

国内药品何以能“换个马甲就提价”

■ 武洁 医生

6月1日起,我国绝大部分药品取消政府定价,药品实际交易价格主要由市场竞争形成,由生产经营者依据生产经营成本和市场竞争供求情况,自主制定价格。近日,记者采访普通市民、药店、医药公司以及医院,了解目前市场上的药品价格乱象,以及产业链上的每个环节对这一药价新政的反应。提起药价,很多市民不由得摇头,不是觉得药价太贵,就是感觉药价乱得没谱。最让人不明白的是,明明距离只有几十米甚至门对门,两家药店,同一药品的药价就能差很多。(6月2日《华商报》)

既然已经取消了政府定价,药价当然应该由市场说了算。现实中,同一瓶酸奶,同一碗馄饨,完全可以因为地点和市口的差异而卖出不同的价格,药品的价格,要说也没必要强求百店同价。同一种药在不同药店卖出不同的价格,未尝不是市场信号的体现。

不过,药品取消政府定价,其初衷当然是让药价更多的反应市场供求,并通过市场信号来调节和刺激药品的生产和供给。然而,当门对门的两家药店,一盒药却相差100多元;而同一种药,不同包装、不同剂型在价格上相差甚远,甚至同一种药品只是换一个新包装,药价便立马“标新立异”。如此“百花齐放”的药价,与其说是市场规律生了效,毋宁说更多暴露出药品价格的乱象。

事实上,同一药品却价格差异巨大,换个“马甲”便标高药价,虽然让公众困惑难懂,甚至觉得买药这事儿全凭运气,不过,这其实并非什么新鲜伎俩。早在药品执行最高限价,医院设立基本药物目录时期,换个“马甲”改个名,就一直是在药品绕过限价屡试不爽的伎俩。而对于公众和患者而言,是否同一种药,的确大多只是通过看包装来识别,这一伎俩被轻而易举地在药店渠道中复制,也就并不意外了。

既然如此,问题来了,当药品取消政府定价,居然能换“马甲”提药价,显然有违初衷,与其说是药价体现了市场信号,毋宁说更多

暴露出药品市场本身的无序与混乱。某种程度上,药品作为一种商品,当然需要尊重市场规律,能够交给市场的尽量减少管制,更是合理的制度设计。不过,药品作为一种特殊商品,把药价交还市场,却同样以建立一个健康有序市场为前提。

这也是为何,即便是在市场经济高度发达的国家,对于药品市场仍然有着特殊的眷顾与监管。例如,药价由市场来定,其实并非让药企和药店直接以零售的方式面对独立的公众,而是通过医保或集中采购的方式形成药企的合力,换言之,只要是公众通过医保药店购药,无论在哪家药店,都应当是医保价格。即便对非医保药店,药价可以更加灵活,也不意味着可以随意定价,更不意味着换个包装便可提价。在英国,药企一旦推出通用药品的包装,必须重新申请,并与医保部门这一最大客户进行定价,想换个“马甲”涨价,显然没那么容易。而在韩国,虽然药店经营者可以自行定价,但没有最高限价,并不意味着没有政府指导价,韩国药企内部常被要求张贴政府指导价,政府也会每季度跟踪调查药品销售价格,在网站及药店发布,以控制无序定价,引导良性竞争。

基于此,同药不同店,药价或许不必强求一致,但取消了政府定价,药价的市场形成机制,以及相应的监管体系,却不应付之阙如。

最严环保法咋没吓住企业违法排污

■ 卞广春 职员

超排污污染物,咸阳一家企业被处以20万元的罚款,可企业拒不整改和缴纳罚款,79天后这笔罚款飙升至1580万元。这是陕西省根据今年新实施的《环保法》开出按日计罚的首张“天价罚单”。目前该企业已停产,但尚未缴纳处罚。(6月3日《华商报》)

今年实施的新环保法,被称为“史上最严格环保法”。所以史上最严,是环保法增加了企业违法排污的成本,引入了“按日计罚”的经济处罚和“双罚制”。即在经济处罚同时,还可能对企业负责人直接实施拘留。但如此史上最严的环保法,竟没有吓得住咸阳这家企业,人们不禁想问:这是为什么?

咸阳这家企业是位于长武县的陕西煤化工能源有限公司。今年1月5日,环保局执法人员到该公司检查时,发现企业没有取得排污许可证,向大气排放污染物,随即对该企业依法下达了20万元的行政处罚决定,要求企业立即停产整治、补办排污许可证。遗憾的是,30天整改期限结束后,该企业没有停产整治,大气污染物继续超排,也没有缴

纳罚款。让人费解的是,至3月底,该企业所有违法行为依然如故,甚至还发现了新的水污染问题。

从1月8日到3月27日共79天,原先20万元的罚款,变成了1580万元。说这家企业是无知者无畏,是不现实的。他们即使不了解新环保法,也不可能不知道环保部门处罚决定的厉害。如果说这家企业死猪不怕开水烫,也没有什么依据;说这家企业胆大妄为,则有之而无不及。违法排污企业如此不怕罚,人们会觉得郁闷不解。如果企业不算经济账,也就不会边排污边生产,但他们一而再,再而三地拒不整改,里面会不会有名堂?

陕西煤化工能源公司成立于2008年,由彬县煤炭有限责任公司、陕西中化能源公司共同组建,年产100万吨煤基二甲醚项目是该公司的重点建设项目。搜索获知,该项目总投资82亿元,建成投产后,年可实现销售收入57.321亿元,实现利税37.77亿元。如此巨大的投资项目背后,站立着多个巨人,有多级地方政府官员站着、看着。有的企业看到处罚决定,吓得腿都哆嗦起来了,三头

六臂的陕西煤化工能源有限公司啥也不怕,既不停产也不缴罚款。什么叫吓死胆小的,撑死胆大的?这就是!

显然,史上最严格环保法不会徒有其名,一着不灵,必有第二着、第三着。法律规定,生产经营者未取得排污许可证排放污染物,拒不执行停止排污行为尚不构成犯罪的,除依法处罚外,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员,处十日以上十五日以下拘留;情节较轻的,处五日以上十日以下拘留。企业停产了,处罚尚未缴纳,处罚白条再次让最严环保法面临尴尬。拘留直接责任人员的法子,是不适用用,还是有顾虑不敢用,目前尚不得而知。

最严法律需要有铁腕执法。执法者松一松,违法者就会胆大包天,甚至逼迫地方政府跟在他们屁股后面转。这种现象与无奈,恐怕不是哪个官员愿意看到的。问题是,现在看到了,有无羞愧,有无更难以启齿的妥协,或者承诺的服务没到位呢?人们没有听到被罚企业的声音,相信违法排污企业也有苦衷。真是这样,相关方面也得反思。

校园“红顶”超市是权力经济的缩影

■ 吴江 评论专栏作者

近日,湖南衡阳11名中学校领导,因与一家名为“衡阳楚康商贸有限公司”(以下简称“衡阳楚康”)的企业存在非正常经济关联,被检察机关带走调查。南都记者从当地教育部门最新了解到,被带走调查的校领导目前已经增至13人,涉及衡阳市衡山、衡东两县的9所中学,其中包括8名中学校长,1名副校长和4名总务主任。记者从衡东县检察院反贪污贿赂局了解到,目前共有9人被立案调查,立案时间为4月1日,原因是“受贿”,而衡山县四中的校长和二中的总务主任已被取保候审。(6月2日《南方都市报》)

毫不起眼的校园超市,被带走调查的校领导却已增至13人,校领导们何以纷纷栽倒在这样的蝇头小利之中,的确显得不可思议,甚至堪称阴沟翻船式的黑天鹅事件。

不过,正所谓“商机无处不在”。还真别小看了校园的小卖部,尽管表面看来的一点也不起眼,其受众面顶多也只是在校的师生,其经营的商品类型,也多半只局限于文具、零食之类,但相比超市卖场所面对的同业竞争,校园小卖部可是享有独家经营权。即便校园门口就有别的超市,学校依然可以通过严禁学生校外购物的校规,将学生的消费需求留在校内,而垄断所形成的定价权,也注定了校园小卖部将享有比一般超市更高的利润率。

至于说单个校园小卖部远远比不上普通超市的规模,这当然毋庸置疑。但有没有商业头脑,关键看有没有想象力。既然超市也要靠连锁来上规模,从小学到中学,那么

多的校园小卖部,如果合并起来,生意规模恐怕不亚于任何连锁超市。既有规模,又有超市所不具有的独家定价权,谁能说这不是最稀缺的细分市场呢?可以设想,当一家公司掌控遍布13个地州的校园超市,这背后将是多么可观的利润和生意。

只不过,很多生意并不是谁都能做,独家经营的校园小卖部,向来就不是谁想开就能开的。而相比市场中的竞争原则,校园小卖部却是另一套规则,小卖部谁开,这钱该谁赚,说白了属于校领导权力。于是,当校长、主任们忽然之间搞明白了这桩生意的体量和想象力,合纵连横的在教书育人之余建立自己的“商业帝国”,也未尝不是商业头脑的体现。

然而,当校园版的商业帝国竟然是通过校领导的权力来打造,这显然越过了权力的边界,当权力可以被用来变现为商业利益,更意味着校领导角色的错位,当校长们把学生当成赚钱对象,学校会变成啥样,更是令人难以想象。

而相比把校园小卖部打造成校园连锁超市的商业奇想,校园小卖部与校领导权力之间的藕断丝连,则早已是颠扑不破的潜规则。既然如此,校园红顶超市的覆灭,固然是对校园权力失范的警示。但假如总是等校园权力经济的版图做大了,才出手遏制,却对日常的潜规则听之任之,不仅大过后知后觉,更是危险的纵容。

从这个意义上说,校园超市何以能成校长们的“红顶”生意,或许还不能仅止于个案追究,而更需从校领导权力的约束与监督机制做起。否则的话,保不准还有更出格的校园商业“帝国”卷土重来。

只有创新 中小互联网金融企业才有明天

■ 郑楚彬 财经评论员

“中国网贷行业的抄袭乱象该整一整了。”日前,多位网贷经营者纷纷表示。“这个行业几乎什么都敢抄,如果说模仿技术、制度等内部职能管理模式还可以理解的话,那么,全盘抄袭品牌推广内容就是一种恶性竞争了。这种风气如果不加以整顿,必将影响到P2P行业的创新。”日前,知名财经评论员、金钥匙网贷董事长林春浩公开发表文章,揭露P2P行业严重抄袭现象,在中国网贷行业引起了一场不小的震动。(5月28日《中国日报》网)

在“大众创业,万众创新”国家政策大潮的强力推动下,中国互联网金融企业数量正以几何级递增的速度迅猛发展,全国至今已拥有3000多家P2P平台了。据专家预计,今年成交额有望突破8000亿元,将有效解决全国中小微企业的融资难、融资贵等历史难题,进而促进国家经济增长。实际上,国家对于互联网金融也给予了极大的政策支持。可以说,互联网金融目前正处于发展的绝佳时机,不管是政治、经济、文化、社会等宏观大环境,还是宽松的互联网金融行业发展环境,都为互联网金融企业的发展提供了足够强大的外在动力。但是,目前中国互联网金

融业的发展,却仍普遍处于以“山寨”为主的行业恶性竞争阶段,不仅市场上产品同质化极其严重,而且极少有特别值得称道的品牌。

众所周知,互联网金融之所以能够从传统金融市场破茧而出,最关键的成功之处,就在于商业模式创新,并通过较低的成本和较高的效率,获得市场青睐。互联网金融也只有凭借不断创新,才能突破金融行业中规模较大企业“大鱼吃小鱼”式的围追堵截,进而获得成功。其实,不管是哪个互联网金融企业,只要它停止了创新,都很容易倒闭,较大的平台将被小平台蚕食,较小的平台则随时面临大平台鲸吞。

实际上,如今不少资本大鳄已经看到了互联网金融的发展前景了,他们纷纷斥下巨资,挺进互联网金融行业,凭借雄厚的资金实力和投资人良好的品牌声誉,开始与早期介入这个市场的草根型P2P平台同台竞争。假如整个P2P行业创新能力仍停留在目前以抄袭模仿为主的水平,那么,最后必是规模较大者胜出,这对于中小互联网金融企业特别不利,他们将面临着被迫退出市场或被兼并收购的命运。当然,由于整个行业缺乏创新,即使大企业胜出,顾客也无法享受到更多便利和优惠。这种竞争格局肯定不利于

国家金融行业的发展。

那么,中小互联网金融企业应该如何才能更好地生存和发展呢?笔者认为,在国家加大互联网金融行业知识产权保护力度的前提下,它们至少还要做到以下两点,才能更为健康地发展。

首先,中小互联网企业在产品方面要尽快告别“山寨”式的野蛮发展阶段。在条件允许的情况下,成立产品研发中心或者研发小组,通过不断研发出新型的线上投资理财产品,开拓更多的细分市场,吸引更多的投资人和借款人前来合作。与此同时,中小互联网金融企业自身要做好专利、商标、技术秘密等知识产权的保护工作,在防止被竞争对手抄袭侵权的同时,确保拥有独特的市场竞争力。

其次,中小互联网金融企业要树立品牌竞争意识,实施品牌化决策。任何行业的竞争,最后都会体现在品牌之争。互联网金融企业既要避免出现市场负面形象,比如侵犯同行业企业知识产权或者不守合同等恶劣经营形象;同时,还要大力打造富有个性化的品牌,并在顾客心目中形成深刻的印象,不仅能够和原有顾客保持长期合作,还能够吸引更多的新顾客前来合作,进而取得更好的发展。

戏画闲言

央企腐败:多因个人说了算!



■ 吴之如 文并画

《中国经济周刊》报道,著名制度反腐专家、中国纪检监察学院原副院长李永忠接受该刊记者专访时认为,央企之所以成为让人震惊的腐败“重灾区”,一是部分央企、国企存在“主体虚位”的问题,有些央企、国企实际上成为某个人说了算的企业。此外,央企用人不是市场化选择的结果,而是按照党政机关干部的等级职级。这种情况下,组织上如果看准了人,央企、国企就能发展好,但如果这个人发生了“质变”,那么这个企业几万、十几万人的努力都将可能白费。将央企腐败的主因归结于“某个人说了算”,虽不全面,也未必十分准确,但还是拎出了一条相当紧要的缘由:掌权的个人或圈子目无法纪,藐视规章制度,放肆地倚仗职权为自己、家族和小山头小团体捞取不当利益。如

此,则权力不受制度约束,央企又如何能够沿着正确方向正常发展壮大,而不陷于腐败泥坑走向停滞甚至衰败?这类央企成为腐败的重灾区,其实正是一种必然的趋势。

很明显,假如一家央企的主要当家人贪婪成性,在重大决策问题上不肯循中央政府的相关政策和市场经济的客观规律办事,偏要将领导班子搞成类似家长制或家族制的小圈子,为了自家私利而胡乱拍板、大肆折腾,那么,在其把持下的央企不被搞垮才是咄咄怪事哩!有道是:

个人独断说了算,违规枉法乱成团;以权谋私搞腐败,欲将央企也玩完?当然,这样的局面再也不能继续下去了。近年来反腐斗争的锋芒,也指向了央企、国企领导层中的违法乱纪者。谁都明白,只有除掉了藏身其中的硕鼠,央企、国企才会走上健康发展的道路。

肯德基起诉 国人应声援不是起哄

■ 广春 职员

“肯德基的鸡长有6个翅膀8条腿。”相信很多人都在网上看到过这则谣言,其历史至少可以追溯到10年之前,虽然互联网发展经历了邮件、BBS、微博、微信等各种传播阶段,但每个阶段都有人将这则谣言广泛传播。肯德基中国日前一纸诉状将10个涉嫌造谣“6个翅膀8条腿”的微信公众号3家企业法人告上法庭,向每名被告分别索赔最高150万元、合计350万元的名誉损失费。目前,上海市徐汇区人民法院已受理此案。(6月2日《成都商报》)

关于肯德基使用6翅8腿怪鸡的谣言,不仅流传已久,而且流域很广。大多的人只是觉得有趣,未必相信这个传闻,可加上6翅8腿怪鸡图,人们自然觉得“眼见为实”。这一传言差不多覆盖了各种媒体形式,肯德基偏偏起诉10个微信账号,让人觉得是在挑软柿子捏。国内企业康师傅、双汇集团、娃哈哈也深受网络谣言骚扰之苦,尽管肯德基起诉的结果会有变数,让造谣者承担相应的

责任,我们不是旁观者,不应起哄,而是须声援肯德基。

我国有“大树底下好乘凉”“大树招风”两句老话。肯德基品牌所属的餐饮集团,成就了自己,也在许多国家成就了许多企业、许多人。在这棵大树下,别说从中分得一杯羹是幸运的,诸多企业、个人、行业从肯德基经营模式中受到启发,进而开拓发展,从小做大,从弱做强,也有先例。媒体、微博、BBS、微信公众号等宣传肯德基,指出肯德基的问题与不足,能显示自己的存在,也会抬高自己。这不是对肯德基羡慕嫉妒恨,也可能是借名扬名。

因此,谣言砸向肯德基,对肯德基不可能没有伤害。好在肯德基大树下不怕虫咬,有一点疼,忍一忍就过去了。其中,肯德基有无奈,大个子怕小个子绊脚,对其人其事有理解与宽容。但肯德基忍无可忍的时候,不心不甘情不愿吃哑巴亏的时候,痛定思痛的时候,拿起中国的法律,与不识好歹的单位与人较真,自然不是什么难题。

肯德基抓住证据,排除难点,起诉10个微信账号三家企业,是一种“试探”。“后续账

号的信息和证据搜集工作还在进行中;之后还会有系列动作”,才是肯德基持续维权要走的路。10个微信账号三家企业未必是软柿子,但捏一捏,却有敲山震虎之功。

作为国人,老外大赚国人财,总是会心有不悦,虽然国人对肯德基食品不持好感者有之,类似快餐对人体健康的隐患有之,但对肯德基依法维权得叫一声好。传播6翅8腿怪鸡的谣言,客观上有对食品安全环境和问题的忧虑,可在肯德基合法存在的背景下,需要正当较真的是肯德基食品的质量,是督促行政部门依法监管,而非用下三滥的做法造谣中伤、诋毁肯德基。这是个道德问题,还是个法律是非问题。

肯德基起诉微信账号造谣生事,对习惯于造谣生事者是一种警告,对微信又不止于微信环境的净化则是积极文明的举措。以为微信只是朋友圈的活动,以为微信账号的文章可以造谣夸大,以为涉事单位与个人不会斤斤计较,以为有趣无聊荒谬不发白不发、不转白不转,不是诚实的道德、科学的习惯和文明的处事态度。