持。

变局之二，线下企业对线上业务的切入更为坚决，同时产业链条不断拉长。无论是苏宁收购满座，还是有南京零售业背景的商圈网收购麦考林，都意味着线下企业已不仅仅将自己对网络购物的“胃口”局限于将线下业务搬到线上。随着移动互联网的发展，和O2O（从线上到线下）应用场景的不断丰富，线下零售企业在与线上电商巨头的抗衡中逐渐体现出独特的优势，其业务线也在不断丰富，在售卖产品之外，包括团购、优惠券、整合营销、第三方电子商务配套等增值服务都开始被纳入麾下。为了迅速填补技术、经验和人才储备不足的“短板”，线下企业的直接收购也在情理之中。

变局之三，巨头们业务整合力度将进一步加强，围绕移动互联网电商应

用，它们的竞争力度再次升级。如果说2013年BAT三巨头还在各自“招兵买马”，步步为营地建设着自己移动互联网的“入口”，那么从2014年开始，火药味则特别浓烈，通过微信红包，腾讯大胆挑战阿里巴巴的核心业务移动支付，而阿里巴巴则通过收购高德地图直指百度作为自己移动互联网战略核心的位置服务……随着巨头们的移动电商生态系统逐渐通过收购与投资形成闭环，和中小开发者通过开放平台加入流量分享，这将直接催生更多创新移动电商应用场景，从打车、团购、餐饮到线下购物，O2O显然将迎来跨越式发展的一年。

各有各的主意，各打各的算盘。伴随着一系列“名花有主”和“尘埃落定”，我国电商未来的面貌也逐渐“眉目清晰”。但无论市场上的主角怎样你方唱罢我登场，其核心依然在于谁能提供更好的竞争力、体验更好、安全更有保障的创新产品，从而最终改变消费者的生活方式和消费渠道。也就是说，谁把用户真正“握在手中”，谁才能赢得电商的未来。



# 为民办事当“又好又快”

因派出所将姓名中“湛”错录成“湛”，海南23岁的黄丽湛长时间没有身份证，找工作常被拒。3年半前她就申请更正，派出所同意后却杳无音讯，民警称耗时3年半是因人手不够和资料不全。最近在媒体的督促下，当地派出所为黄丽湛办理了更正的网上系统录入，并受理了她办理二代身份证的申请。

【微评】基层派出所是政府形象的窗口，更是群众的大管家，服务着百姓生活的方方面面。尽管派出所方面有“任务量大”、“操作失误”等理由，但3年半的时间都没能将错误更正过来，那就不止是“失误”这么简单了。为群众服务、践行群众路线，不是口号，需要基层工作人员转变思想、整顿慵懒作风、设立问责机制、简化办理流程，又好又快地为民办实事。

# 社交平台商机广阔

近日，两名“90后”的创业故事受到关注。他们半年前开了一家小水果店，没有店铺，只有一个小仓库。他们一人在微博上发布信息，另一人通过微信收集订单，并负责采购和送货。这种接地气的销售模式，让水果店月销售额高达8万元。

【微评】如今，用微信买菜、用微博订蛋糕等，已成为都市人广为接受的生活方式。微博、微信等社交平台渗透电子商务，降低了中间环节成本，也满足了消费者个性化的需求。但这种新型的购物模式还需要进一步完善，解决好售后服务、支付安全等问题。相信随着移动互联网的快速发展，社交平台与电子商务的合力将会释放出更大的能量。

# 靠劳动赚钱应该“点赞”

日前，不常下雪的成都龙泉山上飘起雪花，村民抓住商机堆雪人卖给游客，20元至30元一个还供不应求，有人半天就卖出近50个净赚上千元。对于卖雪人的生意，有人点赞，有人表示反感。

【微评】村民抓住当地不常下雪、人们对雪人自然非常稀罕的商机，在寒冷的室外制作雪人卖出，不但没有不妥，还能够满足一些游客的好奇和需求。雪摆在每个人面前，20元至30元的报酬是对村民辛苦劳动的回馈。这种用劳动换来的报酬，自然拿得理直气壮！

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjigc@163.com。

本版编辑 张伟 马洪超

行业 Industry

电商资本界种种吸引眼球的举动，折射出行业的种种变局。但无论市场上的主角怎样变换，核心依然在于谁能提供出更有竞争力、体验更好、安全更有保障的创新产品，从而把用户真正“握在手中”