国产手机不能重蹈同质化覆辙

陈 静

深度观察

之前国产手机市场的热闹背后，是“销量火爆，却缺乏核心竞争力”的尴尬现实。如今，国产手机又见火爆，厂商要做的是在开放式创新的过程中建立用户体验模式，将销量优势转化成利润胜势，避免重蹈覆辙的风险。具体来说，要加强技术创新，通过自主研发，在硬件层面特别是核心零部件层面实现突破；要进一步优化手机系统和用户体验；要开拓新的领域

你方唱罢我登场。在刚刚过去的这个夏天，传统手机厂商和互联网手机厂商们注重营销，不断推出新的产品，努力吸引消费者眼球。但与此同时，一些数据可谓“残酷”，今年一季度，苹果一家就斩获了手机市场92%的利润，远远高于去年同期的65%；虽然在市场份额上节节败退，三星获得的利润也有15%。苹果与三星的利润总和为107%，也就意味着诸多手机厂商在亏损。

国产手机市场的热闹，让人联想到上世纪初波导、夏新、海信等国产手机的“显赫一时”，甚至联想起更早时候国产VCD厂商上演的“百团大战”。之前市场上的几番热闹背后，有着相同的地方——销量火爆，却缺乏核心竞争力，在价格战创造出一个个低价“纪录”之后，不少风光一时的厂商被市场无情淘汰。如今，国产手机又见火爆，要做的是避免重蹈覆辙的风险。

随着移动互联网的普及和发展，一系列新的游戏规则正在改变手机行业的盈利模式，与智能家居等领域更深的互动也让手机销售不再是单纯卖硬件。在本地化网络营销方面，国内厂商累积了国外巨头难以匹敌的经验和技巧。但是，销量与利润之间本来就不存在顺理成章的关系，远期规划也未必能支撑行业长期“烧钱”为生。从根本上讲，国产手机厂商依然需要在开放式创新的过程中建立用户体验模式，尽早摆脱同质化和言必称“性价比”的尴尬。

那么，要想将销量优势转化成利润胜势，手机行业至少要分三步走。

第一步，加强技术创新，通过自主研发，在硬件层面特别是核心零部件层面实现突破。纵观国产手机行业，只有华为、OPPO等少数厂商在芯片、充电等核心技术上有所突破，大部分厂商还停留在硬件完全依赖供应商的阶段，缺少创新和专利储备，不仅造成“千机一面”，也让国产手机厂商在供应链中缺乏话语权，只能在个别功能上“零敲碎打”。

第二步，进一步优化手机系统和用户体验。与硬件上的“短板”相比，国产手机厂商在软件方面的“储备”相对丰富，基于安卓系统进行了诸多尝试。但是，在本季发布的手机新品中，许多互联网手机所谓的系统优化，只是简单地将自己的内容资源植入已有系统，称不上颠覆性创新。手机厂商以内容和生态作为卖点的心情可以理解，但用户是否真的“买账”还是未知数。毕竟，一系列调查显示，手机用户最关注的依然是运行速度、功耗、使用流畅性等基本功能。在系统优化上，国产手机厂商必须重视解决用户“痛点”，从他们的实际需求出发。

第三步，开拓新的领域。其实，国产手机厂商也在寻觅下一片蓝海。比如，开拓海外市场或者将手机与智能硬件深度结合，让手机终端成为智能家居入口。但是，开拓海外市场需要搞好本地化，寻求渠道突破；与智能硬件结合需要物联网底层协作能力的提升，这些都需要更加细致的工作和扎扎实实的建设。上述两个方向没有捷径可走，需要手机厂商真金白银的投入，更需要他们把“脏活、累活”干好。

说到底，国产手机厂商必须尽快通过差异化的产品优势和功能特色树立健康的品牌形象。噱头只能带来一时的话题和销量，未来的路还得沉下心来一步一步走。

行业

期待电商金融下乡的“鲇鱼效应”

温宝臣

阿里巴巴、京东等电商平台开始突破农产品领域，在农村金融上动作频频，可看作是互联网公司对市场需求的呼应。农村市场借助电商的资金流、物流与城市市场平等高效对接，将成为我国依靠市场力量打破城乡二元结构的一次电商式试验

近日，京东金融发布了农村信贷产品“京农贷”，客户无需任何抵押即可申请，还能享受惠农贷款专享低息。京东金融选择与涉农机构合作，基于双方沉淀的大数据信息，在真切了解农民信用水平的基础上给予相应的授信额度，有助于防范风险。

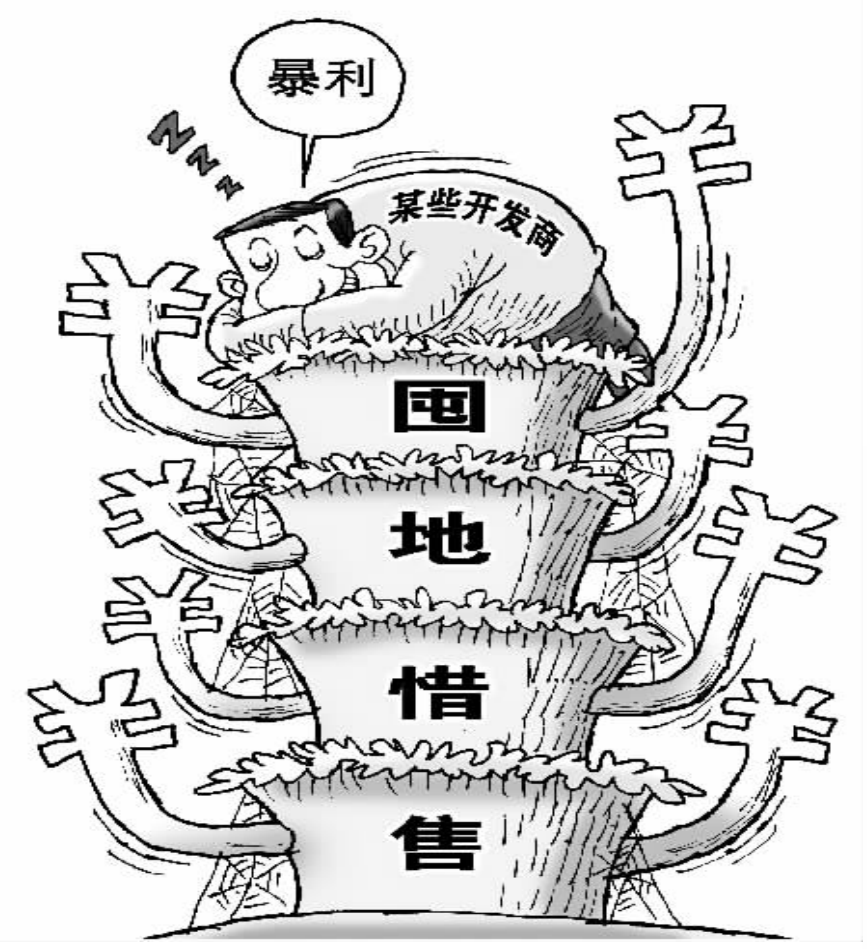
因为有着巨量人口支撑下的大市场，工业制成品可以通过网络下乡；因为有着各具特色的农产品市场，农产品可以通过网络进城。一来一往，城乡经济实现循环互动，农民借助电商实现致富，城市居民的特色消费需求得到满足。正因如此，农村电商近年来被普遍看好。

自去年以来，阿里巴巴、京东等电商平台开始突破农产品领域，在农村金融上动作频频，可看作是互联网公司对市场需求的呼应。目前，我国虽然形成了农村金融服务体系，但由于资金逐利性、农业生产风险高、农村征信系统不健全等因素，金融机构为农村提供的金融服务其实并不到位，供给明显不足，但这也意味着农村金融仍然蕴藏巨大机遇。

不能否认，城乡之间存在着不小的差距。在基础设施领域，尤其是涉及互联网领域的基础设施的差异，或将成为影响贫富差距甚至现代文明程度的重要变量。要真正帮助贫困地区脱贫，就要助其接入现代经济网络，帮其降低接入网络的成本。具体来说，就是要将农村市场更为广泛地介入到以互联网为重要特征的现代市场经济中，提高农村经济市场参与度和现代化水平。

在这个过程中，电商金融下乡或许能带来一些改变。从农民把农产品生产出来并卖到城市，到回笼资金后再从城市购买工业品、农资等物品用于消费、理财和再投资，电商金融可以通过提供针对农村全产业链的金融服务，加速并优化农村经济链条建设。同时，农村市场借助电商的资金流、物流与城市市场平等高效对接，将成为我国依靠市场力量打破城乡二元结构的一次电商式试验。

除此之外，电商金融下乡还将为农村金融市场带来“鲇鱼效应”。在解决征信不足的问题上，电商能够依靠其交易流量积累的数据为金融服务提供信用支持。这或许能让传统农村金融服务机构产生一些危机意识，主动寻求改变。



徐 骏作(新华社发)

坐地生财

日前召开的国务院常务会议透露的不作为行为核查问责情况显示，截至8月底，各地今年已处置闲置土地31.25万亩。有媒体调查发现，一些曾经的“地王”、知名开发商都曾存在囤地行为，一些省份清查出闲置土地逾十万亩。楼市调整期低价拿地、囤地惜售的背后，是开发商的暴利和高房价。一方面，国家及各省份几乎年年下发通知、文件，明确要求整治土地闲置中“囤地惜售”现象。另一方面，开发商却通过部分开发、先开工再改规划、操纵审批程序等种种方式实现囤地，钻规定的空子。更严重的是，囤地中还存在部分官员的腐败现象。为此，应重点推进土地闲置清理，按面积收回或扣减年度新增建设用地计划指标，一宗一宗解决“囤地”违规。 （时 锋）

筑“一带一路”需多方联动

王 晋

思辨

目前，“一带一路”建设推进过程中存在着“政府比较热，企业不太热；媒体比较热，百姓不太热”的现象。一些地方专门成立了机构，开了不少研讨会，但共识有待形成、研究还需深化。说到底，要落实“一带一路”，需多方联动，“政府主导、协会搭台、企业唱戏”，才能让“一带一路”战略落到实处

近段时间以来，“一带一路”很火，各地热情很高，纷纷结合当地实际推出对接规划，地方政府也都把“一带一路”等国家战略落地作为当地“十三五”规划的重要内容来着墨。但是，笔者通过调研发现，“一带一路”建设推进过程中存在着“政府比较热，企业不太热；媒体比较热，百姓不太热”的现象。一些地方专门成立了机构，开了不少研讨会，但共识有待形成、研究还需深化。

一些企业反映，他们非常希望抓住这一发展机遇，开拓国际市场，但对沿线国家的政策、投资环境、法律条文、语言文化等不熟悉，海外项目专业人才匮乏，这些都成为制约他们“走出去”的篱笆。企业进入一个陌生的市场，在融资、寻找合作伙伴等方面也有不少困难。笔者认为，要落实“一带一路”战略，需多方联动，政府、商（协）会、企业都应主动担当，积极作为，形成合力。

推进“一带一路”建设，各地政府需主动作为。政府部门应深入研究国家相关规划，明确自身定位，结合各地实际，抓住这一轮对外开放的机遇，以开放促转型，以开放谋发展。政府部门在制定对接规划时，应统筹谋划当地产业转型升级、内外贸发展、文化产品输出等实际情况，进一步落实相关配套政策，加强协调，避免同质竞争，帮助企业有所作为。尤其应提示风险，减少企业因对当地营商环境了解不够而造成的损失。通过统筹协调，帮助企业“抱团”发展，不仅“走出去”，还要“扎下根”。

推进“一带一路”建设，商（协）会要搭建互信平台。一家企业“走出去”，不如“抱团走出去”。企业“出海”，商（协）会搭建的平台能让企业借力。在调研中，笔者发现，一些商（协）会的会员企业达上千家，建会时间长，在行业内有较强号召力，在对外交往中也有自己的渠道。国内的商（协）会与沿线国家商会合作，有利于建立企业间的互信，也能为会员企业提供更细化、更丰富的信息服务。实践证明，一些地方商（协）会与“一带一路”沿线国家商会之间加强合作，带着自己的会员企业“走出去”，能有效帮助企业进入目标国市场。

推进“一带一路”建设，企业仍然是主角。企业是对外经济合作的市场载体，更是“一带一路”建设的实施主体。在“一带一路”建设中，不管是国企还是民企，“走出去”投资都是市场行为。投哪里、怎么投，都需要企业做出科学决策。“一带一路”战略的实施，为我国企业“走出去”创造了巨大机遇。有研究机构估算，“一带一路”沿线国家建筑业总产值达6.14万亿美元，潜在市场空间高达4569亿美元，这仅仅是一个行业。要切分这块蛋糕，企业要发扬丝路精神，积极参与境外基础设施建设和国际产能合作，为我国开放型经济发展注入新动力。

“政府主导、协会搭台、企业唱戏”，多方联动方能凝聚智慧和力量，让“一带一路”战略落到实处。

大家谈

汪玉凯
国家行政学院教授

负面清单激发市场主体活力

全面实施市场准入负面清单制度，对企业来说，意味着“法无禁止皆可为”；对政府来说，则是“法无授权不可为”。当前，只有最大限度减少市场准入限制，才能把各类市场主体的潜力活力充分激发出来。自贸区负面清单主要针对外资，我国未来实行的市场准入负面清单还将面向内资，特别是民营资本，金融、保险、电力、电信、石油等过去民营资本难以进入的领域将进一步开放，这对于调动民营资本积极性、构建真正公平竞争的市场环境意义重大。

陈彬斌
文化部公共文化司副司长

从四方面建设公共数字文化

未来，将从四方面着力加快推进公共数字文化建设。一是统筹实施几个主要的公共数字文化工程，立足于公共文化产品的生产、传承、传播，建立以IP移动互联网为重点的公共文化平台，提供一体化、一站式服务。二是坚持需求导向，重点加强文化数字保护的技术研究和应用。三是加强效益评价，加强监管，探索建立政府主管、第三方评价和群众评价相结合的机制。四是完善社会力量参与机制，促进社会力量参与平台建设和服务推广。

杨奕琦
贝恩公司大中华区兼并收购业务主席

民营企业正成为境外并购主力

通常情况下，单笔交易金额超过30亿美元的并购案例被定义为超大额并购交易。在这类境外并购中，国有企业仍占据主导地位。截至目前，中国境外并购交易金额排名前20位的案例中，19起案例是由国企主导的。如今民企已经后来居上，步伐更快。虽然在超大额境外并购中，民企形单影只，但从中国境外并购整体表现来看，民企主导了绝大多数并购活动。

林 伟
奇虎360网络攻防实验室主任

应提升对网络安全重视程度

随着新兴网络威胁的不断出现，传统金融企业的网络安全漏洞不断暴露。在应对新的黑客技术攻击方面，传统金融企业和互联网公司相比仍有差距。网络安全人才不足是互联网金融行业在预防安全威胁方面存在的难点，企业对业务的重视程度也往往优先于安全。因此，在新兴网络攻击和威胁不断演化的背景下，业界要提升对安全的重视程度，随时关注国内外安全动态、完善安全防护体系等。

（以上观点均摘编自新华社报道）

分级诊疗重点在强基层

吴佳佳

日前印发的《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》明确提出，到2017年，基层医疗卫生机构诊疗量占总诊疗量比例明显提升，就医秩序更加合理规范；到2020年，“基层首诊、双向转诊、急慢分治、上下联动”的分级诊疗模式将逐步形成。

在笔者看来，要想建立分级诊疗制度、让百姓就近得到高质量服务，必须千方百计提高基层医疗服务能力。

当前，我国基层医疗卫生机构优质资源匮乏，亟须通过对口支援、建立医联体、远程医疗等手段，促使城市三级医院优质资源下沉。长期来看，则需要通过全面提升基层诊疗服务能力、培养全科医生队伍、推动家庭医生签约制度等方式，逐步增强基层医疗卫生机构的“造血”功能，让百姓自觉自愿到基层就诊。

要想提高基层医疗卫生机构的诊疗量，还有很多事情需要做。比如，卫生发展和资源配置规划可以对医疗服务体系布局产生重要的引导和约束作用，需要从体系布局的高度整体定义各级各类医疗机构的数量、规模和功能，继续控制三级综合医院的数量和规模，防止其无序扩大发展，从而给区域医疗资源配置结构带来不良影响。比如，基本医保支付目前占公立医院收入的六成，调整医保支付方式，将对医疗供方行为产生较大改变作用。随着报销比例的提高，基本医保对居民就医的引导作用也会逐步增强，换句话说，推进基本医疗保障体系支付制度改革也将对规范诊疗秩序产生较大作用。

总之，基层医院如今被赋予了重要职能，但其“服务待遇低、社会地位低、人才流失严重”的现实也不容回避。为让人才真正下得去、留得住、能发展，相关部门应合理制定和调整医疗服务价格，对医疗机构落实功能定位、患者合理选择就医机构形成有效的激励引导。根据价格总体水平调控情况，在降低药品和医用耗材费用、大型医用设备检查治疗价格的基础上，提高体现医务人员技术劳务价值的项目价格。只有让医疗服务价格合理提升到位，才能使医务人员的劳动价值得到尊重，也才能更好地调动工作积极性。

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 马洪超