别拿中国当美股暴跌替罪羊

张 伟

深度观察

近期的美股暴跌，华尔街几乎众口一词地将原因指向中国。事实并非如此。他们找不到真正的“元凶”，只是把中国拿来做替罪羊

最近几天，美国股市连日大幅下跌，直至26日三大股指大幅反弹，创近4年来最大单日收盘涨幅，市场上弥漫的不安情绪才为之稍减。美股暴跌，华尔街几乎众口一词地将原因指向中国。

但是，事实并非如此。随便找个替罪羊当然容易，指责中国可能是最冠冕堂皇的摆脱责任的理由，也非常迎合当下总统大选初选阶段的政治气氛与舆论口味。但是，轻率下结论将使人们错失真正的原因。

面对全球股市震荡，一些国际机构与学者较为理性的看法，或许可以帮助我们了解事情的全貌。国际货币基金组织（IMF）在8月中旬发布的中国经济“第四条款磋商”年度报告中指出，中国正在进入新常态，其特点是增长减缓，但是更加安全、更加可持续。该机构表示，增速放缓符合政府约7%的增长目标，体现了在解决脆弱性方面取得的进展；近期股市的回调，也不会阻碍正在进行的调整。

中国政府认真考虑并且尝试推进改革的努力有目共睹，目前的挑战是进一步采取措施加大经济开放和市场化程度，而这更需要大刀阔斧的结构性改革。比如，转向更加市场化的金融体系、改善政府财政管理以及在国有企业和私人部门之间创造公平的竞争环境等。随着中国努力让市场力量在经济中具有决定性作用并快速融入全球金融市场，提高汇率灵活性对其十分重要。IMF注意到中国央行宣布了确定人民币中间价的新机制，这是可喜的一步，将使市场力量在决定汇率上发挥更大作用。

相比之下，不论是欧盟、日本还是美国，在经济与管理制度改革上普遍存在畏难情绪，不敢突破政策或者政治的“舒适区”。国际金融危机以来，这些主要经济体把印制更多的钞票，也就是所谓的“量化宽松”的货币政策，当作刺激经济的灵丹妙药。但是，滥印钞票的直接后果就是市场严重依赖宽松货币环境，把“补药”当饭吃。对于新兴经济体而言，在外资大量涌入的同时更加难以推进真正的经济变革。

美联储去年停止购买债券和可能宣布加息的预期，使外资变成热钱并迅速离境，这已引起新兴国家的忧虑，进而成为导致全球经济危机的最大风险。联合国经济与社会部发布的《2015年世界经济形势与展望》报告的年中修订版指出，全球经济依然存在下行风险，这主要是源于即将到来的美国货币政策正常化、欧元区持续不稳定、地缘政治冲突的潜在溢出效应，以及新兴经济体经济存在的一些问题。IMF去年在美联储宣布停止购买债券之后发布的《全球金融稳定报告》中也曾相当含蓄地指出，信贷市场的结构性变化，加上美国货币政策的预期正常化，已导致市场和流动性风险增加，若不加以解决，可能损害金融稳定，削弱金融体系支持经济复苏的能力。

这些观点在不少华尔街人士看来是不中听的，也是不屑于听的。从现实情况来看，在涉及华尔街与美联储的国际责任问题上，确实很少听到承诺，也难以听到比较像样的批评声音。因此，在出现上周美股暴跌情况时，找不到真正的“元凶”，只是把中国拿来做替罪羊，也就不足为怪了。

思辨

用“互联网+”挖掘回收市场

杜 铭

最近，环保领域正成为创新、创业的“风口”。通过互联网回收废旧电子产品的O2O网站“爱回收网”日前宣布，已完成6000万美元的第三轮融资；继腾讯进军手机维修市场后，赶集网也宣布以千万元天使投资建设回收网站。

各路资本竞相涌入“收破烂儿”的行业，归根到底是看中了回收市场的巨大潜力。在移动互联时代，手机等电子产品更新换代的步伐明显加快，很多人不只拥有一部手机，每年都有大量手机被闲置。对这些旧手机、旧电子产品的处置，扔掉可惜，而且电子产品含有重金属等有害物质，极易造成环境污染；回收处理，又找不到合适的地方。毕竟，个体户“走街串巷”回收并由小作坊处理的方式，不仅污染环境，也令正规的处理企业因“吃不饱”而处境艰难。

要想破解这样的僵局，必须充分运用新兴技术手段，改变传统落后的行业面貌，建立起企业、用户和社会多方共赢的正向生态圈。通过互联网回收废旧电子产品，就是一个有益尝试。

在回收网站，只要填写旧手机等电子产品的型号、成色等信息，就能得到商家的估价。然后，专业工程师会上门验货、回收并付款，既简便又快捷，深受网友欢迎。回收后的旧电子产品，如果可继续使用，网站可以卖出赚取差价；如果损害报废，则可交给专业正规的处理企业进行环保拆解。这种“互联网+环保”的新型回收方式，既可以使闲置的电子产品物尽其用，也有效避免了电子垃圾流入小作坊，可谓一举多得。

互联网平台降低了买家和卖家之间的信息沟通成本，并创造出新的商业机会。随着我国生态文明建设的推进，环保产业迎来了难得的发展机遇，有着巨大的市场需求，这给人们利用互联网等新技术掘金提供了机遇。

来论

推进改革 释放“双创”活力

周跃辉

深化改革是推动创新创业的强大动力。要通过改革，破除束缚创新创业的障碍，让各类主体的创造潜力充分涌流，实现经济社会平稳快速发展。具体来说，要深化商事制度改革，降低创新创业门槛；要加强知识产权制度建设，激发创新创业活力；要完善金融制度建设，促进创新创业便捷融资；要推进人才制度改革，释放创新人才红利

中央多次强调，要大力推动大众创业、万众创新，打造中国经济新引擎。推进大众创新创业，既是培育和催生经济社会发展新动力的必然选择，也是扩大就业、实现富民之道的根本举措。如果说大众创新创业潮流将推动中国这艘经济“巨轮”行稳致远，那么，深化改革就是推动创新创业的强大动力。要通过改革，破除束缚创新创业的障碍，让各类主体的创造潜力充分涌流，实现经济社会平稳快速发展。具体来说，可以从以下几个方面着手突破。

深化商事制度改革，降低创新创业门槛。进一步简化中小企业、小微企业的工商注册程序，加快推行将工商、质监、税务分别核发证照，改为由工商部门一次性核发营业执照，实行“三证合一”模式，确保这项改革能尽早完成。为此，不妨利用互联网加快“网上审核”的建设进度，推进全程电子化登记和电子营业执照应用，减少企业办证成本。

加强知识产权制度建设，激发创新创业活力。加快建立科技成果使用权、处置权和收益管理权“三权分离”制度，将财政资金形成的、不涉及国防安全的创新成果的“三权”全部下放，让研究承担单位获得处置权，企业获得使用权，创新者个人获得收益管理权，让创业者“合理合法富起来”。

完善金融制度建设，促进创新创业便捷融资。全面落实扶持创新型创业企业发展的各项税收优惠政策，全面清理涉企收费，降低企业运营资金压力。鼓励商业银行提高针对创新型创业企业的金融服务专业化水平，创新管理方式和金融产品。同时，要进一步加快发展和完善资本市场，为企业提供更多的直接融资机会。

推进人才制度改革，释放创新人才红利。积极破除国内科研人员单位和部门“所有制”的界限，帮助他们从户籍限制、身份限制、学历限制等桎梏中解放出来，促进人才纵向流动。同时，大力引进海外优秀创新人才，简化外籍高层次人才的申请程序，形成聚集效应和规模效应，实现创新创业人才资源的市场化、国际化配置。

（作者单位：国家行政学院）

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

朱慧卿作

不该短的“短会”

8月26日，兰州市物价局召开全市居民生活用气阶梯价格听证会。令人意外的是，这项涉及兰州市近360万居民冬季供暖成本的价格听证会，居然以“快闪”的节奏草草收场。从供热企业开始阐述涨价理由，到消费者、经营者和利益相关方代表依次发言，再到最终兰州市物价局负责人作总结，一共用时35分钟。既然是听证会，就少不了短兵相接的意见博弈，尤其是关乎多方切身利益、涉及“真金白银”的价格听证，更少不了唇枪舌剑。即便不会久争不决，但也不至于35分钟就戛然而止。越“简洁”的听证会，有可能水分越大。其实，公众并非不赞同涨价，而是不赞同“被同意”涨价，他们更在意听证会有没有充分听取各方意见，把其中的事理辩个明白。只有让民众声音在听证会上得以充分表达，才能体现政府部门尊重民意的诚意，制订出的政策才能真正符合广大民众利益。

（时 锋）

医药广告禁代言有助维权

不得再使用代言人、广告中禁止提及“安全有效”、非药物不能再声称“堪比”药物功效……从今年9月1日起，新修订的《广告法》将正式实施，医疗、药品、医疗器械广告及保健品广告将迎来“史上最严”的法律约束。

【微评】随着药品市场竞争日趋激烈，不少药品厂商将名人代言作为重要的营销策略，而代言广告的明星对药品疗效缺乏真实体验，极易对患者造成误导。出现这一问题，根源在于目前对于明星代言广告缺乏法律层面的约束。一旦出现虚假宣传，消费者自身合法权益受到侵害，由于证据、事实认定的困难，明星往往不会因此而承担责任。规定医药广告不得再使用代言人，从源头上堵住了药品代言广告泛滥的问题，有利于患者更加理智、客观地选择药品。同时，也明晰了侵权主体，一旦药品广告存在虚假宣传，患者可以不再与代言人纠缠，直接向相关责任主体主张维权。

对“好评返现”不能止于劝诫

对网购商品的评价是消费者选购商品的重要依据，“好评返现”“差评骚扰”已成为不少网络商家的惯用手段。针对这种利诱消费者好评的行为，日前，广东省消委会正式向淘宝发出劝诫函，要求阿里巴巴加强监管，坚决全面纠正商家的这些不当行为，并完善信用评价体系建设，为消费者提供安全放心的网购消费环境。

【微评】对于网购商品给出如实客观的评价，既是消费者正当的监督权利，也是消费者选购商品的参考依据。然而，不少商家不惜采用“好评返现”等诱惑性经营手段，用给予返还现金、赠送消费券等蝇头小利，诱导买家对商家或商品作出“好评”；对于给其差评的消费者，则以电话骚扰甚至恐吓的方式，威逼消费者删改“差评”。这极易导致商品评价失真，扰乱正常的网购秩序，必须予以纠正。消委会发函“劝诫”只是遏制这种行为的第一步，监管和执法部门也应介入调查，依法维护消费者合法权益。

莫让小区水景观成摆设

中央水湾、人造小溪、景观喷泉……近年来，各地新小区在开发过程中纷纷以水打造楼盘景观、营造亲水氛围，成为楼盘销售时的亮点和卖点。然而，随着小区交付使用，这些水景观却因水质恶化或水源干涸，逐渐成为影响居住质量的“污点”。有的小区物业干脆用土将一些水池填埋起来，水景观就成了名副其实的“无水景观”。

【微评】 小区水景观成为摆设，很重要的原因在于后期运营维护成本高。目前，楼盘营造水景观大多使用自来水，日常运行与维护要花费不菲的水电费。鉴于小区物业费的现有支付能力，在没有收取“专项经费”的情况下，物业管理公司管好水景观既无能力、也无动力。用真金白银建造起来的水景观被闲置甚至废弃，既影响了社区环境，也造成了不必要的浪费。对此，规划、住建等部门对城市住宅小区的水景观设计、建设及运行管理应作出一些针对性的引导和规范。同时，可考虑建立雨水回收系统，降低其日常维护成本。

万科链家联手意味着什么

言又新

行业

尽管家装O2O模式尚待成熟完善，但互联网家装公司的“搅局”正让这个行业门槛提高、规则重塑。一些大牌企业的加入，更会提高工艺品质要求和规范管理水平，加速行业整合力度，推动行业发展向优势品牌企业集中。在这场激烈的行业变革中，家装消费用户必然是最终的获益者

日前，北京万科和链家联手成立新的独立家装公司“万科链家”，正式进入家装市场。万科是房地产开发销售领域领头企业，链家是房地产O2O大型交易平台，此次双方在家装领域的大动作引发业内高度关注。

今年以来，各路资本和大牌企业纷至沓来，家装行业迅速成为热点，市场格局正在改变，或者说正在被强势改写。

在房地产市场增长率明显下降的情况下，家装市场的“蓝海”概念凸显。中国室内装饰协会数据显示，2013年和2014年，家装行业增速均超过10%，2014年家装行业总产值更是达到1.5万亿元。

但长期以来，家装行业集中度低，大量中小微企业经营不规范、报价混乱、结算超出合同款、工程缺项漏项等问题层出不穷，行业低信任度成为常态。正因如此，家装行业成为房企及相关企业向产业链下游延伸、寻求新的利润增长点的抓手。此次，万科链家将更多的目光放在市场存量上，看中了旧房装修。而更重要的是，万科链家要做的是平台和整合，利用规模、技术、品牌等多方面优势，重组整个家装行业生态系统，成为行业的领跑者和定义者。

其实，想要整合传统家装行业的远不止万科链家。年初，随着“小米家装”爱空间的加入，本已很热的互联网家装概念热度更高，年轻的家装O2O公司们带着资本和锐气，决心用互联网精神和互联网思维颠覆这个“痛点实在太多”的传统行业。他们打出超低于传统家装的震撼价格，从不同角度切入市场，力争尝到市场的甜头。

电商们也没闲着。从上海起家的国内最早的家装垂直电子商务平台齐家网，目前早已从线上走向线下，加速全国布局的步伐；8月25日，京东联合紫薯家装宣布进军智能家装行业，当天还发布了3款智能家装套件产品。

可以说，短时间内，异军突起的互联网家装公司把公开的价格、透明的信息披露流程、高效便捷的交易效率、强调用户体验等互联网思维，迅速植入传统家装行业，使混乱暴利的传统报价和经营方式难以为继，倒逼行业转型。很多小企业也没有更好的选择，必须在被淘汰或投奔互联网公司中选择其一。

尽管家装O2O模式尚待成熟完善，但互联网家装公司的“搅局”正在对传统行业产生深刻而积极的影响，让这个行业门槛提高、规则重塑。而万科、链家等大牌企业的加入，更会提高工艺品质要求和规范管理水平，为用户提供更好性价比的产品和服务，从而加速行业整合力度，推动行业发展向优势品牌企业集中。

家装行业整合大幕已经拉开，目标指向价格更低、设计更好、服务更优。在这场激烈的行业变革中，家装消费用户必然是最终的获益者。