

杜绝环保“一刀切”需要精细监管

曹红艳



热点快评

环保“一刀切”花样迭出，背后都有形式主义的影子，本质上是懒政、惰政、怠政、庸政的表现，要时刻警惕，坚决杜绝。在环保督察执法中既要污染企业坚决“一刀切”，同时也要避免对所有企业“一刀切”，核心是要做好“分类”，抓好“是否污染”这个关键

电影票“不退不改”顽疾当纠正

日常生活中，电影票“不退不改”“只改不退”等现象普遍存在，饱受消费者诟病。一些法律人士认为，经营者单方规定“电影票售出概不退换”，属于“霸王条款”和“行业痼疾”。

【短评】电影票如同火车票、汽车票一样，理应购票自愿，退票自由。“退改签”之所以难以实施，并不是技术问题，而是售票方出于经济利益的考量，不惜侵害消费者的权益。对于类似行为需要运用法律手段干预。比如，出台规定，要求影院、售票系统和电商平台必须提供“退改签”服务，以及对拒绝提供“退改签”服务给予处罚，切实维护消费者的消费选择权。同时，售票方等也应认识到，如果拒绝“退改签”服务，只能使电影市场的发展之路越走越窄。

“文物守护认领”模式值得尝试

据报道，福建省厦门市思明区从2016年10月份起，推出了“文物守护认领”模式，将思明区内199处未定等级不可移动文物点开放，让社会认领保护，如今已有近350人参与了这项行动。

【短评】我国仅不可移动文物就有几十万处，散落在各地、未登记在册的具有历史文化价值的文物更难以计数。文物保护情况复杂，仅靠文物保护单位难免心有余而力不足，发动社会力量参与其中，才能更好保护这些文化遗产。“文物守护认领”模式值得尝试，有助于社会公众分享和参与文物保护的权利，调动公众保护文物的积极性和主动性，形成全社会保护、爱护文化遗产的良好氛围。

让男月嫂成为家政业“鲑鱼”

近日，一部名为《月嫂先生》的电视剧热播。剧中，一名超级学霸机缘巧合下成为男月嫂。在线下，也有不少男性找到家政公司咨询月嫂相关事宜，想当男月嫂。

【短评】在传统观念中，母婴护理一直是女性从事的职业。近年来，随着社会对科学育儿的重视以及二孩家庭的增多，雇请月嫂的家庭越来越多，月嫂成为抢手职业。在确保安全性、隐私性无虞前提下，可通过引进男月嫂，让一些高学历、高素质男士进入家政服务业，成为激发家政服务业活力的“鲑鱼”，促进行业优胜劣汰。男月嫂是否受欢迎，最终还是市场说了算。无论男月嫂还是女性月嫂，都要严格把关、加强管理，用行业标准促进规范化发展。

共享经济发展当扬长补短

孟飞

近年来，共享经济在我国很多行业的发展如火如荼，不过也有一些行业存在某些问题。特别是某些平台公司忙于资本运营，对监管工作有所忽视，对个人信息保护和人身安全问题重视不够，还有一些共享模式产生了大量资源浪费。

从本质上看，这些问题源于平台公司在快速扩张中管理不力，与共享经济模式本身的关系不大。相反，共享经济有诸多积极意义。

在推动科技进步方面，共享经济涵盖多种新技术，包括物联网技术、大数据技术、人工智能等，涉及的产业更是从传统的制造业一直到高新技术

产业。而且，共享经济对安全性和便捷性的追求，也将成为推动科技进步的重要力量。

在助推绿色发展方面，共享单车等新模式减少了私家车上路数量，提高了公共交通出行的水平，降低了能源排放，符合当前绿色环保的发展理念，并在一定程度上推动着城市治理水平的提升。更重要的是，这一切都是在市场化方式下自主完成的，实现了资源的高效配置。

因此，对于共享经济，应使其充分发挥积极作用，并做好规范工作，防止其负面作用释放，平衡好严格监管与鼓励发展的关系。要达到这样的目

标，首先要抓紧研究制定共享经济监管方面的法律法规，明确主体责任及共享经济平台的资格条件和提供共享服务人员的资质条件，加强事前事中事后监管，并加快监管方式的与时俱进。同时，应加快构建完善的社会信用体系，持续推进各类信息平台深度合作。

减少共享经济发展中的负面效应，应该注意两个问题。一是资本冲动对行业的冲击。随着共享经济成为投资风口，各路资金竞相涌入，为及早占据市场优势地位，很多平台公司通过烧钱补贴方式快速扩张。但是，如果各方面管理能力跟不上平台扩张的步伐，一些问题就会出现。二是垄断力量对共享经济的侵害。资本补贴到最后，往往只剩下头部几家公司，极易形成垄断格局。当前，共享经济涉及的出行、住宿等领域具备准备公共服务的性质，垄断必然影响服务质量，最终反噬共享经济发展成果。这些问题需要在发展和规范中及时加以解决，以确保不会给市场竞争和消费者利益带来负面影响。

行业

共享经济在发展中存在某些问题，源于相关平台公司在快速扩张中管理不力，与共享经济模式本身的关系不大。对于共享经济，应使其充分发挥积极作用，并做好规范工作，防止其负面作用的释放，平衡好严格监管与鼓励发展的关系

“追寻伟大”：广汽传祺的“诗与远方”

“现在到了中国产生伟大企业的时候了！”长期关注研究中国企业成长的著名经济学家们在多个场合这样说。

管理经典著作《基业长青》选取通用电气、3M、沃尔玛、惠普、迪士尼等平均拥有近百年历史的卓越非凡、历经岁月考验的公司进行深入研究后，管理学大师吉姆·柯林斯在书中提出一个问题：如何建立一个伟大并长盛不衰的公司？

不少中国学者、企业家也提出了共同关心的“中国企业之间”：中国的企业是否伟大？并认为，对照《基业长青》，中国不缺大企业，但缺少伟大的企业。

“追寻伟大”——2018年7月21日晚8点，广州天河体育馆。数千人参加的广汽传祺十周年庆典活动上，广汽乘用车总经理郁俊发布了广汽传祺全新品牌口号——“追寻伟大”。

“伟大，是一种选择，一种自我要求。”吉姆·柯林斯说，他在研究那些“伟大”企业时发现了一个规律：高瞻远瞩的公司的远见卓识无一例外来自内心的驱使。

综观现代企业发展史，伟大的企业有限，而把“追寻伟大”鲜明地写在自己“旗帜”上昭告天下者凤毛麟角——这需要勇气、底气与远见，广汽传祺就是为数不多中的一个。

把“追寻伟大”作为品牌精神的核心，镌刻在企业迈向未来的征程上，是坐标也是警示，是动力更是压力。

何以敢于“追寻伟大”？她出生时已站在了巨人的肩上——在此之前，广汽集团已与日本汽车巨头丰田、本田有了多年合资制造经验，合资品牌实现了业绩、利润双丰收。此时，广汽集团积累了制造、品质管理和品牌建设经验，以及多年培养的产业人才，这让广汽传祺从一开始就拥有高目标、高标准、高起点。



广汽传祺现代化的生产车间

“广汽传祺自成立以来，充分利用广汽集团在改革开放、合资合作过程中积累的资金、制造、管理、人才等优势资源，开启了自主品牌发展之路”。广汽集团总经理、广汽乘用车董事长冯兴亚在7月21日十周年大会上自豪地说。

在这个意义上，业内人士认为，广汽传祺就是个饱含着广汽集团期待与重托出生的“新生代”。并且出生后正赶上中国汽车工业迅速发展，中国在这个过程中成长为全球最大的汽车消费市场，这个“新人”又有梦想、勇担当、恒进取，十年励精图治，磨出一剑，取得了优异成绩——2017年销量突破50万辆大关，一举超过广汽丰田，并产生了多款爆款车型，成了中国汽车自主品牌的风向标；从对广汽集团利润贡献方面，广汽传祺从2016年开始便一骑绝尘，率先开启自主品牌超越合资品牌的新局面。



广汽传祺明星车型传祺GS8

广汽传祺立足自主创新，专注正向研发，打造了世界一流造车体系；贴近消费者需求，坚持品质至上，赢得了广泛的市场信赖和口碑积累；构筑全矩阵产品体系，推动产能发展和品牌向上，引领了中国品牌向高端突破；布局海外，推进国际化进程，构建了全球研发和营销服务网络……这十年，广汽传祺持续深化供给侧结构性改革，走出了一条“定位高端、品质优先、创新驱动”的发展路径，实现了各项事业的高质量发展。

2018年2月，广汽传祺获得2017年广东最高的质量荣誉：广东省政府质量奖。而此前的2017年9月，全球权威的市场调研机构J.D. Power发布了2017年中国新车质量研究(IQS)报告，在这个被誉为汽车质量“风向标”的报告中，广汽传祺连续五年位居中国品牌塔尖。

这就是广汽传祺“追寻伟大”的底气。在全球范围内，“为广大普通人生产汽车”的福特汽车是伟大的公司，“让每个人桌上都能有一台PC



广汽乘用车总经理郁俊发布全新企业品牌和企业文化体系

机”的微软是伟大的公司。那么，把为消费者和大众“创造愉悦的移动生活”的广汽传祺，过去十年所呈现的气质与研究者们认为的“伟大”企业的某些特质不谋而合——有梦想、不跟从、勇敢面对挑战、定义标准以及全力以赴。

研究世界汽车制造转移规律，企业品牌成长路径，中国汽车市场现状，比较世界与中国产业制造的转移规律，看中国汽车未来的发展走向，世界汽车产业发展历史，体现出一种产业转移的现象。从欧美到日韩，再到中国……高端汽车工业制造向中国转移的趋势越发明显。

汽车业转型升级有规律可循，中国汽车从“制造”迈向“创造”，从品质到品牌，必然如中国家电制造从贴牌生产，到研发创新引领世界一样，形成世界一流品牌的伟大企业。在中国“伟大”企业成长的过程中，必将有“伟大”的汽车企业诞生。

有汽车评论人士称，广汽传祺敢于这样为自己定位，有备、有谋、有远见，这是一家伟大企业必有的“诗与远方”。

有企业史研究者认为，每一个伟大的公司，都是特定历史时期的产物，都是伴随一个国家的工业化和技术创新而成长起来的。伟大公司应当满足顾客的需

求，引领行业的方向，推动人类文明的进步。

早年的一位俄国哲学家说，任何东西，凡是我们的拿来和别的东西比较时显得高出许多的，便是伟大。近几年，广汽传祺一直在做的一件事，足以让人们感受这家企业的“温度”和全心投入——2016年开始，广汽传祺携手三江源国家公园管理局、WWF共建国内首个国家公园，开启了企业参与共建国家公园的先河。位于青藏高原腹地的三江源是孕育中华民族、中南半岛悠久文明历史的世界著名江河——长江、黄河和澜沧江的源头汇水区，被称为“中华水塔”。2017年，广汽传祺开启了“护源有我”湿地使者系列活动，号召更多的社会力量参与到三江源国家公园的建设中。自2017年三度进入黄河源开展生态保护活动后，2018年，广汽传祺更是将公益的力量扩大到长江源可可西里地区，不断开创三江源生态文明建设新格局。

广汽传祺人说，心怀伟大志向，我们深知使命不凡。郁俊称，面对崭新开启的未来十年，广汽传祺人与所有的合作伙伴和消费者一起，携手共进，把愉悦的移动生活传递给全世界。

伟大的背后，是责任、是担当。广汽传祺相信，如果每个人都敢于“追寻伟大”，世界将会更美好！

·广告