

可以“全球买”更要“全球卖”

陈静

深度观察

“全球买”，凭借的是国内庞大的消费市场，瞄准的是国内消费者日益增长的个性化、碎片化的消费需求；“全球卖”，凭借的则是强大的制造能力，瞄准的是通过电子商务渠道，实现传统外贸企业的转型升级。只有两条腿走路，才能真正让传统产业借助先进的电子商务获得新的竞争力

近日，天猫国际与韩国、泰国两大免税店集团启动跨境电商新项目，消费者订购出境游机票后，可在网上下单购买免税店商品，回程时在机场免税店提货。从“海淘”开始的“全球买”，以年均40%的高增长率成为网络购物的一大亮点，并在创新之路上飞奔。

“全球买”只是打开了跨境电商的“下行”通道，跨境电商还有另一条腿，就是“上行”的“全球卖”。只有两条腿走路，才能真正让传统产业借助先进的电子商务获得新的竞争力。

“全球买”，凭借的是国内庞大的消费市场，瞄准的是国内消费者日益增长的个性化、碎片化的消费需求，在扩大内需、拉动消费上功不可没。“全球卖”，凭借的则是强大的制造能力，瞄准的是通过电子商务渠道，实现传统外贸企业的转型升级。

而且，与以往电商平台提供的信息

汇集与检索功能相比，“全球卖”是不同的。在传统贸易模式下，即使通过网上信息平台实现检索，与国内生产企业取得联系的依然是国外一级经销商，电商平台发挥的只是类似“中介”功能，并未改变之后的外贸模式。但新的跨境电商，则让国内企业有机会直接接触终端消费者或者国外的小型零售商，利润率因此明显提升，外贸生产企业也不再是“为他人作嫁衣裳”，而是有可能在国内外建立自己的品牌。

目前，“全球买”已相对成熟，“全球卖”则仍处于试水阶段，亟须从“下行”小伙伴身上吸取经验。

经验之一，必须搞好仓储物流支撑体系，破解本地发货时间长的“瓶颈”。就像“全球买”竞争力来自于保税区建仓带来的物流成本下降和速度提升一样，无论是针对国外消费者的B2C还是针对零售商的C2C，同样要

考虑到海外仓储与物流配送问题。对于外贸企业来说，既可以考虑利用电商平台的公共服务，也可以以产业集群为单位，在海外主要贸易国家自建仓库，本土批量发货、海外分拆零售。如果采取后一种措施，则要根据以往销售情况和销售预期，做好仓库选址工作，政府也要做好整体规划和顶层设计，在海外建仓时考虑产业集群的整体转型升级问题。

经验之二，寻求海关、检验检疫等部门的支持。“全球买”的保税模式，背后有包括快速通关、信息打通等一系列举措在支撑，“全球卖”同样需要信息化通关来提升效率。在这方面，技术门槛相对较低的方式是打通电商平台与海关等部门的信息系统，提供接口与外贸企业对接。当然，也可以通过跨境电商电子商务试点基地或者产业园的建设，打造公共服务平台，为外贸企业提

供“打包”服务。

经验之三，了解国外消费者消费习惯，重视售后服务，真正提供符合需求的产品。外贸生产企业过去以代工为主，从幕后走向台前的他们，恐怕很难注意到不同国家的消费禁忌。况且，由于购买周期长、中间不确定因素多，跨境电商难免存在一定的售后问题，遥远的距离又让退换货难度大大增加。为此，海外商家在提供“全球买”服务时，一般会购买国内电商平台的数据服务，由此判断当地消费者的喜好，为选品和营销提供决策支持，外贸企业不妨借鉴上述做法。当然，电商平台也应继续开拓创新服务，帮助外贸企业在海外真正本土化，融入当地消费环境。

“上下兼备”的跨境电商，有机会在消费和出口两方面拉动经济增长。但想要真正实现这样的愿景，还需要踏踏实实将业务链上的每一个环节做到位。

思辨

城市“里子”该补上了

李英锋

近日召开的国务院常务会议部署推进城市地下综合管廊建设，扩大公共产品供给提高新型城镇化质量。

下水道等地下基础设施被视为城市的“良心”或“里子”，其重要性不言而喻。然而现实中，国内很多城市的地下基础设施建设相对落后，与本地“高大上”的地上设施形成了鲜明对比。一些城市在雨后发生内涝，频现“海景”；有的城市地下管线和地上井盖的设计管理相当混乱；还有一些城市相继发生爆管、路面塌陷、管网相互渗透污染的现象……城市在地下设施建设中的欠账，是时候补上了。笔者以为，城市要铸造好“城市良心”，必须要算好建设的总账。

算好城市发展的“面子账”和“里子账”。城市的地下设施是地上设施的基础，只有建好了地下设施，才能支撑起地上设施，如果地下设施建设不力，必将拖地上设施发展的后腿，使发展失衡，成为“瘸腿”的发展。因而，城市不能只顾面子，不顾里子，必须里外兼顾，协同发展，里子和面子才能相辅相成，相得益彰。

算好发展的“眼前账”和“长远账”。建设城市只顾眼前的得失，不顾长远的得失，是一种短视的行为，必将伤及未来的发展。建设城市地下基础设施虽然花钱多，投资周期长，见效慢，但效力持久，长远效益巨大，社会综合效益巨大，城市一定要摆正“眼前账”和“长远账”的关系。

算好“政绩账”。建设城市面子是政绩，建设城市里子也是政绩，官员一定要端正政绩观，对建设城市里子给予足够重视，拿出“功成不必在我”的劲头，一张蓝图绘到底。同时，地下设施建设在官员的政绩考核中应占更大的权重，以对官员发挥引导作用。

算好“规划设计账”。按照国务院的要求，“各城市政府要综合考虑城市发展远景，按照先规划、后建设的原则”，放眼长远，积极借鉴国外的先进经验，拿出最科学合理、最切合实际的方案，并“预留和控制地下空间”，保持建设的前瞻性、时效性和生命力。

算好“投资账”。建设城市地下基础设施投资巨大，不能光靠政府，应该鼓励社会多元投入，积极借助金融支撑，还可通过地方债筹集资金。

来论

治旅游乱象仅有“黑名单”还不够

吕海峰

建立旅游企业“黑名单”、公众可随时上网举报不文明游客……2015年全国旅游市场监管工作会议指出，今年下半年，国家旅游局将推出一系列措施重拳整治旅游市场中存在的乱象。

近年来，国内一些地方旅游侵权事件时有发生，扰乱了旅游市场秩序。为此，建立旅游企业“黑名单”，促进旅游企业自觉规范自身行为，可谓是对症下药。但笔者认为，仅有“黑名单”还不够。

一方面，虽然各级旅游部门的官方网站都有“我要投诉举报”之类的栏目，但这些官网首页的主要栏目多是机构简介、信息发布、政务公开、办事大厅、法规标准、市场监管等栏目，鲜见

“黑名单”一栏。即便是旅游企业“黑名单”或游客不文明行为网上报送系统上线，也很可能难以“显山露水”，游客查询起来要费一番力气。

另一方面，建立旅游企业“黑名单”，也仅仅是一种道德评价平台，本身没有强制影响力。假如没有配套的行政措施，难以形成对其真正有效的管理。同时，许多政策在执行过程中还存在“落地难”的问题，旅游“黑名单”的落地也不能盲目乐观。

所以说，这次建立旅游企业“黑名单”对促进旅游业健康发展有积极作用，但对其作用不能盲目夸大。只有在此基础上，综合管理、补齐短板，旅游业才能进入规范运营的理想状态。

“捕青蛙被公诉”警示公民学法守法

刘建国

据报道，常州市民薛某在田间捕了100多只青蛙拿到菜市场售卖，被警方抓获。近日，薛某因涉嫌非法狩猎罪被提起公诉。

在很多人看来，青蛙并非珍稀动物，猎捕平时常见的青蛙并无不妥。而且，在日常生活中，一些人也常常猎捕青蛙食用，并没有因此而承担刑事责任。

其实，根据《中华人民共和国野生动物保护法》规定，“三有”野生动物应该受到保护。所谓的“三有”，也就是“有益的或者有重要经济、科学研究价值的陆生野生动物”。青蛙属于“三

有”保护名录中的野生动物。不过，普通人往往对于野生动物的保护范围、种类等认识不清，不知道猎杀“三有”野生动物的行为会被追究刑事责任。很多人正是因为不懂法、不知法，才误入歧途。从这个意义说，提高公众的法律认知，让他们对野生动物的保护具有清晰的认识，显得尤为迫切。尤其是，对于地头、山林里常见的野生动物，哪些属于法律保护的种类，保护的具体标准和规定等，需要提高认知。因此，相关部门和机构有必要强化普法力度，提高普法水平，让普通人都能了解野生动物保护的“禁区”界限。



如此“宰客”

日前，江苏扬州游客吴先生在连云港市花果山景区门外一家酒店消费时，遭遇店家宰客，其中一份野菜红烧土鸡被标出688元“天价”。此事经媒体曝光后，引起了连云港市物价局的重视。经调查取证，该市物价局已认定当事酒店存在价格违法行为，将对其进行立案处理。由于信息不对称、违法成本低，此类“宰客”现象屡禁不止，侵害了消费者合法权益，扰乱了旅游市场秩序，必须重拳整治。（时锋）

电影市场向好还要持续发力

金晶

今年上半年，全国电影票房收入达203.63亿元，与2014年同期相比，增幅达48.2%。进入7月，又有多部电影连破票房纪录，势头可谓迅猛。

票房快速增长的背后，是我国电影消费的兴起和电影创作的爆发。让观众看到更多叫好又叫座的影片，需要从精品创作、市场秩序和突破惯性思维等3个方面再接再厉。

一是精益求精，树立责任意识、精品意识。这是推动我国电影高品质生产、市场可持续发展的基石。电影兼具艺术性和商品性两种属性，观众走进影院，希望看到一部高品质的影片，从中获得思想启迪和精神享受。好的电影作品需要用心打磨，无论从艺术性上来说，还是从商品性上来看，都存在着对“精品”的需求。如果能进一步在电影制作方“精品创作思

维”和观众“精品欣赏追求”之间达成精品共识，对双方来说都将是利好消息，市场也将由此获得发展的正能量。

二是规范市场，稳定向好趋势。电影市场的火热，从其衍生品市场的信息反馈便可窥见。伴随某些电影的热映，人们对于衍生品的消费需求也高涨起来。一些从电影中派生出来的玩偶，在一些电商平台获得高点击量和高销售额。需要注意的是，其中许多产品并未获得正版授权，这种借势销售对原创开发来说是一种伤害。因此，亟须版权、知识产权保护，以及工商等部门相互配合，保障正版衍生品市场的健康发展。

三是海纳百川，包容创新思维。虽说好作品自然会发光，但在信息量突飞猛进的当下，“酒香也怕巷子深”的情况也不少。这就要求电影市场有守有创，敢于突破既有思维框架，大胆尝试和改

革，以观众更容易理解和接受的方式实现“触达”。比如，针对互联网营销传播、大数据反馈等与“互联网+”紧密相关的新方法，人们不妨用包容的心态去了解，甚至去操作尝试，然后再做出取舍。

突破既有思维还体现在对电影市场现象的解读上。比如，有情怀的电影就一定是苦哈哈、一定是被资本“绑架”，进而无法保证质量吗？情况并非如此。刷新国产动画电影票房纪录的《大圣归来》，就用事实打破了这一“怪圈”。从种子用户口碑扩散，到业内外众人拾柴般的合力推广，再到6.5亿元票房超过《功夫熊猫2》，这部电影可谓名利双收。不排除现代营销方法和策略，有情怀更要有胸怀，行业和市场良性而持久的正向循环发展，或许恰恰需要名利双收的开端。

大家谈

张占斌
国家行政学院经济学部主任

新常态下党政干部要有新作风

新常态下各级党政干部要有新作风、新作为，如果仍然按老套路去做现在的经济工作，无法有效应对下行压力，也难以使经济运行保持在合理区间。具体来说，就要讲实际、出实招、重实效。一切经济工作要体现发展的现实需要，既不可不思进取，也不能好高骛远；要针对经济走势分化、企业经营困难、风险挑战增加等现实问题，提出有针对性和可行性的办法；要通过督查、问责等方式，让中央各项政策和举措在部门和地方扎扎实实落地生根，发挥作用。

邱寒
前海征信信息总经理

个人征信业务发展任重道远

自今年1月央行下发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》以来，仅半年时间，首批8家入围机构已经迅速完成组织建设，大部分还将信用评分作为首推产品，呈现出不同特色。个人征信评分的确在普及和征信方面起到了非常有力的推动作用，但征信不是单靠评分就能解决问题的。征信还包括反欺诈、数据验证、账户监控等一系列服务，个人征信市场需求很多，前景广阔。政府手中掌握大量数据资产，民营征信机构可以发挥自身力量，推动政府盘活这些资产，帮助政府解决问题。当然，数据高效使用也要保障信息安全。

石培华
国家信息中心旅游规划研究中心主任

多管齐下挖掘旅游消费潜力

旅游供需矛盾突出，呈现供不应求的状况，主要表现为旅游基础设施投入不足、历史欠账多，跟不上旅游发展需要；节假日安排不尽合理，旅游供需时空错配；缺乏相应的保障措施和条件，潜在的旅游需求难以转化为现实的旅游消费。这些矛盾，可以归结为投资方面和消费层面。满足旅游需求，不仅要加强基础设施“旅游硬件”建设，还要在旅游软件上特别是放宽政策上下功夫，挖掘旅游消费新热点，使潜在的旅游需求转化为现实的消费。

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 牛瑾 祝伟