

不妨给转型的中小房企应有的掌声

■ 林春浩 财经评论员

截至8月11日，沪深两市共有21家房企公布了2015年的中期业绩，其中12家出现净利润下滑，多家房企净利润下滑幅度超过50%。而随着竞争加剧和赚钱效应的减退，越来越多的中小房企选择“逃离”，一边剥离房地产业务，一边向金融、贸易、体育等不同领域转型。(8月12日《第一财经日报》)

近两年来，随着宏观经济的下行，房地产行业的利润越来越低，由原来的黄金时代进入了白银时代，大部分房企特别是二三四线城市的中小房企，普遍陷入经营困境，早已不是行业秘密了。如今，中小房企纷纷选择离开曾经苦心经营的领域。这种壮士断腕式的做法，看似悲壮，其实不失为当下最明智之举。

笔者看来，中国房地产行业经过20多年的发展，已经形成了行业品牌马太效应，万科、恒大、绿地等千亿级战略群体，销售额已经连续多年在数万家地产企业群体中遥遥领先，其品牌聚集效应和光环效应越来越明显。在房地产市场普遍供大于求的今天，中小房企由于资金链较弱，很难进入利润较高、市场周转速度较快的一线城市，但二三四线城市市场已经过度饱和了，竞争日渐残酷，而且，中小房企开发出来的产品，无论是品质、形象还是服务，基本都无法跟大品牌相抗衡。因此，中小房企的市场竞争力随之越来越弱，库存去化也越来越困难。

众所周知，房地产是资金密集型行业，几乎所有的房企都是依靠高杠杆融资模式运作。由于中小房企都缺乏银行业成本相对较低的融资渠道，它们往往只能选择高利息

的民间借贷途径实现融资。这种方式在房地产能够实现快速销售的时代，还可以勉强维持运作，可是一旦出现产品滞销，用资成本将随着去化时间的延长而不断增加，并可能由此产生还款违约风险，进而引发系列社会问题。目前，相当大一部分中小房企正处于这种尴尬境地。

与此同时，一些大品牌房企为了更好地布局全国市场，进一步提升品牌综合竞争力，亟需以较高的效率，进入二三四线城市地产市场，并购方式无疑是最佳的选择之一。笔者认为，中小房企如果在此时毅然选择寻求并购，或出售资产的方式退出市场，其所持资产基本能够以较高的价格变现。虽然可能会有一些损失，但也多了一些利用盘活后的资金重新开展投资的收益，予以有效弥补。

纵观中小房企转型后的新去向，主要集中于金融、贸易和体育等领域。笔者认为，在这些新的领域里，它们原有的一些资源，仍然可以得到高效利用。因为这些领域基本都跟房地产有着较深的业务渊源。

比如金融，几乎所有的房企都跟金融业关系非常紧密，金融机构与房企之间，往往长期都处于甲方乙方的合作状态，相信中小房企经营者介入金融行业后，将会充分利用自身对借款人的深刻理解，推出系列更有竞争力的产品解决方案，或开拓出比房地产盈利能力更强的金融经营模式。

如果中小房企转型进入贸易行业，它们的竞争力将可能被更大程度地激发出来。毕竟，房地产企业的核心工作就在于市场营销。而且，房地产的营销水平还是众多行业中最高效的之一，也是促销实战经验

最丰富的行业之一，在以营销为核心业务的贸易领域，中小房企经营团队无疑会如鱼得水。

至于体育行业，相信大多数房企都与之有过深度合作，至少理解较为深刻。有些房地产企业干脆直接控股或投资或赞助体育的现象屡见不鲜，比如大连万达、广州恒大等都是表现较为突出的足球行业的重要参与者。

笔者看来，目前中小房企的转型方向仍然普遍以相关联动行业为主，未来的市场风险并不大，而且行业利润普遍可以预期，至少都比目前去化无望，更不敢开发新产品，乃至于坐吃山空的情况大为好转，对于社会资源的配置而言，无疑具有进一步优化的重要意义。因此，不妨给转型的中小房企一些应有的掌声。

高校创业的绿灯也要有“格调”

■ 邓海建 媒体人

上海交通大学为创业开“绿灯”。8月11日，上海交大党委书记姜斯宪公开表示，学校在鼓励学生创新创业方面，明确本科生和研究生可分别选择休学创业两年和一年；而且该校也支持教师保留身份，带着科研成果创业。(8月12日《新闻晨报》)

“双创”时代，高校自然不是局外人。这些天，千校万校的创业计划、孵化基地扎堆而出。就在前几日，人社部与残联的通知，还将高校创业就业补贴扩至技师学院、特教学校。制度设计点燃的创业热情，令中国高校20多年前就提过的创业教育，终于重获新生。

上海交大鼓励师生保留身份创业，步子迈得蛮大的：不仅学生可以下海，连老师也可以去试水。不过，值得注意的是：作为一所“工学、商学、医学领域拥有崇高的学术影响力”的中国重点高校，其在理工等应用科学领域的地位与实力，也是有目共睹的。上海交大开绿灯的“创业”，更多还是“带着科研成果创业”，而不是简单的开网店、送快餐。

从这个意义上说，如果各地高校也依葫芦画瓢，不分青红皂白就鼓励师生去市场搏击，恐怕容易画虎不成反类犬。

中国高校站在臆想中的塔尖伤春悲秋太久了，与实体经济、与创业激情多少有些隔膜。重提创业、重归创新，自然是走向健康有序的好事，不过，还是要重申以下几个道理：第一，重点理工大学在创业上有天然优势，就像个头高的打篮球“近水楼台”一般。如果我们也逼着文史类、社科类的大学生去创业，除了个别天才会如鱼得水，更多人只怕会不知所措。对于高校来说，各家有各家的情况，各人有各人的特点，在创业实践这件事上，可能重点高校还不如普通职高来得驾轻就熟。创业，不只是一腔热情就能成事。

第二，就算当真去创业了，走之前有必要跟孩子们交代一下，马云只有一个、库克只有一个，古今中外，概莫能外。简言之，创业本不是易事，死在“沙滩上”的千千万，才会有一两个在大海畅游的“健将”。教育部《关于做好2015年全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》，鼓励多种形态创业，但谁也不要以为在商场滚一圈，就必定有出人头地的一天。好吧，就算你去开网店，

也请记得下面的数据：目前淘宝集市店有600多万个卖家，真正赚钱的不足30万个，仅占5%。

第三，对于大学生来说，创业重要，学业恐怕更重要。任何时代，学业都是学生的“天职”。首当其冲把学问做好，然后再想着怎么去创新创业。这几天，我们还在纠结《大学教学之两难：把关还是放水！》，面对“17%的大学生平均每节课使用手机时间超过30分钟”的现状，起码，创业和学业应该要两手抓、两手都要硬吧。有关创业类制度设计的初衷，绝对不是要大家不上课去做买卖，更不是要本末倒置去完成一场秀，高校，还是应该有自己的价值坚守、有自己的行为底线。

电影《硅谷传奇》中的车库，一样会成为“苹果”、“微软”、“惠普”的孵化地。其实说明了一点，只要有创新创业的劲头，哪里都是孵化地、哪儿都是试验场。眼下，高校创业风头正健，但高校创业的绿灯，也要有“格调”、更要将“格局”。舆论对上海交大的创业绿灯点赞，不代表每个学校都要这么去办。更重要的是，创业是终身的理念，不是大学四年的“青春期待动”而已。

P2P 应尽快跳出传销式恶性竞争怪圈

■ 郑楚彬 财经评论员

近日，国内某知名P2P平台推出“拉好友返现金”的促销。活动一出立即引起不小的争议。有不少质疑的声音表示该活动涉嫌传销。根据活动规则，该平台将出资20亿元进行线上微信推广，采用二级奖励模式进行推广，每推广一个客户，可以获得20元奖励。业内人士认为，P2P行业要谋求长远发展，还应当苦练内功，而非只重宣传。(8月13日《京华时报》)

可以说，中国P2P行业之所以被认为是“野蛮”式生长，最直接的体现之一，就在于烧钱推广的力度，远大于其他行业，这也是平台陷入经营困难乃至于倒闭或跑路的重要原因。绝大困难P2P平台从诞生开始，就面临着依靠野蛮式的砸钱促销，获取客户的巨大挑战；如果不想随波逐流，则平台发展就会极其缓慢甚至陷入停滞状态。猛砸钱搞促销获取目标客户的做法，其实已经成了整个P2P行业的通病。只不过，本次涉事平台的促销手法过于夸张，才产生了不良效果。

笔者认为，虽然促销是每个企业正常的市场行为，但是，促销必须要有底线，至少要保证企业可以实现收支平衡。纵观当今全国3000多家P2P平台，虽然绝大部分都在烧钱推广，但能够真正实现盈利的平台却寥寥无几。当然，有些资金链较强的平台，试图通过战略性亏损，迅速扩大市场份额，而开展猛烈的刺激性营销，也未尝不可，但从长远来看，其前提也要符合投入产出比规律。人们不难看出，本次涉事平台的推广模式，其用现金直接购买的注册用户量虽然会获得相应的增加，但要想将这些用户转化为真正的投资人，进而获取相关回报，仍存在着诸多不确定性，相信这也是该平台遭到市场质疑的重要原因之一。毕竟，任何企业生存

的重要意义，就在于实现利润最大化，入不敷出的促销行为是难以维继的。

那么，面对当今P2P行业愈演愈烈的不健康的促销大战，经营者们应该如何经营危机到来之前，走出这一烧钱的怪圈呢？

笔者认为，P2P行业经过数年来的迅猛发展，早已完成了市场教育阶段，投资者也基本都了解并认可了P2P的经营模式，特别是在央行等十部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》后，基本说明了P2P产品已经告别了市场导入期，正式步入成长期了。这个时期的特点是市场需求量迅速增加，行业市场规模越来越大。实际上，现在的P2P市场状况也有力地证实了这一点，全国P2P行业历史累计成交额高达6000多亿元，预计今年会突破万亿大关。与此同时，P2P利率逐渐调整到了越来越合理的水平，借款人逾期的可能性越来越小，而且平台在央行政策的规范下，开始回归信息中介的位置，整体经营风险大为削弱。因此，P2P行业应该按照市场发展规律，努力寻找市场中更有发展前景的蓝海，赢得更大的利润空间。

笔者看来，当前P2P市场通过砸钱促销的传统模式，已经难以获得较高的投入产出比了。因为大部分平台的产品同质化过于严重，产品和平台的品牌卖点也大同小异，而且推广内容也缺乏创新，投资人早已形成严重的信息阅读疲劳，甚至有些排斥心理了。我相信，明智的P2P平台经营者，肯定会逐渐把资金用到更重要的“刀刃”上，在保持适度市场促销的前提下，提升推广内容的创意，努力为投资人创造更好的产品，提供更好的投资服务，比如创造更好的投资安全性、流动性和收益性，并在条件许可的情况下，为投资人提供更高质量的增值服务。

微商应走出“杀熟模式”困境

■ 江德斌 时评人

从今年5月份开始，持续火爆了近一年的微商骤然降温。专家表示，微商靠朋友圈成交的单渠道销售方式已经不奏效了。目前，90%的微商都遇到了业绩下滑的问题，还有一些小品牌倒闭、代理商跑路。微商主要依靠朋友圈卖东西，不仅长时间的微信刷屏容易让人产生审美疲劳，而且由于涉及利益关系，如果一不小心卖出了假货，往往会让朋友之间产生不信任感，进而渐渐变得疏远，最后变成“熟悉的陌生人”。(8月17日《每日经济新闻》)

微商销售从火爆到断崖式下滑，仅仅不过一年的时间，就经历了冰火两重天的拐点，凸显微商模式的剧变，已经到了发展瓶颈。微商是基于移动互联网的电商模式，其之所以能够快速爆发增长，就是利用微信平台的社交功能，依靠朋友圈的信任基础，通过口碑效应实现病毒式营销推广，迅速带动一大批熟人加入。

而且，从大部分微商的营销模式看，其类似于传销模式，主要具备拉人头、金字塔层级、层层代理压货等特点，并非将产品全部销售给最终消费者，而是用业绩考核、进货返点等方式，卖给下一级代理商，导致微商产品大都积压在代理渠道里。在微商扩张初期，随着代理商人数的快速递增，大量产品也就随之进入代理商手里，故尔形成了销售热潮，给外界造成一种微商火爆发展的假象，进而吸引更多加入微商队伍。

可是，微商本质是一种销售模式，产品如果没有被消费掉，而是积压在代理渠道里，就无法形成良性循环。如此则会因持续压货，阻碍渠道的正常销售，造成代理商资金枯竭，到了极限的时候，整个代理商渠道就会骤然崩溃，销售亦陷入巨幅下滑的困境。

而且，由于很多微商急功近利，所销售的产品缺乏质量保障，往往夸大宣传。以面膜为典型特征，都打着“国际大牌”的旗子，包装和文宣都极尽模仿大牌，夸张词汇、玄

虚概念、神奇功能等充斥其间。此前媒体曝光朋友圈里售卖的面膜，都是快速注册、代工生产、仅供微信销售的，最快只需两个月就可以推出一款“国际大牌”面膜，其真实度和产品质量都不可靠，完全是依靠朋友圈的信任度。

显然，微商“杀熟”模式基础不稳，一旦产品出现质量问题，就会诱发信任危机，恶化朋友关系。或者因在朋友圈里过度营销推广，频繁刷屏进而被朋友拉黑，朋友之间逐渐疏远，最后变成“熟悉的陌生人”。

可见，做微商也要谨慎为上，小心选择商家和产品，不要过度消费人际关系，以免因小失大，不但没赚到钱，反而失去了朋友，岂不是雪上加霜。

当然，微商并非没有发展前景，只是因杀鸡取卵的做法，过度开发市场，才陷入现在的困境。而要想走出泥沼，就要完善经营模式，控制好产品质量，把握营销尺度，为消费者做好售后服务，一步步脚踏实地，建立良好的商业信誉，以赢得消费者的信赖。

自豪有一技之长必将成为新常态

■ 涂启智 职员

有“技能奥林匹克”之称的第43届世界技能大赛正在巴西圣保罗举行，我国今年第三次组团参加美发、平面设计、焊接、飞机维修等多个项目。上周，中国青年报社会调查中心通过益派咨询对1244人进行的一项调查显示，52.4%的受访者在关注世界技能大赛，84.2%的受访者认为有“一技之长”值得自豪。(8月13日《中国青年报》)

越来越多的人认为有一技之长值得自豪，彰显社会在不断进步。社会生活离不开工匠，然而在过去千百年来，工匠地位并不高。尽管这并不妨碍总有些人要靠技能生存，但它多少会对工匠精神的形成与传承造成影响。

过去时代，虽说“官本位”盛行，人们普遍崇尚做官，但是最终能够挤上仕途“独木桥”的毕竟是少数，而且那时人们已经辩证认识到财富与技能的关系，要不怎有“家财万贯、不如薄技在身”智慧教诲流传至今？

在政治生活逐渐昌明、反腐倡廉成为时代关键词的今天，“流自己的汗、吃自己的饭，自己的事情自己干，靠人靠天靠祖宗不算真好汉”日益成为社会共识。而事实上，伴随制度笼子的一步步扎紧，权力运作逐步告别暗箱操作走向公开透明，而且受到来自外部的监督越来越严，无论是“官二代”或者“富二代”，要想在社会上谋取一席之地，都将要依靠自己努力打拼。不要说像过去那样直接“顶职”接替父母工作岗位早已不可能，就是依靠父母或者亲朋好友谋个公差可能性都没有了。当权力“上下其手”的空间受到挤压直至萎缩下去，任何人在社会上要想生存都得竞争，都要有真才实学或过硬本领方能脱颖而出，否则在职场竞争就没有优

国企负责人绩效差降薪理所应当

■ 魏文彪 职员

8月13日，湖北出台方案，启动该省国企负责人薪酬改革。自年初中央实施央企负责人薪酬改革以来，目前已有22个省市明确今年将启动地方国企负责人薪酬改革。截至记者发稿，广东、浙江、山东、湖北4省已先后公布实施方案。在各省改革方案中，除决定大幅降低国企负责人基本年薪外，还引入了任期激励收入，明确企业负责人收入与职工平均收入和其本人绩效考核挂钩，考核较差的最高可降薪50%。(8月15日《新京报》)

在此轮国企负责人薪酬改革实施之前，部分国企负责人不但拿着令人咋舌的高薪，而且企业出现亏损，本人绩效考核差，其薪酬也不会受到任何影响。有些国企负责人的薪酬，甚至在企业出现大幅亏损的情形下逆势上涨。其实，民众是国企的真正“老板”，国企的业绩状况关乎民众利益与福利，民众有

权要求国企负责人为企业出现亏损、本人绩效考核差承担责任、付出代价。国企负责人的薪酬与企业经营状况、本人绩效考核挂钩，理所应当、天经地义。

在国企负责人薪酬不与企业经营状况、本人绩效考核挂钩情形下，由于企业经营状况不会影响到国企负责人的薪酬，干好干坏一个样，这就导致部分国企负责人不思进取、得过且过，缺乏干好企业的动力，结果导致企业经营状况不佳，甚至出现亏损。另外，由于企业经营状况不与国企负责人薪酬挂钩，这也导致部分国企负责人不惮于拍脑门决策，结果由于决策失误导致企业业绩滑坡、出现亏损，使国家与民众的利益受损。

而此轮国企负责人薪酬改革引入任期激励收入，明确企业负责人收入与其本人绩效考核挂钩，国企负责人干得不好，其薪酬将会下降，考核较差的最高可降薪50%，则有利于激发国企负责人的干事动力，促使其

国药准字H46020636



复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销