

“不裁员补贴”如何发 不妨学学芬兰

■ 吴江 自由撰稿人

从今年起,厦门市不裁员、少裁员的企业将可获得稳定岗位补贴。近日,厦门市人社局发布新政,就做好厦门市失业保险支持企业稳定岗位工作的有关问题做出明确规定。根据新政,在厦门市行政区域内,按照《厦门市失业保险条例》规定参加失业保险并缴纳失业保险费,且上年度未裁员或净裁员率低于厦门市上年度12月份城镇登记失业率的企业,可以申请领取稳定岗位补贴。(2月17日《海峡导报》)

“不裁员补贴”的推出当然不乏善意。对于不裁员的企业,由失业保险基金给予补贴。不仅有望控制产业结构调整期的失业率飙升现象,为企业转型减压,同样也意味着员工不必直接面临失业,而将获得更长的择业过渡期。有了“不裁员补贴”,产业结构优化调整减少

中国药企是否关心“感冒药的口感”

■ 杜学峰 职员

猴年春节,600万出境过年的中国游客“刷出”境外消费900亿元人民币的新纪录。如果还“爆买”动辄数万元的奢侈品、上千元的智能马桶盖、电饭煲等高端耐用品,那就OUT了。“新华视点”记者采访发现,这个春节,儿童感冒药、卫生巾、丝袜、安全套、指甲钳、保温杯、电动牙刷、钢笔等一大批低价日用品纷纷登上“热卖品榜单”。(2月17日《现代金报》)

外国的月亮当然不见得比中国的圆,但,如果在制造业上客观评断,即便不是引力波时代已经到来,中国制造依然还有很长的快速奔跑的空间。一句话,纵使眼睛不是雪亮的,消费者断然也不是傻子,“爆买”背后,怒其不争才是主因。

前两年,日本马桶盖在中国制造业内掀起“腥风血雨”,国内马桶盖企业纷纷“意难平”,怪中国消费者见异思迁。去年底,国家质检总局抽查智能马桶盖,“合格率仅为60%”。这酸爽的数字,算是为各种傲娇的埋怨深深打脸。是啊,大飞机和高铁都有了,圆珠笔芯却造不好,天理何在呢?

春节去国外“买买买”,其实也挺无奈。大包小包,拖家带口,算汇率、比价格,各种托运和清关的麻烦,没事谁愿意吃这份苦。如此费心巴力,道理其实还是那个道理:就像一次入手20盒感冒药的上海妈妈说的,对比日本感冒药与国产感冒药,二者在成分原材上差别并不大,但“日本感冒药的口感明显好很多,且有专门针对小孩的十几种不同口味,包装精致、设计也非常可爱,哄孩子吃药省力多了。”有钱有闲,谁都想选择更好的。但这事还是让中国制药企业深感耻辱,因为“事实上,很多日本药的原材料都是从中国进口,但国民仍赶到日本‘抢药’,这说明在产品品质、附加值、消费体验方面,中国药企还有很大差距。”原材料都一样,不过一转手,这“妙手生花”的本事,果真很玄幻?

答案恐怕未必太复杂。只须问一声:中国药企在乎过消费者的口感吗?

“感冒药的口感”,听起来有些奢侈,在实际消费体验中,却是很走心、很实用的一件事。在感冒药上绣出花儿来,是制造业的真本事。如果在药企的眼里,消费者只是持币待宰的虚拟群体,只是市场交易中的对立方,那么,它们自然不需要细分消费需求,不需要照顾看似“小众”的消费心理。最大的心愿,就偏移到广告忽悠、包装过度、价格投机等领域去了。

还是数字最有发言权:一方面,2014年,国家药审中心接受新的药品注册申请8868个,“这里面重复申请,无效、虚假申请的数量很多,尤其是改变剂型、包装、药品名称的药品注册数量,这也使得药品注册审批过慢。”另一方面,有数据显示,总体上国际新药研发费用大约需要5亿美元至10亿美元,占营业收入的比例超10%。而随着国内上市公司2015年年报的披露,截至2月16日,总计有7家药企披露了研发费用总额及研发费用总额占其去年营业收入的比重。其中哈药股份的医药研发费用为最高,不过,占其去年营业收入的比例仅为1.27%。

心在什么地方,脚就奔向什么方向。旅游季成了海外淘的“爆单季”,中国制造真该放下身段,听听市场怎么说、猜猜消费者怎么想。

阻力,实现更加平滑的过渡,的确值得期待。

事实上,对于身处瞬息万变市场之中的企业而言,无论是生存下去,还是保持竞争力,其实都需要不断根据市场的变化做出调整。而调整经营策略的过程中,人员的变化自然在所难免。一些因市场萎缩转换而导致的业务缩减与关停,必然意味着相关从业人员的裁减。既然如此,深度的产业结构调整,带来结构性的失业,很多时候在所难免,而失业率过高对于社会稳定性的影响则不言而喻。对员工而言,遭遇裁员,同样是件残酷的事。在相关岗位上多年获得的从业经验,在市场上未必能够找到对应的岗位,由此对个人和家庭基本生活造成的影响,的确不应忽视。如何避免企业大量裁员,如何将失业率限制在可控范围,自然值得探究。

不过,既要调整优化产业结构,又要

在这个过程中不裁员,二者之间的矛盾其实显而易见。毕竟,产业结构的优化调整,必然意味着对新技术、新技能的需求,而过往业务的萎缩与放弃也必然意味着相关从业人员必须面临重新择业。可以设想,不裁员必然意味着仍将占用企业运营的诸多资源。拖着一条“不裁员”的尾巴,能否顺利实现产业优化调整,恐怕需要打上个问号。而“不裁员补贴”这一有违市场规律的政策,究竟是会让企业转型更加平滑,还是会形成阻力和障碍,倒是更令人担忧。

此外,按照“不裁员补贴”的相关约束,所需资金将从失业保险基金中列支,补贴标准为企业及职工上年度实际缴纳失业保险费的50%。所谓“不裁员补贴”,本质上不过是一企业上年度缴纳失业保险费的部分退还罢了。对那些经营无压力,根本无需裁员的企业而言,“不裁员补贴”自然拿来全不费功夫,而真正面临裁

员压力的企业,仅仅是上年度实际缴纳失业保险费的50%,恐怕远远不足以缓解这一压力,这一机制能否雪中送炭,也仍需打上问号。

而面对裁员,其实并非只有“补贴”一招。诺基亚出售手机部门,芬兰员工大量被裁,芬兰政府并未允诺“不裁员补贴”,而是努力促成失业人员“软着陆”。除了诺基亚进行3年期的转职计划,将员工转移到其他具有发展潜力的领域,为员工创业提供财务支援之外,芬兰政府也提供拨款、创业计划,以及其他培训项目,帮助数以千计的失业工程师成为创业者,成为芬兰经济活力的新源泉。

可见,“不裁员补贴”的背后,企业经营压力与困境,或是不争的事实。但真正意义上纾解产业结构调整下的企业裁员困局,“不裁员补贴”显然不如减税对新经济方向的引领、以及务实的创业优惠政策来得有效。

解决消费外流不能流于“心动”

■ 张国栋 职员

商务部的数据显示,2015年中国游客在境外消费约1.2万亿元,继续保持世界主要旅游消费群体称号。过去中国游客被称为“行走的钱包”,而随着电商的便利、代购的红火,不“行走”也能做“钱包”。专家称,解决消费外流问题要从供需两方面着手。(2月14日《法制晚报》、新华网)

随着国人的腰包越来越鼓,出境旅游成为一种时尚。然而,很多人出境时,醉翁之意不在“游”,尽在淘宝购物上。这不,春节长假刚结束,一条“春节出境游爆买成主流 中国游客购物消费占55.8%”的消息又占据了版面。

虽然,中国游客给复苏乏力、信心不足的世界经济带来暖意,世界也期盼中国游客带来更多鸿运。但目前的现实是:境外消费快速增长,国内消费增速却在放缓。这无论从拉动内需还是稳增长的角度看,都不是什么好兆头。由此,一些网友发出“肥水流入外人田”的感慨,更有人觉得此乃崇洋媚外、消费缺乏理性、钱多人傻使然。

可常识是,如果在家门口就能购买到物美价廉的商品,谁愿远涉重洋去海淘?不必看到,消费所以外流,主要是受服务、差价、安全性等多重因素的影响。其中境内外消费价差的存在,是刺激大部分消费者选择境外消费的主因。所以专家说了,这折射出我国高端零售行业在应对“消费升级”方面存在诸多不足,要从供需两方面着手,推进国内商贸流通企业减免税费,降低终端售价。同时要加强对民族工业的扶持,培育“精品消费”品牌,让民族品牌质量提升成为消费回笼的“压舱石”等等。更有企业表示,要创新让利,把外流的消费给“夺”回来。这些固然都不错,然而问题在于这只是想想、说说而已的“心动”,并非付诸实际的行动,因此对于解决消费外流问题,依然意义不大。

事实上,对于消费外流问题,无论其症结所在还是解决之道,我们已经知道得不少。然而这些年来,多是流于空

口论空话的“心动”,真正付诸实际行动的不多。每当消费外流成为新闻,大家就下意识“心动”一下,过后似乎就忘了,并没有去行动,以致问题日渐其大。专家预计,未来中国消费者对中高端耐用消费品牌的需求将进一步增加,回流海外消费任重道远。如何将“心动”尽快变成行动,显然才是其关键。

好在,中央经济工作会议已经强调,要推进供给侧结构性改革。不难发现,这是适应和引领经济发展新常态的重大创新和必然要求,也是解决消费外流的根本所在。过去我们强调在需求侧发力,对准了民众需求动力不足的问题。现在,问题转移到了供给方面,就是要解决供给无法满足消费者的需求问题。期待此番高层的“心动”,能够促进有关部门、企业的行动,切实推进供给侧结构性改革,在提高“中国制造”质量和档次的同时,减免税费让利消费,改进服务吸引顾客,让外流了的“肥水”从境外回流,让中国经济再迈上新台阶。

微信提现收费算“雁过拔毛”吗

■ 邓海建 媒体人

最近,微信突然宣布,3月1日起将对微信的零钱提现进行收费。不少用户觉得,以后将收到的微信红包钱提到银行卡都要被“剥削”,难以接受;也有用户认为,自己在银行提现时从来没有被收费,为何在微信提现要收费?由于微信表示“提现收费是用于支付银行收取的手续费”,银行人士“喊冤”,称银行对微信收费的业务与提现并无关系。(2月17日信息时报)

微信红包提现时却被微信“雁过拔毛”——这让原本“随你提现随你飞”的画风,出现了不大不小的逆转。

微信团队称,计划向用户收取的提现费率为0.1%,而微信需要支付给银行的手续费率平均高于0.1%。之前一直都是微信帮用户承担这部分费用,但是由于业务增长迅速导致成本压力剧增,微信已经难以承受了。说得挺可怜的,其实不过一句话,软件商都是一条路上的:先是赔钱赚吆喝,等用户粘性强了,自然就要正襟危坐来算账,提现收费就成了最后一只靴子罢了。

微信提现收费,说白了其实就是两层意思:一是看得见的成本考量。比如就算银行对微信是“慈善妈妈”一样免费到底,但平心而论,微信运营本身就是有成本、有支出的,贴钱还是赚钱,都是商家的自由。只要这个市场是开放竞争的,甚至收费这件事,都没什么解释的必要。商家的定价权,还是要尊重的。二是逼着用户去消费,以此拓展自营业务。比如在微信构建的消费场景中,超10万家零售门店、超8万家餐厅、超600家停车场、3000家以上加油站等有合作关系;此外,线上还有京东、美团、携程等商户。不提现,可以消费,甚至还可以投入“微信理财”的怀抱。这样的心思,也是司马昭之心。当然,还有人看得更远,认为这样的收费举措,实质是倒逼国内银行业降低第三方支付的门槛。移动支付成了大势所趋,银联等层面不为微信、支付宝等降低收费,消费者享受的“免费大餐”,终究有一天要底儿朝天。

说得更明白一些,关于微信提现收费,舆论该秉持两重起码的理性:一方面,收不收、怎么收,都是商家的事。不

能说你免费惯了,就认为收费是不合理的,更不该扣上“悖逆互联网+”等帽子;另一方面,与其关心BAT的具体收费政策,倒不如关心互联网市场化进程。比如在微信提现收费的时候,支付宝提现还是可以免费的,百度钱包也宣称不会跟进。那么,你有更多选择,他有更多偏好,有平衡的竞争关系在,就别怕这种收费“狮子大开口”。

今年春节,微信以收发321亿个红包在各个平台中一骑绝尘。于此背景下祭出提现收费政策,估计也有十足的底气。而早在去年底,央行发布《关于改进个人银行账户服务 加强账户管理的通知》,鼓励银行对存款人通过网上银行、手机银行办理的一定金额以下的转账汇款业务免收手续费。若银行并无业务倒逼,那么,微信如今之举,难免令人侧目。但不管怎么说,能玩红包、能快捷消费的,不止微信一家,把抱怨化为用脚投票的力量,远比小心眼的吐槽来得强。

它收它的费,你投你的诚,只要市场没有垄断,各自爱怎么玩,别客气,请随便。

土地账阳光化不能光打雷不下雨

■ 黄春景 职员

1999年—2015年这十七年,可谓中国历史上土地资产化最迅猛的年代,也是中国房地产业发展最迅猛的时期。卖地收入约27.29万亿,年均1.6万亿。然而,对于巨额土地收入的使用去向,鲜有城市政府对外公开,公众难以知晓。加之近年来频频有政府官员因在“土地出让”环节上贪腐涉案,“土地钱”的监管争论一直存在。(2月16日《第一财经日报》)

27万亿的卖地收入,这不是一笔小数目。面对如此巨额公共资金,不能让公众“雾里看花”,有必要交代资金的来龙去脉。27万亿卖地收入的背后,不透明的资金去向难免存在或多或少的问

题,或许将有意想不到的“收获”。特别是在“有贪必肃、有腐必反”的时代背景下,“土地账”绝对不能成为一笔糊涂账,应该毫无保留地将资金去向公之于众。

近年来,土地财政为地方财政提供了重要的资金支撑,却也因此滋生了不少问题。当前,卖地乱象主要表现在以下几方面:一是使用随意性大,监管过于疲软。如一些地方同意在未来多少年内,将土地开发的增值收入优先用于国有企业债的资本金偿付。二是由于缺乏应有的监督,“土地腐败”案件屡见不鲜。三是盲目卖地,城市的繁荣只是表象,内里依然隐患重重,不利于城市的可持续发展。四是自己关起门来决策,鲜见公布账目表,大都处于“内部消化”。

去年,土地出让金审计结果披露,违规使用土地出让收入7800多亿,足见市场信息不公开、不透明的问题比较严重。审计揭示和反映了重大违法违纪、重大损失浪费以及乱作为、不作为等问题,特别是对侵害人民群众利益、官商勾结、中饱私囊、倒买倒卖土地获得不正当利益等问题。那么,面对27万亿的卖地收入,是否也存在类似的问题,亟需一场这样的“审计风暴”。

27万亿的卖地收入,折射出国内土地市场的繁荣盛宴。但其背后,巨额的“卖地”收入资金如何使用,这是值得重视的关键节点。这些卖地收入究竟用在什么地方?用途是否合理?有多少用在老百姓身上?这些收入不能是一笔糊涂账,应该让社会和公众充分享有知情权才是。遗憾的

盘算赔钱卖高铁 眼光应该向前看

■ 翁志刚 职员

中国为啥要“赔钱”卖高铁?曾经,在印尼高铁争夺上中国完胜日本,中日双方印尼高铁方案中:日本方面提供0.1%的贷款,而且贷款需要印尼政府担保,还款期限为40年;而中国方面是提供全额贷款,无需印尼政府担保,还款期限为50年。消息一出,各位勤俭持家的小伙伴们就开始盘算了。(2月15日 凤凰财经)

中日双方印尼高铁的承建上在前段时间可谓到了白热化阶段,经过百般周折,中国最终拿下了这个世所瞩目的标案。然而事情到这里还没有完,经过两相对比后,发现中国提供的方案更加优惠,在贷款利率和印尼政府是否担保方面都是如此。随即,中国为他国赔钱建高铁的声音也在网络上广泛出现。

中国高铁走出去,是不是在赔钱赚吆喝?中国为啥要赔钱给他国建设高铁?种种声音,一时间此起彼伏。

谁会赔钱跟别人做生意呢?对个人是如此,对国家也是如此。高铁走出去,一方面来说,这不仅是高铁大战略,而且是国家大战略。所谓一流企业卖标准,二流企业卖产品。这句话放在国家身上同样也适用。虽然此次中国承建的印尼雅万高铁只有区区150公里,对比每年我国建成投产的3000公里左右的高铁里程算不得什么,但是,这却是一个名副其实的“插旗动作”。也就是说,像印尼这样一个具有2.5亿人口的东南亚大国,以后再要建设高铁,无论怎样的规模,必须要使用中国标准,以图与原先业已完成的高铁进行对接。更为重要的是,其他东南亚国家如果想联通印尼高铁,也须使用中国标准。这就是典型的“插旗效应”。

其次,高铁卖出去的不仅仅是车厢,而是一整套的配套系统,除了线路建设工程以外,还卖牵引供电设备、通信信号设备、桥梁涵洞设备等等。意思就是说,一个高铁的发展和出售,能够带动背后国内成百上千个的企业,能够促进十几万乃至几十万人就业,“外差效应”即为如此。总而言之,获利是长远的,而产业链更是能够得到预期效应的发展。

高铁走出去固然值得高兴,但是也有奇谈怪论说:“与其卖给他国高铁,不如把这些钱发给老百姓”。笔者对此不禁哑然,这不是典型的杀鸡取卵的思维吗?养鸡就一定今天必须吃肉?留着下蛋难道不是长远之法?国家发展看长远,只盘算当下,这是短视行为。更何况,国内民众收入水平的提高重要的不是福利,而是创造更多的就业岗位。不管是我国近期密集的对外投资、“一带一路”以及高铁走出去的战略,其实根本目的之一就是要为了给国内提供更多的就业。躺着享受天上掉下来或者国家提供的福利固然舒服,但是对于个人或者国家来说,这并非是好事儿,好逸恶劳,必是祸患。小伙伴们,你们说是不是呢?



内容提示:昨天,李女士带着9岁女儿乘高铁从合肥到南京。成人票价180元,女儿享受半价,加上2元手续费,应该是92元,可是补票的票面金额却是97元。为什么多出5元?乘务员表示,可能是空调费等不打折。现代快报记者拨打12306咨询,客服表示,儿童票是在公布票价上打折,而官网上的成人票价是执行票价。至于公布票价是多少,这名客服却说不清楚。对此,南京市消费者协会秘书长许明表示,这种情况,消费者可拒付。(2月16日《现代快报》)

是,这些年的卖地收入犹抱琵琶半遮面,经过千呼万唤最终还是遮遮掩掩,难以见到真面目。比如,2011年我国土地出让金的收入超过3.15万亿元。此后三年的数据则分别是28886亿元、41250亿元和42940亿元。对于这些资金去向,终究还是呈现“雾里看花”的局面。

按照现代财政制度的要求,有必要对每一笔钱都已交代清楚。自2007年后土地出让收入就已实行收支两条线,按理说卖地收入的账目应该十分清楚,但这些年来资金去向却鲜有公开。就算是在每年召开的两会上,土地出让金在财政预算报告中也只给出一组笼统数据。如何让土地买卖完全在阳光下运行,进一步加强对土地出让收入的监管?问题依然有待深入求解。