

要完人慈善家 还是要创新企业家

■ 舒圣祥 媒体评论员

“有些假货比正品质量好。”面对不怀好意的断章取义,阿里巴巴创始人马云近日在《华尔街日报》上发布公开信,称阿里巴巴对假货零容忍,不会姑息纵容,会坚决打击假冒商品。他同时表示,“我们不要忘记,这这将是一场持久的战斗,而且没有任何捷径可走,因为这是和人性的贪婪做斗争。跟回避这个问题比起来,我更愿意讲真话。”(6月24日《新京报》)

最近,马云曾多次慨叹“创建阿里巴巴是自己最大的错误”。很多人觉得是装逼,其实是,没有那样的人生境遇,自然会体会不到那样的全世界烦恼。俗话说过“家有家本难念的经”,企业亦如是。当你把企业做的足够大,所需承受的必然越来越多,很多不是你的责任也会被归为你的责任,很多不是你的问题也会被归为你的问题,被断章取义,被恶意攻击,甚至被妖魔化。

“大品牌通常用很多OEM(代工生产),中国有全世界最多的OEM,他们没有渠道,但忽然他们发现可以通过互联网卖产品。生

“鸡蛋壳上盖章”既能防伪也树品牌

■ 霍寿喜 职员

65岁的王生成是商洛市商州区牧护关镇冈家河村人,他在家散养土鸡,每天早上都要骑着摩托车,驮着30斤鸡蛋到商洛城区来卖。最与众不同的,是每个鸡蛋上都有一个他盖的章子。“万一有啥问题,买的人随时来找我。”王生成用自己的方式,给买鸡蛋的人吃了颗定心丸。(6月29日《华商报》)

显然,这位65岁的老汉在自家卖的土鸡蛋壳上盖章,本意是防伪和打假,因为去年有人买了他的鸡蛋和一般鸡蛋混卖。在土鸡蛋壳上盖了章,有人再想把土鸡蛋和假的土鸡蛋混在一块出售,就不大可能了——防伪和打假的目的都达到了。

不仅如此,笔者认为,王生成老汉在鸡蛋壳上盖章,也体现出一种品牌意识。蛋壳上的章内含四个字“生成散养”,意思是“王生成家散养的鸡生的蛋”,这其实就是老汉家土鸡蛋的品牌名称。

众所周知,品牌不止是一个牌号或产品名称,它还是产品属性、名称、质量、价格、信誉、形象等的总和,是一种有别于同类产品的个性表现。

与别的卖蛋者相比,王生成老汉卖的鸡蛋上有章,这明显就是一种个性表现。

从质量和属性上说,王生成卖的鸡蛋因为都是散养鸡生的,所以味道和营养都上佳,是城里人喜爱的绿色食品。

又因为每天都要卖30斤土鸡蛋,其销售已经有了一定固定的时间和销量,许多顾客(如新闻中的赵师傅)常年买王生成老汉的鸡蛋,说明这鸡蛋有市场,价格也比较合理。

更为重要的是,因为鸡蛋壳上有“生成散养”,如果顾客觉得鸡蛋不好,可以随时拿回来换,并且是以一换二。如此有诚意的售后服务,不仅让买鸡蛋的人心里踏实放心,也大大提升了“生成散养”鸡蛋的品牌形象,达到了“一传十”“十传百”的广告效应。

英国脱欧对中国是有利的信号

■ 杜才云 职员

英国脱欧公投结果6月24日出炉,英国民众最终选择脱离欧盟。这一结果尽管并非完全出人意料,但还是在全球激起了千重浪。各国政要和媒体都迅速做出了反应。(6月24日中国日报网)

“一石激起千层浪”。从地理位置上看,遥远的欧盟与中国,貌似没有啥关系,其实,关系很大。

欧盟作为一个强大的整体,统一对外,可与任意大国抗衡。中国与其中任何一国交往,都要受到欧盟的左右,不利于中国对欧盟的政治、经济、军事外交。如果欧盟土崩瓦解,回归“各自为政”的时代,中国可发挥优势,根据经济发展需要,与其中任意一国进行自由交往。欧盟的“墙脚自己垮个缺”,笔者看来是个利好消息。

俗话说,“公婆话长,难添衣裳”。欧洲300多年历史,先进的企业管理经验,军事技术等都与我国互有借鉴,在互利互惠的大原则下,中国的发展需要与世界各国特别是欧洲各国保持友好自由来往,但大前提是受其他势力干涉。

从中国对欧洲的交往实践来看,欧盟影响中国对欧洲各国交往的广度、深度和力度。如果欧盟垮了,对欧交往或能获得更大国际空间、取得更多的成果。

产正品和仿品可能就是同一个工厂,他们的产品不见得比正品差,同时有更好的价格,他们面对的不是知识产权问题,他们面对的是新的商业模式问题。”就这话,被翻译成了“马云挺假货”。马云不得不自己再翻译一遍:这些新的基于互联网成功的企业,正在给那些基于传统成熟的零售商业模式的品牌商带来巨大的冲击。

看清这个趋势的人,很多早已成为淘宝的顶级卖家。他们不再满足于单纯做代工,而是自创品牌自搞设计,借助互联网平台突破传统销售渠道壁垒,以更好的质量更低的价格华丽转身。这样的产品,显然不能简单归为“假货”。就像一个汽车企业,之前只生产合资车,现在推出自己的品牌,你能说这些都是“假货”?我们制造业的优势,借助互联网销售渠道,正在实现与需求的直接对接,这是一个进步,更是一个趋势。

当然,就像你去国内任何一个商品市场都难免发现假货,商品数量难以计数的阿里巴巴同样存在假货问题,这一点毋庸讳言。但这真的不是哪一家电商平台的问题,如果只是某个平台的问题,那么其他电商平台就

短缺药,仅有定点生产还不够

■ 张国栋 职员

近日,国家卫计委药具管理中心发布的《2016年临床必需、用量小、市场供应短缺药品定点生产企业招标评审结果》显示,北京华润高科天然药物有限公司、哈药集团制药总厂等5家药企获批定点生产3类短缺药。专家表示,定点生产的方式还需更多配套措施,否则效果难以显现。(6月29日《每日经济新闻》)

近些年,各地不断传出有不少廉价药和救命药陷入短缺状态。如解救农药中毒的氯解磷定、抢救休克用的去甲肾上腺素、抢救肝素导致出血的鱼精蛋白等药品频频告急,备受社会各界广泛关注。现在,又有5家药企获批定点生产3类短缺药,这意味着,因定价低廉,曾经一度供应困难的“救命药”、短缺药在定点生产的模式下有望破局。但后续效果如何,恐怕还是一个问号。

有分析认为,导致急(抢)救药品短缺的

不应该有假货,或者,在互联网电商平台起来之前,国境之内压根儿就没有假货——事实显然不是这样。道德评判是简单的,但是泛道德化是可怕的,对任何一家企业而言,都是不能承受之重。

事实上,那种不明真相以正品价钱买到假货的情况,已经越来越少;真实的情况是,某些人基于性价比的优势,并不在乎正品与仿品,甚至主动选择仿品。有需求就会有市场,这是经济学的规律,这才是假货问题难以治理的真正原因。如果所有消费者都像抨击电商卖假货时一样嫉恶如仇,电商平台根本不会有假货存在的空间。相比线下交易,线上交易更容易让假货现身,让消费者更容易区分。

挥舞道德大棒的时候都是正人君子,掏钱做交易的时候却又遵从私利选择,而且,叫的越狠的往往私下选择时越自利。对成功企业家的道德绑架,因此是人性恶的表现。就像比尔盖茨,曾经是叱咤风云的商业天才,可是当微软足够强大,各种非议与攻击四起,他最后选择慈善,可以说是主动的选择,也可以说是修复形象的无奈。但是自此之后,微软似乎不再有能让人眼前一亮的产

原因是多方面的,既有原材料产量减少、原料药供应不足的问题,也与质量标准提升和原材料、人工等价格上涨、生产线要求提高、企业生产成本逐年上升有关,企业利润空间不断被压缩,供应意愿下降。有些药品由于用量小、临床需求不确定致使供需难以有效衔接。换言之,短缺药出现的实质是制药企业难以从中获利,自然难有动力去进行生产。

其实这只是一个方面。虽然国家在2012年时就出台了《关于对用量小、临床必需的基本药物品种实行定点生产试点的实施方案》,表示试点品种价格采取政府定价管理,应保证生产企业合理盈利,调动生产企业的积极性。同时各地公立医院采购定点生产范围内的基本药物品种时,优先按照国家发改委确定的统一价格采购定点生产企业生产的品种。可事实上,目前定点生产对解决短缺药问题仍效果不大,没有几家定点生产企业是真正获利的。

切断“毒肉链”需动真格出重拳

■ 黄春景 时评人

日前,如皋市人民检察院对公安部、最高人民检察院挂牌督办的“11·11”特大制售有毒有害食品系列案提起公诉,39人被告上法庭,其中已有22人被分别判处有期徒刑8个月至8年不等的刑罚。据了解,这一系列案件的涉案有毒狗肉1万余斤、毒鸟11万余只,氰化物1000余斤,涉及江苏、安徽、上海、山东、天津等多个省份,大量有毒狗肉、鸟肉流向餐桌。(6月29日《扬子晚报》)

曾经一度,因毒奶粉、毒大米等事件的发生,令国人对我们自己生产的食品安全性失去了信心,而今发生的毒肉事件又让人们对食品安全多了一份警惕。据报道,所查获的1.4万斤药死狗肉,一半已上餐桌,且涉及多个身份,毒狗、毒鸟如此大范围的流向,不得不令人忧心忡忡,暴露出对狗肉、鸟肉等特殊肉类制品的监管疲软。食品安全监管防控体系已经到了再反思、再升级的时候,编织出一张没有丝毫空子可钻的严密法网,已显得刻不容缓。

食品安全要“标准”更要“监管”

■ 张东阳 职员

今天,国家卫生计生委举行2016年全国食品安全宣传周主题日活动。截至目前,国家卫计委已发布683项食品安全国家标准,加上待发布的400余项整合标准,共涵盖1.2万余项指标,初步构建起符合我国国情的食品安全国家标准体系。(6月22日《经济日报》)

对食品安全,百姓期待甚多,中央此前组建了统一的食物药品监管机构,食安委统一领导、综合协调作用初步发挥,一定程度上解决了监管中存在的多头管理、分工交叉、职责不清等突出问题,但问题依然不少。其中之一就是有关食品标准不统一问题,为此,国家卫计委回应群众的呼声,会同相关部门,利用3年时间牵头完成了清理整合现行食品标准的任务。新的整合标准已全部通过食品安全国家标准审评委员会审查,将在2016年陆续发布实施,有效解决以往食品标准间矛盾、交叉、重复等问题。

品出现,一个纯粹的企业家终于成了一个纯粹的慈善家。

不是说慈善家不重要,而是说把企业家里都逼成慈善家,是人才的浪费,是社会的损失。让我们BAT的领头人,都不再发挥各自天才去给我们带来最好的产品,而是在舆论的道德大棒下纷纷扭头去专业做慈善,这难道就是我们想要的吗?笔者想说的是:如果真的关心假货,就请在掏钱交易的时候拿钱说话。如果我们还需要企业家,就不要动辄胡乱挥舞道德的大棒。



不过值得注意的是,这并不都是药价低廉惹的祸,更非定点生产造成的过,而是销售层面出了问题。一是医疗机构不愿采购,即便采购了一些医生也不愿用,使短缺药品无用武之地。二是存在拖欠药款等“刁难”药企的行为,使企业难以为继。结果使得短缺药品定点生产这一被人寄予厚望的模式到头来徒具其观,效果难以显现。

可见,对于短缺药品实行定点生产尽管很有必要,但仅有这样的定点还不够,必须有一系列的配套政策作支撑、去约束。其中的关键,就是要破解销售层面存在的问题。这不仅需要药企及时掌握医疗机构的用药需求,合理安排生产,更需要医疗机构摒弃只要贵的不要对的等唯利是图习,需要医德医风回归和诚实信用。有了这些方面的支撑和约束,才能保证市场上短缺药品不再短缺,廉价药也才可能成为患者的救命药。

食品安全的“毒瘤”恐怕很难切除。

虽然这次问题食品案件,涉案人员受到了法律的惩处,22人被分别判处有期徒刑8个月至8年不等的刑罚。然而在现实当中,舌尖上的安全,涉及的环节和因素非常多。对于制售有毒有害食品,在刑事处罚之外,需要鼓励市民主动进行民事诉讼,借鉴国外法律,建立较高的惩罚性赔偿机制,提高个人或企业的违法成本。此外,可以考虑进一步加重量刑,加大对危害食品安全犯罪的打击力度,以此达到震慑不法分子的目的。面前利益诱惑,倘若打击力度不够硬不够狠,犯罪分子难免还会孤注一掷、铤而走险。

食品安全问题是关系民生的重要问题,牵动着公众的神经。我国已颁布《食品安全法》,在维护食品安全方面起到了重要的作用。面对一半已上餐桌的“毒肉链”,不仅需要从产销各环节加大对“毒肉链”的打击力度,更需要借助法律编织一张惩治危害食品安全犯罪的法网。唯有监管动真格、法律出重拳,才能有效切断这条“毒肉链”,更好地保障群众餐桌上的安全。

潜规则”,“其产销链遍布各地”的现实。

诚然,监管部门监管失控,确实有体制机制问题,存在执法人员深层的利益冲动。媒体报道称,现行体制下,一些地方监管部门的办公经费和人员工资,要依靠上级返还的收费罚款来“解决”,这多少造成了一些部门和工作人员“执法为利”。既然一些地方的监管部门办公经费和人员工资都是靠“罚款”挣来的,他们存在的目的就不是为着“消灭食品安全隐患问题”而存在,而是要“放水养鱼”,让被监管者不断“违法生产经营”,然后他们就可以不断地从这样的违法“罚款”中得到源源不断的薪水保障,因此,部分监管人员“每天就想着如何创收”。加之食品安全监管部门众多,基本上都是九龙治水,因此,监管者普遍存在这样的心态:我这里没管住,自然会有别人来管;反过来,如果我花了大量人力、物力去管,食品安全不出问题反让其他部门“搭便车”……

如此心态和如此体制性问题,也是监管者不能真正以百姓食品安全为己任进而“狠

企业面对打假的大责任与大困局

■ 邓海建 媒体人

23日,《华尔街日报》刊发了马云的署名文章。文章除再次深度阐释了阿里在知识产权保护方面的立场、态度、坚决和坚持外,马云着重强调:世界正在经历令人惊叹的变化,阿里巴巴有责任分享及提醒商业合作伙伴们我们观察到的新趋势、潮流和内心的真实思考,未来也将坚持分享。(6月23日新华网)

阿里若为假货背书,这确实是个严肃的问题。何况,今年4月才接纳阿里成为其会员的全球最大反假货组织“国际反假联盟(IACC),隔月突然宣布暂停其会员资格。深陷假货舆论漩涡也好、背负打假社会责任也罢,无论大道理还是小逻辑,阿里确实需要对假货有个清晰的姿态。

当然,逼着马云先生去世界舆论场发声的,是不久前其在阿里巴巴投资者大会上的一席话。“大品牌通常用很多OEM(代工生产),中国有全世界最多的OEM,他们没有渠道,但忽然他们发现可以通过互联网卖产品。(因此)生产正品和仿品的可能就是同一个工厂,他们的产品不见得比正品差,同时有更具竞争力的价格,他们面对的不是知识产权问题,他们面对的是新的商业模式问题。”此后,有部分海外舆论认为马云在宣扬“假货比真货质量还好”,继而令本就积怨已久的国际大牌义愤填膺。

碎片化解谜,确实是真相的整容师。马云借假货质量谈渠道反思,若脱离具体语境,就成了法盲的势利独白。阿里打假的态度,是敏感而典型的。电商自身的BAT地位,市场承载量与社会责任,规则意识与知识产权策略……都有着意味隽永的色彩。尽管阿里有打假国家队、有“灭绝师太”掌舵打假工作,也尽管据美国《福布斯》称,2013年以来,阿里巴巴共花费1.6亿美元来解决这一被马云称为“毒瘤”的问题——但,网民们的经验性的购假体验,还是将阿里钉在舆论的烤架之上。

能力多大,责任就有多大。作为电商巨头,也没什么好叫屈的。不过,跳脱具体的是非之争,眼下的市场打假,似乎有种值得警惕的趋势:热衷夸张表演,忽略细致工作。打假这件事,正从不声不响的内心戏,演绎为夸张绚丽的舞台剧。好像只要把打假秀的分贝调高一点,只要把“禁绝假货、严打刷单”的字体加粗加大一些,有了“初心”作证,就死而无憾了。可问题是,全球每年的假货销售额在2500—6000亿美元之间,这庞大的体量,紧靠表决心、秀忠心就能解决?而如果目光更长远一些:从秀水街、七浦路、罗湖城到微博、朋友圈,假货或假名牌泛滥席地而来,与互联网技术或电商平台,究竟是怎样的因果关系呢?

有关打假,共识毋庸赘言,但亟待厘清的,还有两大前提:一是认清假货的来龙去脉,不能“就假论假”;二是打假要声势,但豪言永远不如壮举,扎扎实实的行动胜于口惠而实不至。此前,国家工商总局发布《流通领域商品质量监督管理办法》,明确了平台经营者的责任和义务,算是给电商敲了警钟。但,真正的“打假大计”,权利人是第一责任人、职能部门是第一负责人,大数据、跨境合作、平台构建“家规”等,是不可或缺的整体布局。

阿里在打假中有大责任,亦面临大困局。某种意义上说,马云怎么说,不如看看阿里怎么做。再说,规矩有了,制度在了,就算电商们对假货“宠爱有加”,那又有什么关系呢?一个成熟健康的市场,自有其内生的秩序逼着参与者渐次走向公平与正义。

心”监管的原因,这才使得看似分工明确的监管部门存在监管缺失和放水养鱼等问题,最终造成了食品安全事故屡屡出现。

今年初,中央再次下“狠心”,采取党政同责、标本兼治的办法,加强统筹协调,加快完善统一权威的监管体制和制度,落实最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责“四个最严”要求,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。

法规上的严格不是真正的严格,真正落到实处的严格,真正严格执法的行为才是真严格,才有真效果。食品安全的标准是前提,但却离不开严格有效的监督管理、处罚和问责,否则,遇到心慈手软的监管者和利欲熏心的食品生产者,食品不可能“自觉”地“安全”起来的。要让法规制度和标准真正发挥作用,就要让人们知道,无论是食品标准制订者,还是有关法规执行者,同样也要每天面对食品问题,同样每天都要吃饭。