

# 让企业家们在自由的天空下奔跑

2015年3月23日凌晨,桔子水晶酒店集团的CEO吴海终于按捺不住内心翻涌的情绪,写下了标题为《做企业这么多年,我太憋屈了》的信,并放到了自己的微信公众号上。一觉醒来,吴海发现自己火了。许多微信公号网站也纷纷转载了这封公开信。在百度里搜索“吴海”,第一页几乎全是他的新闻。《经济观察报》3月30日)

不知道李克强总理是否能够看得到吴海的“憋屈”,不过我们相信,被称为“创业总理”的李克强一定理解这样的憋屈。事实上,过去两年间中央政府力推的各项改革,无不指向这样的憋屈,李克强总理希望用一场政府的“自我革命”,让创业者们不再有这样的憋屈,让创造财富的源泉尽情涌流。

我们相信,吴海愿意向总理诉说自己“憋屈”,正是出于信任。作为有过多创业尝试的创业者,吴海的感受可能与很多企业家相似。吴海说,大环境正在变好。我们如他一般相信,即使营商环境仍有很多不尽如人意的地方,但一切都在改变。事实胜于雄辩。本届政府原计划在任内减少各类行政审批三分之一,但只用两年就已完成,今年又提出了新的目标。大力推进商事登记制度改革,过去一年新登记注册市场主体达到1293万户,其中新登记注册企业增长45.9%,新的创业风潮涌起。李克强总理日前视察国家工商总局,也向市场传递了明确不过的信号——为了焕发市场活力,简政放权的减法还会继续。

我们以为,这表明了李克强和本届政府的信念。创业潮起之时,政府要做的不仅是让吴海们有机会迈出创业那一步,更重要的是,让青春期的创业者们在更适宜的土壤和气候条件下长大成人。对于这些企业家们来说,他们从来都不担心市场的风雨洗礼,但让他们少受一些非市场的



● 桔子水晶酒店集团 CEO 吴海

干扰和憋屈,他们可以成长得更健壮。

也正因为如此,中央政府从简政放权,重新厘定政府和市场的关系入手,可谓对症下药。比如要求各级政府拿出自己的权力清单,法无授权不可为;对市场则要制定清

晰的负面清单,法无禁止皆可为。而且,改革正着力于从解法“肠梗阻”和打通“最后一公里”上取得突破。李克强总理显然明了,改革是否让企业真正地受益,市场的能量能否从种种束缚中解放出来,让憋屈的企业家们在市场的天空

下自由呼吸和奔跑,这是关键之所在。

宏观地看,吴海们的憋屈,可以说是正在重构的政商关系新常态的典型写照。过去两年间,李克强总理走访了诸多企业,听取来自这些一线的真实的声音,这其中不乏民营企业。他愿意听到那些活生生的案例,转而以此作为推动下一步政府改革的动力,在很多场合,他鼓励企业大胆地诉苦、吐槽,原因也在于此。

吴海愿意向总理诉说,企业家们能够公开讨论政府行政过程中存在的种种弊端,并提出解决方案,这应该归功于新一届政府力推的简政放权。这恰恰说明过去被扭曲的政商关系正在一点点地被矫正,那是一种权力绑架市场,资本借助于权力搞定的灰色关系。而现在,那种关系在潜移默化但却不可逆转地宣告着结束。让市场在资源配置中起决定性作用,权力必须回到制度框架下,并且接受监督。李克强总理说,“有权不可任性”,但他又说“政府为企业争利就是为国家谋利”。我们相信,政府的权力清单、责任清单和市场的负面清单,将成为构造阳光下的新型政商关系的新起点。

就此而论,与其说吴海们是在“吐槽”,不如说他和那些和他一样的企业家们,是在用这样的方式为政府正在推进的改革投下信任票,是在用行动表达对这场“政府自我革命”的支持,他们希望看到这样一场深刻的触及灵魂的变革能够进行到底,并愿意主动地承担起企业的社会责任。这样的良性互动关系,也将成为新型政商关系塑造的最佳催化剂。如果我们由乐观,有理由相信所有的梦想都能够实现,吴海们终将不再憋屈,是因为在这场变革中,我们每个人都不是旁观者,而是积极理性的参与者。(据《经济观察报》)



## 低首付虽好 也需理性对“贷”

3月30日,央行网站发布《中国人民银行、住房城乡建设部、中国银行业监督管理委员会关于个人住房贷款政策有关问题的通知》。根据这项“新政策”,居民贷款购房不同情况的最低首付比例均有所降低。

根据“新政策”,拥有一套住房但购房贷款未结清的家庭,如果还需购买普通自住住房,虽然不能再申请住房公积金委托贷款,但可以申请商业性个人住房贷款;已结清相应购房贷款的缴存职工家庭,能够以30%的最低首付比例,再次申请住房公积金委托贷款购买普通自住住房;而缴存职工家庭使用住房公积金委托贷款购买首套普通自住住房,最低首付比例为20%。从中可以看出,“新政策”鼓励“合理住房消费”,优先保障无房者的购房需求,也将促进住房公积金发挥对此的支持作用。

不过,近日也有媒体报道,广州、杭州、南京等地,出现了不同程度的“公积金账户额度紧张”,一些地方推出或重启“公积金转商业贴息”贷款方式,也有一些地方采取轮候制,需要申请人“排队”。

李克强总理曾在今年的两会记者会上强调,“强化地方政府合理调控房地产市场的责任,因地制宜,分城施策。”人民银行、银监会各级派出机构也应根据通知要求,按照“因地施策,分类指导”的原则,加强政策指导,做好贯彻落实、监督和政策评估工作,从而有效防范风险,促进当地房地产市场平稳健康发展。

随着最低首付比例的降低,一些地区的公积金管理机构将面临贷款额的爆发式增长,个别地区的公积金账户额度会面临愈加严峻的考验。此刻,地方政府协调得当的重要性也就愈加凸显,应以理性态度,摒弃依靠楼市推高GDP的旧路子。

最低首付比例的降低,对楼市的刺激是不言而喻的。银行面对更大机遇的同时,但也风险也将随之增加。对于人口密集、贷款总额需求极大的地区,“因地制宜,分城施策”是平稳推进“新政策”落实的理性选择。

房地产商可以顺势减少“库存”,但不应盲目开发新盘,维护资金链安全运转,更要避免再度令“新城”陷入“高空置率”的泥潭。

而对购房者来说,最低首付比例降低并不意味着可以拿到更多的购房贷款。购房者也应充分考虑自身的支付能力和还款能力,理性购房,避免生活质量被动数十年的房贷束缚住。

## 现代版丝绸之路 呼唤更多商业化元素

叶檀 一带一路、亚投行以及东亚经济共同体,让世界看到中国和亚洲在经济一体化上的决心。这是中国从陆路、海洋与空中,全方位主动与世界接轨的行为,前所未有的。

在以往中国与外界交往的历史中,民间通过陆路或者海上丝绸之路进行的经济贸易展现了强大的活力。就在郑和率领庞大舰队七下西洋的同时,中国东部沿海地区民众则是为了谋生活,带着丝绸、瓷器九死一生下南洋,走出了非凡的路子。

与古代丝绸之路一样,现代版的丝绸之路要获得巨大成功,同样要突出其商业属性。先有市场,其后才有战略,这是合理的逻辑顺序。

在现代版丝绸之路面临的几大考验当中,融资是最重要的之一。根据相关部委负责人就“一带一路”建设问题答记者问时所显示的顶层设计,资金来源于亚洲国际货币体系,深化各国金融合作,充分发挥丝路基金以及各国主权基金作用,引导商业性股权投资基金和社会资金共同参与“一带一路”重点项目建设。

吸纳国际资金包括与外国政府的合作。目前作为亚洲基础设施投资银行的亚投行的设想获得广泛支持,截至3月29日,随着丹麦、澳大利亚等国家宣布申请加入创始成员国,亚投行意向创始成员国已增至42个,这是个了不起的成就。围绕亚投行各国的诉求更务实,中国吸纳各国进入亚投行的方式更国际化。同时也说明亚太世纪并非空穴来风,各国都意识到抛弃亚太等于抛弃未来。

亚投行定位为一个商业化多边银行,而不是纯粹的发展援助机构,这使得亚投行有更多的商业运作空间。目前,亚投行法定资本规模为1000亿美元,参考世界银行和欧洲投资银行的资本与借贷比,亚投行可为基建贷款的资金规模大约为法定资本的100%~175%,约1000亿到1750亿美元(每年约300亿美元)。

据预测,从2010到2020年的十年间,亚太地区的基础设施建设投资预算将需要约8万亿美元。这样的规模如果仅靠亚投行一家机构,是不敷所用的。未来假如基建融资通过公私合作(PPP)募资,亚洲基建贷款的总额将超过上述数值,亚投行的法定资本规模未来也可能再提升。

对此中国政府将鼎力支持。中新社3月28日电,中国国开行董事长胡怀邦当天在海南博鳌论坛上表示,国开行针对“一带一路”已建立项目库,涉及64个国家约900个项目,投资金额逾8000亿美元。这是个雄心勃勃的计划,8000亿美元相当于去年全国一般财政收入的1/3左右。另据统计,截至2014年底,国开行国际业务贷款3198亿美元,其中表内贷款余额2762亿美元,按照人民银行统计口径,国开行外汇贷款余额占全国金融机构外汇贷款余额的29%。不过,即使这样,国开行的贷款余额依然难以支撑8000亿美元的贷款需求。

去年11月,中国政府正式宣布出资400亿美元成立“丝路基金”,这是目前唯一配套“一带一路”建设的专项基金,该基金需要民间基金的大力支持。另据《证券时报》3月29日报道,各地方政府“一带一路”拟建、在建基础设施规模已经达到1.04万亿元,跨国投资规模约524亿美元。

仅靠政府力量不足以支撑巨大的资金需求,也难以提高效率。中国需要更多国际支持与商业化运作,同时也需要更明确的游戏规则和更明确的盈利模式,以吸纳民间资金。

投资都会有风险,葛剑雄先生在《一带一路的历史被误读》中提到,历史上的丝绸之路只能运送丝绸等奢侈品以覆盖高风险,目前风险仍存,如地缘政治、沿线国家政治稳定、法律、产业周期等等,更需要微观市场主体做明确的判断进行投资。

有了战略规划,建立游戏规则,让市场获得主动权——由此将更有利于让现代版丝绸之路兼顾激情与理性,也更有利于让这一宏大构想从空中平稳着陆到地面。

## “老干妈”不赚中国人钱 哪来的税金

余胜良 对企业管理和发展,“老干妈”陶华碧自有一套,但是这种认识还停留在原始阶段。遗憾的是,陶华碧如此受追捧,显示国人并未意识到这一点。

两会期间,有记者提及“老干妈在国外的价格是国内的好几倍”,陶华碧回应,“我不赚中国人的钱,就赚外国人的钱。”

这个回答有几层意思:1、有爱国心;2、她可以控制国内外价格;3、国内市场没利润。

将做企业和爱国或者民族联系起来,其实是标榜和绑架,大可不必提到如此高度,做好企业就行。有个爱国者品牌高举爱国牌,现在知名度越来越低了。

众所周知,产品定价权掌握在市场中,陶华碧无法主导,就像可口可乐也无法擅自改动可乐售价一样,陶华碧也无法给国内产品定低价,给国外定一个高价,这一切都是市场行为。

至于“不赚中国人的钱”这种说法也不成立,老干妈现在是个大品牌,公司规模也不小,每年上缴数亿元税金,没利润怎么走到今天?

另外细想来,老干妈在海外还是卖给华人,说起来赚的还是华裔的钱。

这句话就像街头小贩和顾客讨价还价,潜意思是利润空间不大,是个有良心的商家。但假若让柳传志说联想电脑不赚顾客的钱,他一定说不出口。现代企业家喜欢利润并无须讳言,利润空间不大那是产品没做好,是不光彩的事情。

陶华碧关于不上市这一条特别为世人津津乐道。陶华碧称,“我坚决不上市,一上市,就可能倾家荡产。上市那是欺骗人家的钱,有钱你就拿,把钱圈了,喊他入股,到时候把钱吸走了,我来还债,我才不干呢。”

尽管有些公司的确是为圈钱,但上市更重要的作用是规范治理,融资并购,将产业做大做强等。美国高科技巨头都是上市公司,中国优秀企业也基本上市。



至于陶华碧所说别人将钱吸走,她来还债这个说法很难理解,似乎是说PE占了便宜,最后留下一地鸡毛。其实,PE并不是只摘果子,PE也帮助很多企业成长壮大。

华为是另一个被拿来抨击资本市场的案例,任正非认为一旦上市股东们就会套现走人,没办法同舟共济。

从既有案例上看,的确有这种现象,比如有的公司高管宁可辞职也要及时套现,阿里巴巴和谷歌上市之后都出现员工离职潮。一部分是觉得工作太苦想休息一下,一部分是想创业。但并不会阻止公司继续发展,这不过是公司和员工互相成全的案例。

从大的方面讲,股权上市交易实在是个创举,股权上市就增加了整个社会财富,假若股份不能流通,无法交易,那就只是纸面财富。

陶华碧另一个知名的观点是,“我从不欠别人一分钱,别人也不能欠我一分钱”。

不借贷当然没压力,但这并不值得学习和倡导。经济运行的核心是金融业,金融业起到资源配置作用,将社会闲余资金积累起来,投向能赚钱的行业。借贷可以集中力量办大事,也可以让资金更有效率。

国家发行国债投资于建设,这就是花未来的钱,对拉动经济增长有好处。相信老干妈也得益于中国经济借债式发展。

不借贷只能靠自身积累,速度比较慢,也容易错失机会。

老干妈语录中有这么一句:“千万千万不要入股、控

股、上市、贷款,这四样要保证,保证子子孙孙做下去。”谁都想做百年老店,但是这四样并不是成功秘诀,做家族企业当然可以不上市,但是子孙是否有经营能力和兴趣,是没有人能打包票的,国外很多家族企业正是在上市之后才做大做强。

陶华碧的认知来源于自身经历,她事业顺利,让她信心十足,但有些观点并不是真知灼见,她的成功主要还是产品质量过硬和决绝的打假态度。

## 别让微信营销 成为监管的真空地带

王地 根据2014年消费投诉情况报告的相关数据,江苏省苏州市工商局第一季度受理微信“点赞”营销投诉及咨询共55件,南京市工商局2014年接受微信营销类投诉119件。投诉主要针对消费者点赞、转发、关注和购买朋友圈商品后,经营者承诺可以获赠或抽奖,事后以各种理由不兑现;购买朋友圈里的商品有质量问题,退换货。(《中国青年报》3月26日)

悄然间,微信营销开始成为新的投诉点。随着微信朋友圈内售卖商品逐渐成为一件时髦事,“微商”这个词也走进普罗大众中间。实际上,微商的含义不止微信营销这么简单,微商指的是在移动终端平台上借助移动互联网技术进行的商业活动。当然,微信营销是目前最普及的一种方式,很多人不堪朋友圈的商业资讯骚扰,逼不得已屏蔽好友的朋友圈信息,而与此同时,很多人也从中受益。但是,微信营销过程中产生的诸多法律监管问题,不容忽视。

众所周知,微信朋友圈里的人,大部分是朋友,或者至少有过一面之缘,那么这种所谓的“熟人交易”,一旦发生问题,谁来保护?有观点认为,微信营销应受消费者权益保护法(下称消法)保护,另一种观点则认为微信营销不属于该法保护范围。笔者倾向前一种观点,朋友圈卖家兜售的商品是全新的,不是闲置转让的,应该认定为经营者,且微信虽然是一个沟通平台,但是通过朋友圈的诱导式点击可以直接进入交易平台的界面,应该受到消法的保护。

但很遗憾的是,2014年3月15日起施行的消法以及国家工商总局出台的《网络交易管理办法》,到目前为止,都缺少对微信营销的规范性条款。没有针对微信营销的法律监管措施,一些不法之徒很容易钻法律漏洞。目前仅有微信平台方加以监管,包括对发布销售信息的个人或商家的严格资质审核,采取对售假账号进行永久性封停等措施,尽管有一定整治力度,但显然在约束的强制力上尚显不够,必须尽快在制度层面加以细化明确。

那么,在现有法律对微信营销的界定并不清晰的情况下,一旦发生问题,消费者维权又该往何处去?传统商业活动中的买卖行为,一旦发生纠纷,其投诉受理按区域管辖,消费者可以直接到商店所在地消协去投诉,然后消协跟商家、消费者进行电话沟通或者当面调解,但在微信营销中就完全不一样了。笔者以为,面对这种电商新形态,应打破属地管辖的限制,探索一些新的解决方式。比如构建统一的微商投诉中心,由国家工商行政管理机关组建,微商信息发布者必须得到工商部门的资质审核通过,未经审核一律不得在朋友圈发布交易信息。同时建立健全微信朋友圈购物产生纠纷后的相关仲裁组织机制,使小额纠纷能够得到高效简便的仲裁。

总之,中国经济新常态下的微商发展趋势,对移动互联网时代的消费者权益保护提出了挑战,相关方面有责任做好法律监管和日常服务管理工作,让微时代的商业环境得以净化和有序发展。

