

# “双11”这根橡皮筋是否绷得太紧

陈静

纵论 Comments

“双11”线上促销不但体现出促进消费、扩大内需的巨大能量，也为未来网络购物从量到质的提升奠定了基础，这根橡皮筋的一头颇有余力；同时，超过50%的年销量增长率，和居高不下的退货率，又使橡皮筋那一头的快递业等支撑环节倍感压力

刚刚过去的“双11”，“买、买、买”当仁不让地占据了热门话题榜的第一位。消费者的消费热情最终成就了阿里巴巴571亿元、京东1400万单、国美在线580%的交易额增长，“双11”已经名符其实地成为全球最大规模商业促销活动。

不可思议的数字背后，是互联网经济的强大活力。借由这一新业态，流通环节显著减少，消费者个性化、碎片化的需求得以满足，柔性化生产、反向定制倒逼制造业进入“后工业化时代”。通过对传统产业的改造，网购在促进经济结构的调整和优化，形成经济增长新动力上的作用已经借由“双11”充分地体现了出来。

不过，面对这场近乎全社会的“狂欢”，质疑之声也不绝于耳。不少人认为，过于集中的网络促销活动，容易引发消费者非理性的冲动消费，同时透支消费者的消费需求，也给网络购物生态

链各环节带来了难以消化的压力。去年“双11”过后，部分品类的退换货率超过30%；各个品类的网商也反映，销售疲软至少要持续到11月底。一句话概括质疑者的声音就是：“双11”这根橡皮筋，现在似乎绷得太紧了。

从消费者的角度来看，诸多电商平台和网络卖家几乎众口一词，今年“双11”不同程度上出现了贵价商品走俏、客单价提升的现象，从单纯追求低价到开始追求商品品质，消费者端的变化正显示出我国消费市场的深厚潜力，只要有与消费需求相适应的商品提供，消费者就有能力掏出钱包。

从商家的角度来看，今年传统品牌和海外商家的参与，让不少“新面孔”第一次出现在“双11”的舞台上。在创造巨额销量之外，它们更看重的是，线上促销活动能降低消费门槛，吸引潜在消费者尝试新商品，成为品牌拓展的有效

途径。与此同时，通过大规模促销积累下来的海量数据，也让商家们对消费者的偏好更有把握，从而指导来年的商品设计、备货和营销策略。

而对于电商平台来讲，通过今年的“双11”的诸多新玩法，无论是在移动端的创新还是包括线下试穿、线下餐饮等大力优惠，其目的则在于借机培养消费者新的消费习惯，为未来推广新商业模式创造条件。

从以上三个角度来看，“双11”这样的线上促销，不但体现出促进消费、扩大内需的巨大能量，也为未来网络购物从量到质的提升奠定了基础，这根橡皮筋的一头颇有余力。

但在“硬币”的另一面，今年“双11”开始的头一个小时，不止一家银行的网上支付频频“卡壳”，天猫和淘宝在24小时内创造出的2.79亿个包裹也让包括马云在内的一众高管反复表现出忧虑，认为很

有可能已经超过了快递公司的最大运力。事实上，为了应对每年仅有3至5天的超高洪峰，快递公司在这几年反复加码包括仓库、车辆等硬件；为了消化去年备战“双11”时扩充的运力，今年上半年快递行业“价格战”频发，甚至造成了中小快递公司大量倒闭。“双11”年年超过50%的销量增长，和居高不下的退货率，已让作为快递业等支撑环节的橡皮筋的那一头倍感压力。

消费者“痛并快乐着”，商家与平台视之为良机，支撑环节却面对着巨大的工作量压力，三者对“双11”有着不同的看法。虽说网上促销本身并没有错，但电商平台们明年却需要认真考虑是否还要将如此大规模高密度的促销集中在24小时之内，不同应用场景、不同品类的商品能否“错峰促销”？在促销方式上除了“全场五折”外还能否采取细分消费者，更有针对性的方式，从而降低消费者盲目消费的冲动？这样，一方面支撑环节能有个喘息之机，另一方面也能更好地保障消费者的消费体验，让他们少把一腔热情变成满腹牢骚。

毕竟，对于广大消费者来说，当网购已经成为一种生活习惯，在“剁手一时爽”之外，更希望的是看到整个行业能够持续健康发展，从一年一度“双11”，到“随心所欲网上买，天天都是‘双11’”。

## 践行群众路线

# 办文办会更要办事

杨开新

办公文和召开会议，是党政机关上传下达、开展工作的重要方式。然而，在一些地方和单位，大事小情都要整理个“一二三四”，文山累倒了不少“笔杆子”；“高度重视”某项工作似乎只能密集开会，会海里泡出了许多“老会虫”……值得高兴的是，在此次群众路线教育实践活动中，这一不正之风得到了有力遏止。据统计，相比活动开展前，全国压缩会议58.6万多个，下降24.6%；压缩文件190.8万多个，下降26.7%。

我们党历来提倡真抓实干，反对文山会海。习近平总书记近日专门对全国党委秘书长会议作出重要批示，指出如果不沉下心来抓落实，再好的目标，再好的蓝图，也只是镜中花、水中月。由此可见，文也好，会也罢，若不能落到实处，办好实事，再多也是空对空。

应该看到，办文、办会本身只是形式而非目的，相关工作都要聚焦于办事。要大兴求真务实之风，不仅要落实好领导交办的事项，还要眼光向下创造性开展工作，经常了解社情民意、民生疾苦和现实难点，并提出恰如其分的解决办法。相关配套举措也要跟上，不能用会议落实会议，用文件落实文件，而要加强督导和科学考核，做到一级抓一级、一级带一级，用为民务实的做法拆掉文山、填平会海。



徐愈  
中央网信办信息化发展局局长

## 进一步规范网络市场秩序

近几年“双11”的火爆，充分反映了互联网经济的强大活力及其促进消费、扩大内需的巨大能量。然而此类大规模的网络促销活动仍然存在着问题：人们对虚假促销、价格欺骗的担忧还没有根本解除，对网上商品的总体质量仍然心存疑虑；过度集中的网络促销活动也容易引发非理性的冲动消费，带来交易后续的退换货纠纷等问题。未来将加强电子商务创新政策和发展规划的研究，协调相关部门加强电子商务信息基础设施和物流体系的建设，加强市场监管，进一步规范网络市场秩序。

董扬  
中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长

## 新能源汽车补贴可差异化

北京、上海等城市的限牌政策，让汽车牌照价格飙升，甚至有钱也买不到牌照。按照相关要求，列入推广目录的纯电动汽车和插电混动汽车均可享受上牌的优惠政策，这吸引了不少人购买插电混动汽车。有不少人认为，这种政策让同样能使用汽油的插电混动汽车钻了政策的空子，对发展纯电动汽车特别不利。看来，地方政府可以根据自身情况，对不同类型新能源汽车实行差别化补贴政策，避免出现插电混动汽车完全代替纯电动汽车的情况。

王欧  
中国证监会创新业务监管部副主任

## 推动债券增信机制发展

债券增信可为债券投资者提供多重保障，能使信用等级较低的企业以更低的成本通过债券市场融资，即使发生违约也可通过追查相关的增信主体来获得补偿，从而有效分散市场风险，提高债券市场的融资效率。在当前社会信用体系尚不完善的背景下，市场化的债券增信机制已经成为中国债券市场发展不可或缺的基础制度安排。未来进一步推动债券市场增信业务、增信机制、增信产品的发展，需要从增信主体运作的规范性和透明度、增信方式的业务创新性等方面出发。

毕德利  
辽宁社会科学院低碳发展研究所所长

## 防霾口罩应有技术规范

我国2006年发布的《呼吸防护用品、自吸过滤式防颗粒物呼吸器》国家标准，基本是为劳动防护用品制定的，在检测、应用等方面与防霾要求并不契合。例如，这一标准把产品器件检测的温度设定为25℃(±5)，与雾霾天气多发的北方地区冬季气温差距较大。应从国家层面制定各种体质人群所戴防霾口罩和面罩的安全标准、技术要求和监测方法，这样可以规范企业生产优质产品，驱逐市场上的伪劣产品，防止不法之徒钻空子。

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

本版编辑 张伟 马洪超

# “湖后水库”的故事不应就此终结

化 成

近日，福建漳州龙海市程溪镇的湖后水库因景色宜人受到网友推崇。网民拍摄的照片在网上流传，当地被称为“闽南千岛湖”并声名鹊起。但问题也随之而来：由于湖后水库是饮用水源区，随着前来的游客越来越多，当地镇政府考虑到环境保护、污染等因素，不得不设卡劝退前来游玩的车辆，这又影响到当地刚刚兴起的农家乐生意。村民觉得政府影响了他们的收入，意见颇大。

一方面，吸引游客前来游玩能增加农民收入；另一方面，饮用水源又必须保护，否则就属失职。对当地政府来说，是发展旅游还是保护水源，似乎真成了一道现实难题。

但这道难题也并非无解。首先，当地优美的自然环境受到游客喜爱，印证了人们常说的“绿水青山就是金山银山”并非空话。在人们愈发重视生态环保重要性，更加习惯回归自然开展休闲旅游的情况下，那些致力于保护自然环境的地方，将从他们保护环境的行为

中受益。拥有良好的环境，就是当地居民增收致富的途径。其次，良好的生态环境保护起来不容易，破坏起来却往往轻而易举，这在实践中已被大量反面案例所印证。特别是湖后水库还是重要的水源保护地，不能进行粗放式地旅游开发。部分村民“靠山吃山”的传统思维至少需要升级，政府对快速增长的游客数量及农家乐进行干预是正当的。再次，政府干预虽然是必要的，但管理的方式也不应仅限于“叫停”本身。在综合考虑游客观赏需要、村民增收需求、生态保护要求等条件下，政府部门应该通过引进相关专业部门进行环境评估、科学规划等，对当地旅游资源可以开发的形式、强度等进行评估，寻求到环保与经济发展的平衡点。

因此，发生在“湖后水库”的故事不应就此终结。期待当地政府能够因地制宜、善始善终，帮助当地村民寻找到一条兼顾旅游发展和生态保护的双赢之路，为故事续写一个完美的结局。



高海春作(新华社发)

亚太经合组织(APEC)第二十二次领导人非正式会议11日在北京落下帷幕。“APEC蓝”，请别走”，很多网友对近期北京等地的蓝天感到欣喜，特别希望这样的蓝天能够永驻。“APEC蓝”的背后，是华北多地采取的一系列保障蓝天的严格措施。这有力地证明，治霾并非总要靠运气“等风来”，人为减排控制措施是行之有效的，人为干预能够治污减霾。如何借鉴本次治理经验，在重污染极端情况下以及常态化治霾减排工作中，推动建立跨区域联动长效机制，进而形成制度保障，显得尤为迫切。(时 锋)

# 谨防“最低消费”换马甲

井水明

11月1日起，商务部和国家发改委联合发布的《餐饮业经营管理办法(试行)》开始施行。该《办法》规定，禁止餐饮经营者设置最低消费。有媒体调查发现，虽然餐饮商家大多取消了最低消费，但个别商家却又通过收取包厢服务费、包厢有最低人数要求等花样，继续变相乱收费。

“最低消费”横行多年，现在终于退出市场，本应值得高兴。不过，一些商家并不甘心就此失去谋取不当利益的机会，开动脑筋玩出让人啼笑皆非的花样——你禁“最低消费”，我就来

“最低人数”；你禁“开瓶费”，我就收“茶位费”；你禁“包厢费”，我就收“服务费”……尽管《办法》明确赋予消费者可依法维权，但是由于诉讼的过程太过繁琐，消费者有心维权却无力承担过大的维权成本，只好作罢。

因此，对于某些“上有政策、下有对策”的商家，监管部门应擦亮眼睛，明辨商家“换马甲”的把戏，特别对商家巧立名目“变招”侵犯消费者利益的举动，应当给予严厉的处罚，提高商家的违规成本，从而维护消费者权益，创造公平的市场秩序和环境。

# 守住污水治理最后一道防线

张 涛

观察 On Watch

当前，一些地方的污水处理能力不足，甚至有部分污水处理厂超标排放成为“污染源”。要走出治污成“致污”的怪圈，一方面要提高国家污水处理排放标准；另一方面，要在强化政府责任的基础上，完善污水处理的市场化融资，吸纳更多的社会资本参与环保

据媒体报道，一些城市的污水处理能力不足，普遍处于“超负荷”运转状态，部分生活污水只能直排湖河。加上污水处理排放标准偏低，使部分污水处理厂超标排放成为“污染源”。

早在2009年，环保部监测的1587家国控城镇污水处理厂中，就有47%的污水处理厂全年部分或全部测次超标。污水处理厂本应对污水进行集中处理、治理的环保阵地，但排水水质的一些指标不合格，使得部分污水处理厂沦为“污染源”，严重影响城市环境和居民生产生活，也暴露出背后的双重缺失。

一是严格标准的缺失。现行《城镇污水处理厂污染物排放标准》还是10多年前制定的，其最高水准的一级A排放标准也仅仅相当于《地表水环境质量标准》中地表水劣5类，属于不可直接利用甚至接触的污水。尽管现在的污水处

理工艺已经可以将出水水质提高到地表水4类甚至3类，但由于国家标准偏低，使许多污水处理厂安于现状，改造技术的积极性不高。大量污水经过处理厂“走”一圈，往往只是拦截了杂物，在排放城市水体后带来了“二次污染”。

二是政府责任的缺失。一家环保企业负责人有个形象的比喻，“污水处理厂就像是家中的厕所；自来水厂则像客厅，是要上台面的项目。”在这种“重供水、轻排污”的思维驱使下，一些地方政府不愿意加大对污水处理的投入。各地污水处理厂的建设速度普遍滞后于人口的膨胀速度，污水处理量扩能赶不上排放量攀升，一些污水处理厂刚投产就面临“吃不消”。同时，由于管网不配套、运行经费不足等因素，一些污水处理厂长期闲置“晒太阳”，往往只是上级检查时象征性地开工处理污水，实际处

理率与处理能力相差甚远。前不久媒体报道，湖北全省50座乡镇污水处理厂，仅8座正常运行，这8座中又有一半运转负荷率不到50%。

城市污水集中处理是城市水污染防治的最后一道防线，如果污水处理厂基本“不设防”，甚至成为新的污染源，公共环境和市民的健康权益又将何处安放？因此，亟待走出治污成“致污”的怪圈。一方面，提高国家污水处理排放标准，可以借鉴推广北京、浙江等地出台地方法规的做法，逐步将污水处理排放标准与地表水水质等级接轨。另一方面，在强化政府责任的基础上，完善污水处理的市场化融资，吸纳更多的社会资本参与环保。据悉，环保部正在起草《关于做好政府购买环境公共服务的指导意见》，城市生活污水有望被列入前期购买服务内容，值得期待。