

红包攻下专家“高度肯定” 举国精品？

杨涛 财经评论员

“某某产品获得专家一致赞赏，并通过详细论证给予高度评价。”如此溢美之词不时出现在大众媒体之上，甚至肆无忌惮地传递给消费者。可是，这些被所谓的专家高度肯定的产品真的制作精良，品质一流，出类拔萃吗？未必！只要您留心观察，会发现如此种种不过是企业通过运作专家而批量生产的谎言，不仅不能相信更不能轻言肯定，如此欺骗国家、社会、民众的瞎扯会，理当进行严厉打击。

这样的“研讨会”、那样的“推荐会”、变着花样的“鉴定会”、流于形式的“论证会”，早已变成专家、学者、官员的作秀会、红包会、吃喝会，今天飞上海、明天飞北京、后天飞广东，成了一些专家、学者的主要工作。

不管这些人是不是专家，是不是学者，只要花钱当上个协会会长、秘书长，买通媒体拼凑几篇理论文章，就变成了行业专家、经济学者。每到一地，说几句不痛不痒的废话、编造几段不合逻辑的赞美，骗上几顿吃喝、收上一个红包，成就一款世界第一、出类拔萃的精品，便大功告成。这就是当前我国部分专家、学者乐此不倦的“高度肯定”。

改革开放以来，我国科学技术进步神速，借此春风企业不断创新，社会经济快速发展。但是，进步、创新、发展并不代表我们已经走在了世界的前列，对于品质好、品牌响、规模大等方面的鉴定，不仅仅是停留在专家的肯定，最主要的是接受消费者的肯定才是好产品。一些变味的专家观点、评价早已背离了科技创新、转型升级的实际意义。

历年来，几乎随时会接到各种各样的

产品推荐会、产品鉴定会、产品研讨会、产品论证等等形式的邀请、通知，翻开其中专家的名单，熟悉的专家名字、说不清来源的学者名单、含糊不清的官方背景、欺世盗名的显赫头衔，让行业人士摸不着头脑，搞不清方向。隔日，出现在新闻媒体的报道，百分之百的赞美、一致的好评成就了组织这些会议的企业、协会甚至官方，什么“世界第一”、“做工精良”、“国际领先”、“全球之最”等等莫须有的头衔被冠给了企业所生产的产品，协会所出台的概念、官方颁布的规划上面。如此的评价？真实否？可信否？

曾几何时，笔者有幸接触到专门搞此类会议的中间机构，他们的许诺让你大吃一惊。不管是什么级别的专家、学者、领导，在他们的协调下，只要你愿意出钱，都能给你请到位。“红包”给得越大，产品的质量就

越好，“红包”给得越多，产品的科技含量就越高。在这样的背景之下，国货能够出精品吗？

既然是论证、研讨、鉴定，为什么只有单方面的赞美之声，而找不到对于企业、产品有任何实际意义的建议、评价？由此看来，只能说明举国上下，专家泛滥、学者忽悠、企业喜欢这样的模式，不管有没有科技含量、学术成果，只要有专家的肯定，就能包装出世界第一、全球领先的技术、产品，可以大肆宣传，窃取暴利。其后果无非是肥了企业、捧了专家、害了国家、骗了百姓，最终只会彻底地毁了辛辛苦苦经营起来的企业。何必呢？

有人说，这不能怪企业，只能怪消费者的要求越来越高，这不是废话就是鸟语，社会在发展、经济在腾飞、老百姓的生活水平在不断的提高，对于生活质量的要求肯定

会越来越高。作为企业生产不出好产品，研发不出精品竟然将责任推给消费者，这是奸商的唯一表现，花大价钱请专家、学者忽悠，难道就能成就企业的成长吗？纯粹是“无稽之谈”。

更有甚者，通过贿赂专家、学者、官员，达成某种协议，造假欺骗财政补贴，不仅是祸害消费者，更是糊弄国家科技创新的决策，欺骗国家的经济政策扶持。对于此类现象，国家有关部门当引起高度重视，重点清理伪专家、伪学者、伪协会、伪企业、伪产品，营造一个公开透明、清正廉洁的科技创新、转型升级的良好氛围，真正实现科技是第一生产力的实际意义，为国、为民做点可圈可点的人事、正事和实事。更期望，全国民众集体参与监督，不能给学术腐败、专家哄骗、企业忽悠一丝一毫的可乘之机。

实现“打飞的”是对航空改革的检验

堂吉伟德 职员

迹象表明，中国的低成本航空有望迎来一个新时代。民航局已经联合国家发改委，取消了国内航空旅客运输票价的下调幅度限制，航空公司可以根据市场供求情况自主确定票价水平。这样，低成本航空公司就能充分发挥价格优势、惠及大众。中国民航局副局长复兴华表示，未来几年要大力发展低成本航空。（11月7日《广州日报》）“打飞的”于我们来说还很陌生，不过新近发生的例子可以起到窥斑见豹的作用。据报道，英国人萨姆·库克尼因不堪英国伦敦的昂贵房租，其在西班牙巴塞罗那交通便利的地段租一套廉价公寓，每天坐廉价航班往返两地，其花费居然比在英国租房更经济实惠。假若这种“打飞的”能在国内实现，那么在北京上班在山西住宿就不会成为奢谈。

作为一种公共交通，低成本飞机在国外并不鲜见，这也是国内航空业未来发展的方向。据调查，现在中国低成本航空的市场占有率仍然相对偏低，只有5%。这远低于欧洲及北美等相对较成熟的市场45%左右的市场占有率。可以说，国内低成

本航空市场有很大潜力。

与国外低成本飞机不断进入、抢滩掠地相比，国内低成本飞机发展还处于初始阶段。居高不下的票价，严格的管控措施，有限的空中资源，再加上国内航空票价尚未实现市场化的情况下，若没有配套的政策支持和一系列的综合性改革，那么“打飞的”就很难“从天空落地”。

相比于国外低成本航空公司竞争，国内航空公司处于绝对的劣势，而且主要表现在机制性方面。首先是国内航空公司的不可控成本太高。据民航业内人士透露，目前不可控的成本占了航空公司的70%之多。决定廉价航空成败的是不可控成本，比如航材、燃油及飞机的起降费用等。但目前这两个行业处于高度的垄断地位。其次是政府的严格管制和其他因素，使之缺乏竞争力。放松对民航运输相关产业的政府管制和强化这些行业的竞争，将有助于降低航空公司的运营成本，使航空公司从中受益。再次是空域资源不足导致空中管制增加，由此造成的大量航班延误，若在一段时间内无法得到改善的话，那么航空成本无法下降，“打飞的”也难以实现。

实现“打飞的”是对航空改革的检验，低成本航空的发展涉及机场收费、运价管

理、航线航班的市场准入、飞机引进等多方面配套政策的调整，降低成本是其核心，放开价格虽然迈出了极为重要的一步，但在目前的情况下，也只有象征意义。价格首先取决于成本，而控制成本就必须进行综合性配套改革，具体来说：一是要制定行业发展规划，并出台相应的政策；二是要给予税收、费用等方面的扶持，实行政策性降成本；欧洲一些国家廉价航空取得成功的关键是，政府作为坚强后盾，在公共政策上给予大力倾斜；三是打破航油、航材垄断，引入竞争机制；四是要放松管制措施，增加空域资源激活竞争；五是要大力发展支线航空，鼓励航空企业内部挖潜和压缩管理成本，变不可控成本为可控成本。

实现“打飞的”不仅关乎票价高低，更意味着航空业将由高端型消费向满足大众经济型消费扩展，这是一次理念的创新和营运模式的改变，也是对行业调整与改革的检验。“打飞的”的实现状况如何，决定于改革的成效。如此看来，“打飞的”从梦想照进现实，还有很长的路要走。而如何实现，既取决于决心，更落脚于智慧。当务之急是，应将大力发展低成本航空由共识转化为行动。

央企员工的年薪为何那样“红”？

吴江 自由撰稿人

日前，有媒体对113家央企及其上市公司在岗职工年平均工资进行整理，发现2012年央企及其上市公司共287家在职员工平均工资为111357元，相比2011年平均工资102965元增长了8.2%，是私企平均工资的3.8倍。报道同时也提到，央企职工工资的涨幅有减缓的趋势，然而垄断企业的工资仍然远高于社会平均工资。（《现代快报》11月7日）

领跑者始终处于领跑的位置，要说并不值得大惊小怪。毕竟，领跑者本身就有着领先的优势，只要不犯下“龟兔赛跑”那样的低级错误，无需使出浑身解数，便可继续轻松领跑，没把跟随者多甩出几个街区，已经算是留足面子了。

从这个角度来看，最新的统计数据，央企员工平均11万的年薪，是私企平均工资的3.8倍，既然只是多年来的格局继续维持，要说并无太多新意。即便引发新一轮的“羡慕嫉妒恨”，也不过是老生常谈罢了。据说，要想不开心，最快的捷径就是和别人比，尤其是以人之长比己之短，而比薪水，则更是立竿见影。既然如此，看薪水榜单，的确需要足够淡定，真要把持不

住，倒是不妨提前绕道。而薪水榜单的排行格局，自然也没有理由为了照顾谁的心情，往上窜下跳。

事实上，由于行业的差异和职业性质的不同，非要各行各业的薪酬大差不差，本身就是违反市场的规律。现实中，不同行业与职业之间的薪酬存在差异，不同的人力资源对应不同的市场薪酬，原本合情合理，也天经地义。例如，承担较高风险的行业，自然薪酬也比较高，但却需要承受比较大的波动。而相对风险较低的行业，则往往薪酬偏低，但却稳定，也就是俗话说的“旱涝保收”。从这个角度来看，薪酬呈现出高低差别的不同格局，甚至与行业职业呈现出极大的相关性，也在意料之中。

不过，这是否可以解释央企年薪的一枝独秀，乃至始终领跑呢？不可否认，更有市场竞争力，更具盈利能力的企业，为此做出贡献的团队获得更多的薪资回报与收益，当然无可非议。在这方面，央企的体量所带来的规模收益及其身份所带来的市场地位，的确存在着天生的优势。尽管号称要不断向民资开放市场，但短期内私企要想撼动央企的地位，即便不是完全没可能，也难度极大。既然如此，具备市场优势的央企，平均年薪一枝独秀，似乎也能

说得过去。

然而，企业的竞争力优势究竟来自何处，才是其收益分配的依据所在。对于央企而言，无论是规模收益还是市场优势，恐怕并不能归于人才或团队竞争力，至少，对于处于垄断寡头地位的央企而言（这些央企的员工薪资在央企中也恰恰是领头羊），巨额利润的获取，显然并不归功于其员工，而得益其市场专属的定位。既然如此，这类央企的高收益其实更应归属国资的资本收益，而不是由其员工分享。某种程度上，央企以其与生俱来的市场定位优势而获取的利润，却拿来奖励员工，本身倒是涉嫌国有资产的流失。不仅如此，人才无需有竞争力，薪资却有竞争力，央企薪酬的一枝独秀所导致的后果，必然是人才资源配置的扭曲，以及对私企的不公平竞争，而这恐怕比薪酬不公本身，对实体经济的危害来得更大。

基于此，回答“央企员工的年薪”为什么那样“红”？显然不能总是顾左右而言他，更不能常年我行我素、岿然不动。至于缺乏参照的央企薪资该如何定，其实也绝非难题，假如给不出有说服力的理由，央企员工的薪酬，不妨参照对应岗位的市场薪资。

不惜通宵排队，不惜坐飞机去国外购买，就是证明。那么作为苹果公司来说，越是得到消费者如此的厚爱，就越应该珍惜消费者的这种信任，越应该厚待自己的消费者，真正把消费者当成是自己的“衣食父母”来看。

但是从苹果公司这几年的表现来看，显然是难以令人满意的。除了最新曝出的操作系统只能进不能退之外，先前被曝光的售后服务中的种种霸王条款，更是激起了广大消费者的强烈不满和质疑。现在企业的产品要取得市场上的成功，靠的无非就是产品质量和售后服务，但苹果先是被曝出售后服务有问题，又被曝出产品设计存缺陷，长此以往，必然会造成用户的流失，导致越来越多的用户行使自己用脚投票的权利。

人可以咬苹果，但“苹果”不可以咬人，“苹果”咬了人，人就会扔掉“苹果”，去选择其他的手机品牌，反正现在手机市场竞争那么激烈，离了谁都行。

戏·画·闲·言

一个“招呼”值千万

吴之如·文并画

新华社报道，检察机关指控，冯伟林利用其担任湖南省高管局副局长和湖南省高管局局长等职务之便，单独或伙同亲属非法收受贿赂170多次，折合人民币4000余万元。冯伟林的一个“招呼”能够换来高达千万元的贿赂回报，而其家人以及核心圈下属也成了代言人和受贿通道。（《新京报》11月7日）

一个“招呼”值千万，缘由就是这“招呼”是从执掌大权的公仆嘴里吐出的。说穿了，以千万求得权势者的一个“招呼”，不过就是一笔权钱交易的暗中买卖而已。之所以要掌权公仆“招呼”，不外乎欲办之事不合政策或有其他难言之隐，需要违规开恩罢了。谁都明白，这样的换来千万“好处”的“招呼”多了，恰是官场与社会腐败祸水横流的标记，不但是党和国家的灾难，也是人民群众的灾难。

幸好，腐败虽然猖獗，但如今反腐败的清风也很给力，大有一阵紧似一阵的势头。譬如这名以一个“招呼”就能轻松挣得

千万横财的冯“原局长”，就在反腐劲风中落马了，值得百姓拍手称快。同时，值得人们注意的是，这位巨贪“原局长”端坐马上威风凛凛之时，在各种场合宣称“廉洁是对父母最大的孝顺”这一廉政格言，曾在湖南高速系统广为传播。贪欲无度却又满口“清廉”，成为这个时代贪官污吏的一大特色。有道是：

一个“招呼”值千万，权钱交易干得欢；公仆蜕变成公害，贪婪载进腐败潭。

看起来，冯“原局长”一个“招呼”就能捞千万“实惠”，那是何等神气何等风光的人生“成功”啊。但是，在铁面无私的法律面前，倘他尚能幸保一命，恐怕也难逃长期甚至终身监禁的严惩了。以自己的政治生命和人身自由去赌一夜暴富的疯狂游戏，在他身上结出了无法逆转的恶果，这笔买卖是亏是赚，或许他在铁窗之内度余生时仔细盘算了的。

可见，握有各种权力的公仆，还当牢记党纪国法，手莫乱伸，“招呼”也莫乱打，真正落实廉政纪律，才能保一世清名，因而保一生平安。



人可以咬苹果 “苹果”不可以咬人

苑广阔 职员

“我把iPhone4S系统升级到ios7后，卡得厉害，电池也不耐用，手机很容易就热起来。”一位消费者近日向记者抱怨。最让他感到郁闷的是，他想退回ios6系统，但苹果的技术人员告诉他：不可以，苹果不允许系统倒退。“这一定是苹果的阴谋，不让用户卡个不停，只好买苹果手机！”这位消费者说。（11月7日《新京报》）

苹果手机的系统只能进，不能退，对于不慎升级了系统的用户，要想手机用起来不堵不卡，就只能更换新的苹果手机。对于这种现象，到底真如有些消费者猜测的那样，是苹果公司的“阴谋”，还是一种无心之失？虽然最终答案我们目前还不得而知，但是苹果公司在产品操作系统上的这种“缺陷”或者是不人性化的设计，确实引起了很多消费者的质疑。

稍微懂点电脑或者是手机知识的人都知道，新的软件系统往往会対机器硬件

有着更高的要求，如果机器硬件配置过低，那么软件就无法正常运行，或者是影响用户的使用效率和效果。这时候，最好的解决办法，就是卸载新系统，重新安装回原来的与机器硬件相匹配的老系统。如果企业真的能够为消费者的利益着想，能够坚持人性化服务的原则，那么就应该在产品设计的时侯，允许用户在新旧系统之间自由进退，自由选择。

很显然，这在技术上应该是没有什么问题的，因为其他品牌的手机，都不存在操作系统只能进，不能退的现象，向来以创新和技术闻名于世的苹果公司，更不应该存在什么技术障碍。所以即使排除了有消费者猜测的苹果公司“阴谋论”，但苹果公司在进行产品设计的时侯缺少对用户利益的考虑，缺乏人性化服务的意识，却是不争的事实。

以技术创新为最大特点的苹果手机，在全球拥有无数的超级粉丝，一些粉丝为了在第一时间买到最新的苹果产品，甚至