

# 传统商业需消除渠道壁垒

■ 牛海鹏

“双十一”正在成为全球最大的网购消费日,今年的11月11日零时,在广州番禺里仁洞村,这条被阿里集团公布为全国20条淘宝村之一的城中村里,600多家网店,3万多名从业人员早已完成前期咨询,捧着夜宵,看着自家网店销售额如同脱缰野马般不断攀升。

就在同一天,网上流传着这样一组照片,曾经被誉为广州优质商圈,一直不变的商业旺地广州天河商圈和环市西路商圈却出现了商铺倒闭潮,一些曾经炙手可热的旺铺如今空置时间超过6个月以上。看着那些拉上卷帘门、挂出“旺铺招租”大幅告示的门脸以及空空荡荡的街道,令人感觉到浑身凉意,不禁想起“传统商业已死”的言论。

埃森哲最新一项调研的发现令人惊讶:未来计划更多通过实体店购物的消费者比例从一年前的18%攀升至26%;表示实体店“非常方便/方便购物”的客户达到93%,远高于网络和移动设备;谈及零售商最需改进的购物渠道,四成中国消费者认为是网购。这似乎与许多零售商的认知相去甚远。

不能否认,互联网的发展对传统商业业态的冲击巨大,并继续向纵深发展,未来的形势如何,仍存诸多可能。但有一点是肯定的,往日的繁华不再,日后也很难再当老大。

互联网的发展,为商业的进一步繁荣创造了新的广阔空间。零售这种活动,终于不再受限于地点,受限于商圈。如果说以前做零售,最重要的三个词是,地点、地点和地点;如今或许应该改成,做零售,最重要的三个词是,流量、流量和流量。

正是基于这样的认识,过去一年多里,传统零售商纷纷扎堆部署电子商务,由店商向电商转型。根据埃森哲的“中国零售商全渠道零售能力调查”,63%的传统零售商已开展多渠道零售,但接近三成表示,其多渠道战略实施并不成功。



究其根本,是因为许多零售企业并未深入了解消费者的需求变化,其转型初衷往往只是为了数字化而数字化,认为仅仅通过技术的部署就能带来绩效的提升。

事实上,在数字时代,虽然技术的变革重新定义了零售商与消费者的连接方式,但却并没有改变消费者需求的本质——价格合理、产品种类丰富以及多年积累的信任感。因此,掌控零售商未来命运的,不是涌现的新兴技术,更不是“凶猛”的互联网电商,而是瞬息万变的消费者需求。

既然决定某种产品、服务与经营方式生命力的根本因素是需求,是满足需求上的比较优势,那么传统商业模式

就仍然有其发展壮大的空间。

也许在满足人们一般性购物需求上,电商要远远优于实体店,但在满足某些特定需求上,实体店仍然有良好的存在空间。随着需求的进一步变化,甚至还可能获得很大发展。

首先,人们在购买高风险的、事先需要大量学习的商品时,实体店具有不可替代的价值,例如购买奢侈品、汽车及服装。很多时候,缺乏事先体验,人们很难做出购买决策。当然,对于服装来说,对体验的需求,可能会造成一个尴尬的局面,就是实体店成为试衣间。但这未必不是新的机会。先前那种进了货再赚差价的模式可能不适合了,

## 买“假药”救命是迫不得已

■ 吴龙贵

印度仿制瑞士“格列卫”抗癌药,不仅可使国内慢粒白血病患者每月省去2万多元药费,还意味着他们生存希望的大增。但这种仿制药品并未获得国内药监部门的审批,属于“假药”。慢粒白血病患者陆勇,因使用网购的信用卡,帮助上千名病友购买这种“假药”,而被湖南省沅江市检察院以涉嫌“妨害信用卡管理罪”和“销售假药罪”提起公诉。《京华时报》12月22日)

瑞士生产的“格列卫”每盒售价23500元,一名慢粒白血病患者每月需服用一盒。而印度仿制的“格列卫”每盒售价仅3000元,并且两者的药性相似度达99.9%。对患者来说,究竟是眼巴巴地望着价格昂贵的“真药”慢慢等死,还是购买“假药”抓住生存的希望?相信大多数人都不难做出选择。

像陆勇这样的慢粒白血病患者所面临的困局在于:真药买不起,而“假药”又不给买。我国刑法修正案(八)规定,只要具有主观故意生产、销售假药的行为,即构成犯罪,不管是否牟利,是否发生实际人身伤害。何为“假药”?药品管理法规规定,走私未经国内审批、许可的药即认定为假药。尽管法学界对此项规定颇多异议,譬如中国政法大学教授阮齐林就认为,“在一些国家得到许可的药品,只是因为没有得到我国药监部门的批准文号,就被认定为假药,这其实是一种行政违法行为”,然而法律本身是刚性的,既然有明文规定,就应该得到遵守和执行,这一点不容置疑。只是换个角度看,任何一项法律规定都不应该违背人情常理,更何况一个人最基本的生存诉求?所以问题在于:在守法与救命之间,我们应该如何寻求破解之道。

一是降低进口药的价格。中国医院协会副秘书长庄一强指出,中国内地药价比国外贵是普遍现象,这反映出中国进口药品的虚高定价。而虚高定价的根源是,中国进口药品都有一个进口关税,以及中间流通环节的成本。对进口药品征收高额进口关税,本意是防止倾销、保护本国药企,这本无可厚非,但要知道,药品不同于其他商品,各国的研发能力差距很大,对于我国药企没有能力研制的药品,是否可以网开一面?事实证明,过高的关税以及流通成本,最终是伤害本国民众的利益。

二是将“假药”变成真药。仿制“格列卫”之所以在印度合法,是因为印度已通过该药品的“药品专利强制许可”,即在国家出现紧急状态时或为了公共利益,对取得专利权的药品,可以不经专利权人的同意,由政府授予、许可其他企业使用。我国也有“药品专利强制许可”制度,但至今仍未有药物强制许可的先例。可见,将能救命且价格低廉的“假药”变成真药,并不存在法律上的障碍,一切均取决于相关部门的考量:让买不起进口药的民众获得生存的希

望,究竟是不是公共利益?

除此之外,还有第三个办法,就是将白血病等重病、大病纳入大病医保的范畴,患者所需的药物纳入基本药品目录。我国医保制度将部分费用较高的门诊疾病和相关治疗项目列为“门诊特殊疾病”,以减轻参保患者的个人负担。但问题是,“特殊疾病”的认定范围却极为狭窄,WHO公布了近6000种罕见病,但列入我国各省医保统筹范围的只有5到10种,并且各地差异很大。这意味着,一旦患上白血病等重症,无论是对个人还是家庭,都将是灭顶之灾。有鉴于此,应当扩大“特殊疾病”的范围,让大病医保名符其实。

## 不动产登记别沦为私人定制

■ 和静韵

12月22日,《不动产登记暂行条例》正式发布,将于2015年3月1日施行。与之前的《征求意见稿》相比,《条例》扩充至十六章三十五条。

从普遍的民事权利上看,天下权利无外乎就是人身权与财产权两种,其中涉及不动产的财产权,往往是财产权中最重要的组成部分,不动产的取得方式,古今中外,皆以登记为要件,依“登记产生权利”的不动产“确权规则”,统一登记将为不动产的产权清晰与产权流转,带来至关重要的影响。

不过,今天我们谈的“登记”,不是一般意义上的权利取得的登记,而指的是关于不动产在不同地域、不同机构登记后形成的登记信息,能否全国性联网整合成一个有效的多层次共享与多角度保护的信息库,也就是说,《条例》成败的关键在于如何平衡“共享与保护”这一矛盾。

第一个“共享与保护”的矛盾破除点在于统一登记机关。我国的不动产产权登记制度,从适用于计划经济的行政管理体制中转型而来,在产权登记体制上出现了“多头登记”、“划片登记”、“标准不一”以及不能信息联网共享的弊端。随着登记权背后日益凸显的部门利益,甚至在信息联网方面出现了部门保护主义阻碍,越来越不适应于当今市场经济的需求,也干扰了反腐“阳光法”配套法律的出台。从最新的条例看,涉及“实时互通共享”的部门有十余个,统筹工作实为繁杂。

但内部性的“共享”,并不构成与社会需求相符合的“共享”,如果统一登记后,信息仅止于国土部门的“私人定制”,联网将变成摆设,不会对社会上的权利利害人产生实质作用。信息共享,应达到这么一个水平,所有权利利害人,均能以一种法定的程序查询到相关人的不动产产权状况,如配偶、密切的商业伙伴、诤争的直接相关人,甚至应扩展到基于公益而进行相关信息查询的“吹哨人”即检举人。这样信息共享的益处自不待细数,光是从物权抵押等

市场需求上看,都可以造成革命性的影响,任何制度的革新成功的标志,看是否给民众带来了制度便利,是否降低了交易成本。社会共享机制将使利害相关人在同一信息库下更方便查询与检索,并把不同种类的不动产更方便“打包”流转,也能最大限度降低重复抵押、拆零抵押等物权欺诈骗象。

在信息的共享与保护方面,可多多借鉴国外成熟的制度。国外在信息共享中对“利害关系人”作了比较宽泛的规定,如只要按“表面证据”证明有利害关系,就可以查询到相关人的不动产权利状态。国外也没有把门槛降到“以人查房”的信息公开的程度,法律牢记了财产权属为隐私权的基本法则,对查询人的信息扩散作了严格限制和严厉惩罚。总之,不动产登记后形成的信息联网,应切实做好“共享与保护”的平衡,过度“信息保护”,导致信息联网的目标挫败和效益低下,不讲保护的开放,则违于法律,社会弊端丛生,同样可能导致统一登记与信息联网制度目的的失败。

## 别让水电开发毁掉长江最后一个生态乐园

■ 贺军



在中国,所有河流都要为水电建设做出贡献。这个看法虽不见于官方政策,但有很多经济与能源部门的官员都说过类似的话,而这也是中国的现实。中国能源消费需求巨大,同时还要扭转煤炭比重过高导致的环境问题,看似可再生、无污染的水力资源,长期以来便成了中国发展能源的最佳选择之一。

对于发电公司和地方政府来说,只要多建水电站,就像开动了印钞机,因此,中国河流的水电开发强度极高、速度很快。以长江为例,自20世纪80年代以来,从葛洲坝、三峡大坝建设开始,长江流域的水利工程迅速增加。据不完全统计,目前长江流域建成、在建或规划中的水电站大坝已超过2000个。仅长江上游生态脆弱的通天河河段,就规划了七、八座水坝。曾经浩瀚奔腾的世界第三大河流,目前已被层层截断,被肢解成一座座静止的水库和纵延万里的大楼梯。

烟瘴挂是长江上的第一个大峡谷,位于牙曲汇入通天河的地方形成了较大落差。因为地形险峻、环境封闭、人迹罕至,这里成为长江上游的一座生态孤岛。在长江流域环境恶化的背景下,这个峡谷成为一块弥足珍贵的“生态飞地”。据科学家和民间生态组织的调查,这里分布着白唇鹿、藏原羚、赤狐和藏狐、狼、野牦牛、棕熊、藏野驴、马麝、兔狲、雪豹等多种国家珍稀动物。这里的哺乳动物保有量高、珍稀程度高,尤其是雪豹的种群密度远远超过其他雪豹分布区。

然而,这个长江上最后一块生态乐园可能很快就要毁于水电开发。据公开资料,离烟瘴挂最近的规划水电站叫牙哥水电站,不多的数据显示:牙哥水电站拦水坝高44米,装机容量为63.6兆瓦,年发电量预计为3.522亿度。然而,如果牙哥水电站按计划建成,意味着万里长江的自然峡谷将全面消失。据《中国国家地理》的资料,如果牙哥水电站按计划建成,水坝完成蓄水后,通天河将由急流变成缓流,水位提升40米,通天河将回水100公里,烟瘴挂峡谷中的主要草场将被淹没在水中,峡谷中的原有生态平衡将被彻底打破。

国内对水电建设的生态影响的争论不少。笔者一直反对过度地开发水电,如果考虑生态外部性,水电实际上是

那就尝试成为试衣间,向厂家收服务费,还省了库存。需求在,商机就在。

其次,即使是电商如火如荼的领域,实体店仍能提供独特的价值。例如书店。图书是最早进入电商的商品,但即使这样,像图书大厦、万圣书园这种店,仍活得有滋有味。因为大家喜欢从货架的角落挖掘一本有趣的书的惊喜。购物还可能是消遣、娱乐或学习的过程,所以实体店提供的购物体验、商品组合等服务,对很多顾客都具有强大吸引力。

第三,某些购物需求有很强的时效性,如走在街上渴了,网购肯定不现实,因而便利永远是一种很重要的价值。所以如果说电商对便利店也有很大冲击,大致可以判断,便利店肯定有很多做得不到位的地方,例如经营面积过大,不得不填充进很多非日常急需又不会频繁购买的产品,经营这类商品,就是直接把自己放在电商的对立面,自然胜算不高。如果深入研究人们的购物行为,切实便民,那么便利店永远有其独特的生存空间。

第四,服务业自身特点决定了,在相当长的时间内,开店经营仍然是主流。但是,开店做服务并非只能是顾客来消费,互联网的时代,一家企业上门提供服务的虚拟餐厅、虚拟美容院完全是可以想象和构建的。这个事实说明,互联网不过是工具,用各种可能的方式更有效地满足需求,才是永恒的主题。

虽然电商崛起和数字化的无形之手逼迫零售商们不得不开启转型之路,但真正驱动零售商变革的仍是不断变化的消费者需求。

面临挑战的不仅仅是商品零售业,面对不断发展的世界,每个行业都要做好转型升级的准备。

中国传统商业必须回归其本质——从深入洞察消费者的需求与变化着手,将这些洞察与商品销售策略相结合作为核心竞争力,为消费者打造不可替代的购物体验,才能在新一轮战略转型中赢得先机。

一种生态破坏极大、综合成本极高的能源利用形式,完全不能称之为“清洁的可再生能源”。我们预言的生态破坏和负面影响,被此后的一个水电开发项目所证实。

在我们看来,十多年前中国不重视水电开发的生态环境破坏尚可以理解,但现在的形势已经不同。中国已经到了历史性的发展转型阶段,中央不断强调转变发展观念,中国的城镇化、工业化都面临着发展目标、重点和方式的转型,习近平主席不断强调中国经济“新常态”,也为中国的发展方式提供了新的思考框架。在这种背景下,过去那种只重水电、无视生态环境的部门利益决策思维,早就应该被摒弃了。从决策角度来看,过去的“问题决策”应该被更正、被制止。如果长江流域的最后一个自然峡谷被水电项目给毁掉,这也将被刻在当时执政者的政绩簿上。世界发展到今天,中国发展到现在,没有哪一个决策者愿意获得这种“荣耀”——长江流域最后一块生态净土是在我的主政期间被毁掉的。

无处不在的水电开发,并不像水电开发者说的那样代表老百姓的利益,也不可能给地方经济带来可持续的福利。中国并不缺少牙哥水电站的这3.5亿度电,但中国不能冒着后世的骂名毁掉长江流域的最后一个生态乐园。

## 重建奶粉信任需首先保证质量安全

■ 汪军 郑昕 甘泉

政府部门去年相继发文,要求引导药店专柜销售婴幼儿配方奶粉以保障质量安全。然而近日传出“奶粉进药店自动售货机撤出北京”的消息,引来各方热议。这一模式在有的地方暂时未能行得通表明,变革流通渠道来重塑“奶粉信任”还远远不够,在质量上给人们更多放心才是根本。从“三鹿事件”到伊利婴幼儿奶粉汞含量异常,再到新西兰召回3个批号的婴幼儿配方奶粉事件,问题奶粉给消费者造成的伤害之大、伤痕之深毋庸置疑。口诛笔伐的背后,是人们对“放心”和“安全”的强烈渴求。随着问题奶粉事件的增多,公众对奶粉行业的信任出现了“断崖式”坍塌。

奶粉质量安全事关婴幼儿健康,有关部门想方设法提高奶粉消费信心的做法值得肯定。然而,牵牛要牵牛鼻子,一些职能部门应该援准“奶粉信任”背后的民众呼声,真正抓住奶粉质量监管的牛鼻子。

客观分析,销售环节不是消费者对奶粉的最大担忧,奶源和生产环节这两道事关奶粉质量的关口才是妈妈们最放心不下的。一些部门提出“每年投入3亿元让奶牛在源头吃好草、产好奶”的规划务必落到实处,保证奶源的质量;曾被指“全球最差”的中国乳业行业标准一定要“雪前耻”,做到与国际接轨,保证每一罐出厂的奶粉经得起国际标准的检验;生产环节的监管也要不留死角,严守安全底线,杜绝恶性奶粉安全事件。

此外,“奶粉进药店”这一模式并非中国首创,这一模式参照了欧美等一些发达国家和地区的做法。因为药品的管理较严格,所以将药店作为一种销售渠道更能保障奶粉质量安全。不过,这种做法的前提是发达国家对药店建立了统一的安全监管模式,在这方面国内也还有很多工作要做。

建立信任不是一时一招就能实现,而信任断裂却很有可能只在分毫。奶粉“进驻”药店,绝不意味着奶粉的“安全阀”就能够紧紧拧上。相关职能部门应该给奶源和生产环节再加把安全锁,真正重塑国内的“奶粉信任”。

