互联网商战,呼唤“伟大的对手”

■ 姜赟

商场并非你死我活的战场,即便是商业对手,也可以是事业伙伴。待到功成名就时,更应当为有一个“伟大的对手”而庆幸。

从“双十一”到“双十二”,寒冬里的中国电子商务,热度不降。毫无疑问,这个市场的蛋糕仍将不断做大。但采取何种竞争手段分享这块蛋糕,值得思考:是越“暴力”越给力、越“出位”越有为,还是有别的更好方式?

留意网上广告的人,时不时会看到竞争对手叫板互掐。比如,某网络购物平台在一些都市媒体上刊登整版广告,画面以打脸为主题,向商业对手隔空叫板。作为回应,一个“回扇巴掌”广告同时在网上传播。双方语言都有出格,以至于我们不忍直视。甚至还有渲染暴力的,譬如某化妆品电商网站的吉祥物“直接踢飞”疑似竞争对手的猫狗动画形象。这样的广告,与其说富有创意,不如说变了味儿。

或许,商家本意是在比较中凸显自身优势,为消费者选择提供参照信息;或许,是希望在较劲中萌发创意,让消费者印象深刻。更或许,以为自己是电商,比的就是“一鸣惊人”,要的就是“任性”“放肆”,然而,他们忘了,再任性也不能逾越相关法律,再放肆也不应自毁长城。广告自有其法律禁区,我国明确规定,广告不得贬低其他生产经营者的商品或者服务,因此比较广告也被喻为“悬崖边的舞蹈”。如果语言低俗暴力,攻击意图明显,触犯了相关广告法不说,公众也不可能买账,网友用“节操碎了一地”来评价近期广告恶战,不就是有力的证明吗?

广告互掐只是商业对手明争暗斗的一个侧面。犹记当年蒙牛伊利的“抹黑门”、腾讯360的“3Q大战”,将互联网作为战场,明枪暗箭互射。如今,仍有一些竞争对手,制造似是而非的信息,刻意抹黑对手,污染商业生态。而法律能够插手的案例目前并不多,这从一个侧面反映出,与网络服务模式的更新速度相比,法律规定相对滞后,一些法条相对模糊,网络企业缺乏足够的主观动力和客观标准来规范自身行为。

正如工业时代的到来不等于工业文明的成熟一样,信

息时代的到来也不等于信息文明的成熟。作为一个新兴行业,互联网尤其是电商,当前急需形成严格的行业自律、完善的市场制约,杜绝不正当竞争甚至是恶性竞争。当然,信息文明的成熟,不仅体现在行规、法律的跟进完善,还需要电商以道制利。纵观商业史,没有一个伟大的企业是靠雕虫小技和阴谋诡计成就的。失去商业伦理支撑的企业,或可显赫一时,未必能在社会尊重下持续辉煌。商场并非你死我活的战场,即便是商业对手,也可以是事业伙伴。就像可口可乐与百事可乐、麦当劳与肯德基、苹果与三星等等,正是强劲对手的存在,彼此不敢懈怠,互相促进、共同进步,保障了消费者的利益最大化;而合作的信条,促使双方维护整个行业的健康发展,从而保证自身利益持续发展。待到功成名就时,更应当为有一个“伟大的对手”而庆幸。

信息时代呼唤新商业文明。这种文明,当以“开放、透明、分享、责任”为核心,是在竞合中创造机会,让协同共赢成为商业生态的主流。这是一个充满了不确定性的时代,也是一个充满美好想象的时代。对于电商生力军而言,不仅要成为更有效率的经营者,还应顺应时势成为更高价值的实践者、新时期商业文明的有力建设者。

勿让南水北调 变成南水北“耗”

■ 魏梦佳 林晖

南水北调中线工程12日正式通水。历经半个世纪的等待,南方的江水终于得以北上,为北方“解渴”。然而,调水之后,我们是否就能“高枕无忧”?

多位专家表示,尽管南水北调来水后将提高沿线城市供水保障率,却仍不能从根本上扭转北方严重缺水的困局。将来之不易的外调水高效用好,科学调配水资源并加强全社会节水,才是缓解水危机的长效方法。

多年来,对水的掠夺、浪费和污染触目惊心。不知不觉间,透支的水资源已成为华北可持续发展的严重障碍。而令人痛惜的是,在许多领域,耗水“无底洞”依然存在。因城市管网漏失率高,“关不紧的水龙头”和“漏水的马桶”致使自来水白白流失;部分农田仍沿用粗放灌溉方式,粮食产出少耗水量大;高尔夫球场、滑雪场等“耗水大户”比比皆是,高档洗浴场所、水疗中心遍地开花;在不少洗浴中心、健身房,许多人水龙头哗哗一开就是一两个小时,毫无节水概念。

如果继续这种粗放式用水,想用多少就用多少,调来再多的水也无济于事。水资源短缺的紧迫形势让我们必须重新审视人水关系,调整治水思路。全社会各行业“拧紧水龙头”势在必行。

一方面,生活中要倡导人们文明节水的生活方式,形成“节水光荣、浪费可耻”的社会风气;另一方面,也要调整工业、农业的产业结构和布局,加强节水设施的应用推广,提高用水效率。此外,有关部门也要加大执法力度,对乱接水、偷水等浪费水行为予以严惩,抑制高耗水行业,对用水大户加强监管。更重要的是,强化水资源环境刚性约束,坚持“以水定城、以水定地、以水定人、以水定产”的思路,以水资源、水环境承载能力来调整未来城市发展规划,建立水资源高效集约利用体制。

唯有此,才能不让南水北调沦为南水北“耗”,才能不辜负水源地及沿线人民的深情厚谊,才能在人水和谐之路上实现我国可持续发展。

遏制突击花钱 需织密制度笼子

■ 汪军 甘泉

年底“突击花钱”的老问题,今年又被关注。最新数据显示,今年前11个月,全国财政支出126308亿元,距离全年预算还差17.5%的进度。如果预算都要花掉,就意味着有超过2.6万亿元的支出预算将在剩下的一个月时间里完成。“突击花钱”反复发生,的确让很多人耿耿于怀。

年底“突击花钱”与制度规定存在着密切关联,也必须从制度着眼寻求破解之道。由于中央财政资金通常需要经过层层审批才会到达地方,这客观上缩短了地方一年内“花钱”的有效时间,这就要求地方就如何用好财政资金制定出更加科学、更为细致的进度表,这无疑是遏制“突击花钱”的有力抓手。

不少业内人士指出,一些地方的预算编制不够细化,不少项目拿到财政资金之后才开始做准备。如果在财政资金拨付之前,就有较为科学的规划,就能据此对一些重要建设项目提前准备,从而有效减少年底花钱扎堆现象。

人们更为关注的,其实是一些地方在没有明确具体的支出用途之前,就先期从财政资金中切分出一些款项,交由各部门自行决定这块开支。一些部门拿到钱之后“不知道往哪儿花”,拖到年底了又不想被财政收回,于是想方设法花出去,这是年底“突击花钱”中社会反映最为强烈的方面。

织密加强财政精细化管理的“笼子”,科学合理确定财政资金的用途,真正把有限的财政资金用到更值得花的地方,“好钢用到刀刃上”,减少不合理开支,杜绝浪费行为,使财政资金更好发挥出推动经济社会发展的支撑作用,真正造福于民。

岁末安全警钟 不能忘

2014年就将结束,往年,每到岁末就会集中出现各类安全生产事故,引发舆论的关注,考验着公众的承受力。

为何年末成了安全生产事故的高发期?这和部分地区和行业“唯GDP增长论英雄”的考核机制有关。

在这种考核体系下,地方政府和企业在年初制定生产任务时,往往脱离自身实际情况,一味追求“高增长”。临近年末,企业为了完成既定生产目标,甚至超额完成任务,便忽略安全监管,甚至对出现的事故隐患视而不见,导致事故频发。

著名的“海恩法则”指出,每起严重事故的背后,必然有29次轻微事故、300起未遂先兆以及1000起事故隐患。

回首历年来那些令人痛心疾首的重大安全生产事故,我们发现,几乎每次灾难来临之前,征兆早已显现。事故之所以没有在更早的时候发生,只不过是“运气好”而已。

面对一次次轻微事故的发生,一次次未遂先兆的提醒,地方政府和企业负责人仍然熟视无睹,直到难以挽回的灾难来临。这不仅仅是相关人员疏于监管的不作为,也折射出了某些人对于生命的漠视。

中国要发展,但不要“带血”的GDP。为加强安全生产,近年来中央制定了不少法律法规和政策措施,但各地事故仍然不断出现。这需要政府制定更为明确、可量化的考核体系约束各级官员,彻底摒弃“唯GDP至上”的思维。如今,我国经济进入“新常态”,在增速换挡的同时,更加注重经济增长的质量和人民生活水平的改善。在此语境之下,人的生命远比一组组冰冷的数字有意义、有价值得多。笔者希望,各地企业和主管部门能够真正从心底里重视起安全生产工作,并落实到行动当中,为每一个鲜活的生命负责,让安全警钟长鸣,使今年岁末尽可能成为安全太平的岁末。

以信用惩罚治 “空中任性”

■ 商旸

发飙撒泼,辱骂空乘人员,扬言炸机,致使航班折返……日前个别中国游客大闹亚航航班,原因尚不得而知,影响则极为恶劣。这次任性可谓“任大发”了。

没有无缘无故的爱,也没有无缘无故的恨。虽然从江苏省旅游局在其官网上发布的调查结果看,中国游客纯属无理取闹,但此次“空中任性”事件的诸多细节仍有待考证,真正的过程仍有待还原。

但有一个事实是板上钉钉的,就是同机的乘客,没招谁,没惹谁,就因为少数人的行为,就付出了不小的时间和经济成本。

任何一个成年人都应该明白,在飞机上不可“轻举妄动”,否则就是对自己和他人的生命安全的不负责,就是对公共秩序的漠视。

但遗憾的是,近些年,飞机上抽烟、打架等乘客“空中任性”的新闻时见报端。这种不顾他人安危的行径,已经造成了不良的社会影响,必须得治一治。

对此次“航班返航”事件,江苏旅游部门已经拿出了惩治意见,不仅要对涉事旅客罚款、责令其支付赔偿,还打算将这种不良行为信息纳入个人信用记录。

显然,后一惩罚更具长效性和牵涉度,因为它将任性游客的行为污点,扩展到可能涉及信用使用的领域中,将产生更为深远的制裁效应。

这种做法的效果近期在最高法治理“老赖”的惩戒措施中已经体现出来了:凡是信用缺失、被列入失信执行人名单的个体,要被禁止乘坐飞机、列车软卧,还要限制乘坐高铁、动车和轮船。这实际上是用限制失信者部分出行自由和出行便捷的做法,对其不良行为进行惩处,也能对社会产生警醒和预防的作用。

今后,对于任何敢于“空中任性”的乘客,不妨纳入信用“黑名单”,让其丧失部分自由出行和便捷出行的权利,以此提醒国人,出游在外请慎言慎行。

自贸区扩容 前景值得期待

■ 马红漫

我国自贸区范围扩容棋子落定。近日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,对推广上海自贸试验区试点经验等工作作出部署。会议同时提出,在广东、天津、福建特定区域再设三个自由贸易园区。

我国正处于经济增长转型的变局之中,对配套服务环境也提出了新的要求。回想改革开放之初,以“两头在外、大进大出”为主要特征的对外经济发展模式曾有效地激发了市场活力,各省市区为此设立了与之相配套的保税区、出口加工区、跨境工业园区等海关特殊监管区。然而时过境迁,经历了金融危机洗礼的海外市场陷入疲弱困顿,我国刺激经济增长的重任也由出口向内需转移。而且,伴随着国内产业升级步伐的加快,众多企业已不满足于在加工制造环节低水平竞争,转而寻求向研发设计、售后服务等高附加值环节拓展,内贸规模呈现扩容之势。恰因此,以保税区为代表的原有海关特管区在职能上已难以全面覆盖区内企业现实需求,建立“既能出口,又能内销”的自贸区就成为一种新的制度尝试。

作为全国先行先试的排头兵,上海自贸区成立一年多以来,在吸引外商投资、刺激对外投资等方面均取得了瞩目的成绩,若能将其实践经验与有条件地方的区域优势有机结合,那么将会形成以点带面的经济提振效应,自贸区将在多地落子的政策绩效值得期待。而就划定的三个自贸区范围看,皆具有较为鲜明的地域特征。

诸如,广东毗邻香港,未来主要针对港珠澳企业而设立的自贸园区在高端金融服务业方面将大有可为。尤其是深圳前海已在金融改革创新方面有所突破,前海本地注册的企业可以通过申请跨境贷款获得来自香港的低利率贷款,是为人民币国际化以及利率市场化的一次试水之举。而福建与天津的地理位置皆有利于展开对外航运贸易,设立自贸区均具备良好的现实基础与发展空间:前者的经济亮点在于深度挖掘两岸贸易关系;后者则可以在承接京津冀战略的基础上发展离岸金融和融资租赁。

在此需要指出的是,相比传统保税区的主要功能是面向货物贸易推出税收减免、土地使用、进出口关税等方面的系列优惠政策,自贸区的定位则更加高屋建瓴,其所强调的要素贸易开放会对人才、服务、资金流动等方面提出更高要求。

这其中,成熟自贸区的一个重要标志就是区内企业能够实现人民币自由兑换,未来各地自贸区的竞争也将主要集中于金融领域。客观而言,目前上海自贸区离构建人民币国际化“蓄水池”的预期尚存一定差距。虽然上海自贸区已推出允许区内居民和非居民开设本外币自由贸易账户、实现分账核算管理等一系列举措,但这些改革能为区内企业和金融机构带来哪些具体发展机会仍需进一步明确。其实,金融制度创新并非易事,也不可能单兵突进。以深圳前海地区首尝的跨境贷款改革为例,出于金融风险监管考虑,即便当地企业获得了跨境贷款也无法经由前海辐射至其他区域,由此极大地束缚了地方金融业开放的尺度,而相关制度框架的突破还需要企业征信系统完善、对套汇与套利等投机行为监管加强等配套举措的全面跟进。恰因此,我国自贸区经济功能的全面彰显,还需要有关部门在提升服务意识、拓展创新思路等方面付出更多努力。

不必回避消费税的 筹资功能

■ 赵晓

财政部和国家税务总局12月12日下发通知,宣布再次上调汽油和柴油等成品油的消费税。在半个月之内,成品油消费税连续上调两次,如此做法确实出乎市场意料,即使在中国税改史上也尚属首次。因此,其背后折射的政策意图尤为值得关注。

按照官方的解释,当前恰逢油价“十连跌”窗口期,适当提高成品油消费税是“正当其时”。主要理由有三:一是可以发挥“寓禁于征”的作用,合理引导生产和消费需求,充分利用价格杠杆作用促进石油资源节约利用,减少大气污染物排放;二是有利于促进新能源产业发展,促进生产方式变革,利用税收手段推动经济结构升级;三是可以筹集更多财政收入用于治理环境污染、应对气候变化、鼓励新能源汽车发展等方面,不断改善人民生活环境。

应该说,通过税收杠杆作用来抑制成品油的消费,减少原油的进口,是符合中国产业调整方向的。同时,改革措施强化了消费税引导生产和消费的功能,有助于达到节约资源和保护环境的目的。十八届三中全会《决定》文件中把调整消费税列为完善税收制度的任务之一,提出“调整消费税征收范围、环节、税率,把高耗能、高污染产品及部分高档消费品纳入征收范围”,此次调高成品油税率就是消费税改革的既定步骤。

其实,消费税既然是一种“税”,它的最主要功能还是为政府筹集财政收入,在世界各个国家都是如此。只是由于消费税的特殊性,它在筹集收入的同时,还兼具有调节消费结构、引导消费方向的功能,也就是“良税”的成分要重一些。比如,引导和限制某些消费行为、调节财富分配、调节消费品和消费行为的经济外部性等等。

2008年国际金融危机爆发以来,发生主权债务危机的国家为应对危机、控制财政赤字,纷纷采取增税措施,其中扩大消费税征收范围、提高消费税税率就是重要选择。比如,匈牙利从2009年1月1日起,将煤炭纳入能源税征收范围;澳大利亚从2009年7月1日起,扩大啤酒和葡萄酒消费税的征收范围;希腊2010年3月为削减财政赤字对特定类型的产品开征奢侈品税。如此种种增税措施,其实看重的都是消费税的筹资功能。

当然,在中国也不会例外。一方面,由于经济增速放缓,从2013年开始,中国的税收收入罕见地跌入个位数增长;另一方面,由于民生需求和经济“稳增长”的需要,财政支出快速增长。在支出压力的逼迫下,中国既定的“有增有减”的“结构性减税”政策难免就会陷入“增多减少”的尴尬境地。消费税征收范围的调整,按理说应该包括两个方面:一是将部分已经成为日常生活用品的消费品移出征税范围,比如普通化妆品、普通酒等;二是把部分严重污染、大量消耗资源能源产品和奢侈消费行为纳入征收范围。但现实的情况是,减税的项目迟迟没有出来,增税的措施已经连续出台。当然,官方的解释是增加的消费税“取之于民、用之于民”:新增收入纳入一般公共预算统筹安排,主要用于增加治理环境污染、应对气候变化的财政资金,改善人民生活环境,还有一部分用于促进节约能源,鼓励新能源汽车发展。

笔者以为,在中央级次收入中,消费税已经成为继增值税、营业税、企业所得税之后的第四大税种,强调消费税的筹资功能,没有必要回避。对于消费税的下一步改革方向,特别是成品油消费税调整是否与国际油价实行联动,国家应当从整体战略的角度多加考虑,在调整时多征求公众意见,并进行充分解释。一句话,成品油消费税的调整决策过程应该做得更透明些、更坦率些。