

机器人产业对新“人口红利”的衣钵相传

双11超9成商家赔本赚吆喝 的真正意义

林春浩 财经评论员

2015年电商双十一已经落幕,其中,阿里交易总额高达912亿元,同比增长59.7%。然而,在这场声势浩大的电商集体狂欢节中,超过90%的双11参与商家,却只是赔本赚吆喝,他们除了赚到销售额和用产量,利润实在乏善可陈。有关经济学家因此质疑道:光棍节的互联网启蒙意义已然消失,我们真的还需要“双11”吗?(11月12日《华夏时报》)

七年来,电商双十一可谓越做越旺,从最初的5200万元,到9.36亿元、52亿元、191亿元、362亿元、571亿元,再到今年的912亿元,每年增长的销售额越来越大。电商节的影响力已经由阿里独家注册的企业节日,演变为整个电商行业的共同节日,并成为电商行业集体打造性价比更高的重要品牌活动。

俗话说,赔本的生意没人做。但是,如今为什么却出现九成电商赔本现象呢?双十一节真的就像某些业界人士所说的那样走到尽头了吗?笔者认为,电商行业的这种节日性故意临时亏损现象,其实应该是电商节庆的真正本质。或者说,电商行业在一年三百六十五日中,专门拿出一天时间为消费者竭诚免费服务,甚至适当补贴反哺消费者,进而改善买卖双方关系,其实是一种利润更大化的体现。

实际上,电商节之所以引发全民购物狂欢大潮,最关键的因素就在于其对外承诺产品价格远低于平时,甚至不惜血本。而这种短暂的亏本行为,其实只是电商经营者们践行诺言而已,一切皆在预算之内。即使真正亏损了,其幅度也极为有限,并不会给电商平台经营造成困难。

那么,双11节超九成商家赔本赚吆喝的真正意义究竟在哪里呢?笔者认为,商家做生意是一个长久的事业,极少有商家能通过电商节一天的促销,就大幅度实现企业的总体盈利战略目标。因此,商家偶尔放弃一两天的盈利计划,开展品牌营销活动,提升品牌曝光度,进而挖掘潜在客户,发展新客户,增强老客户的忠诚度,其产生的长远经济效益,必然远大于双十一当天额外增加的销量所带来的利润。其具体效益至少体现在以下三个方面:

首先,品牌竞争已经成为电商行业竞争的核心武器。由于电商平台的经营模式普遍相似,相同行业的平台所销售的产品和销售渠道同质化现象也较严重,因此,各平台间的广告战和价格战日渐激烈,而那些知名度较广,美誉度较高的知名品牌电商平台,则往往在竞争方面占有更大的优势,如果销售同等类型的产品,它们的销量就会更大,而且由于平台的品牌会带来溢价收入,其获利能力也会更强。

其次,电商平台通过双11的低价策略,在双十一节消费者云集平台之际,普遍能够产生较大的市场反响,直接吸引到更多的消费者,并诱导老客户提高产品使用量和使用频率,为下一步占领更为广泛的市场份额作好准备。当然,电商平台努力促使销量提升的前提,必须建立在产品质量有保障的基础上,否则会给予品牌造成负面影响。

最后,电商通过双十一黄金时期的大力促销,其产生的品牌口碑效应更为持久有效。因为这段时间,消费者对产品互动分享式的评价也是最为集中的,那些性价比更高的产品,特别是真正履行诺言降价甩卖的产品,往往会令消费者印象特别深刻,他们不仅今后会反复前往购物,还极可能通过良好的口碑效应,带来更多的消费人群。电商平台在获取用户成本越来越高的当下,双十一的适度亏损销售策略,无疑是成本最低效果最好的可行性方案。

总之,电商双十一的成功,必须建立在有效回馈消费者并获取用户量的基础上,才能获取更大的成功。否则,电商双十一节就会渐渐受到市场冷落。

过剩的传统制造业和重化工业给经济带来的下行压力,使经济保持较快增速。

第三,环境保护的现实需求。随着绿色发展已以及环保产业的新要求,越来越多的环境治理领域,如果使用人为的治理,必然造成对环保工作者和工人的身体伤害,产生不必要的危险。因此这些污染治理等劳动环境恶劣领域迫切需要机器人换人作业。

第四,职业防护的需要。随着工人对自身健康的重视,在化工、电焊、皮革、制鞋、炼油等行业,越来越多的车间工人对劳动保护提出了新要求,为了提高职工的劳动热情和效率,更为为了落实职业病防护制度,越来越多的企业在有损劳动者劳动保护的环节开始使用机器人,劳动保护倒逼企业采用机器人趋利避害作业。

第五,家庭服务的需要。随着老龄化社会的到来,更随着“二孩”政策的实施,老幼人口占比不断加大,对于家庭机器人的服务需求强烈。机器人产业普及过程必然是先工厂、后家庭,机器人必须与网络结合才能够具有生命力。家政服务机器人将会越来越多地走进千家万户。

到“制造强国”乃至“中国智造”的飞跃,机器人产业的战略地位不可或缺。随着国民经济的“调结构、转方式、促升级、扩消费、稳增长”的逐步推进,对机器人特别是服务机器人的需求将迎来爆发期。随着“中国制造2025”的积极实施,我国机器人产业也将迎来迅速增长的“黄金十年”。机器人向服务领域的延伸发展前景广阔,市场潜力巨大。

2012年我国15—59岁劳动年龄人口在相当长时期里第一次出现了绝对下降,比上年减少345万人,至今劳动人口继续呈现下降和短缺的趋势。这意味着未来若干年人口红利趋于消失,导致经济要过一个“减速关”。要正视趋势,更要坦然接受,还要积极应对。前不久党的十八届五中全会决定:全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策。人口政策的密集调整,和人口红利逐步消失有很大关系。

人口红利的消失,未来劳动力的短缺将是一个中长期现象,制造业自动化程度提高十分迫切。在人力成本不断上升的背景下,制造业迅速进入机器人时代已成为大势所趋。这无疑让制造业看到了减成本、增效益

的新希望:在人口红利逐渐消退之时,正是机器人产业创造新的“人口红利”的大好机会。

首先,产业升级对工业机器人需求大增。伴随着“双创”、要素驱动等经济改革浪潮,企业出于互相竞争,纷纷在提高生产效率上做文章,企业对于自动化的依赖程度日益增加,机器人开始逐步进入越来越多的工业生产领域。以高端装备制造、新能源汽车等为代表的产业升级,对装备化和智能化要求日益提高,是引入智能机器人的先产业。另外,许多传统产业也都是机器人未来大力拓展的市场,如家电、轨道交通、船舶等领域。

其次,消费经济需要服务机器人助力。全面建成小康社会,经济保持中高速增长,必须实现消费对经济增长贡献明显加大,户籍人口城镇化率加快提高。第三产业的消费服务业则不然,它既不消耗地球资源,也可实现包容性增长,更具有可以不断开拓的消费需求,在知识、文化、娱乐、信息、金融服务等消费领域前景无限,“钱”景无限。服务机器人越来越融入消费服务,很好弥补了产

条例为快递业野蛮生长立规矩

邓海建 媒体人

“双11”过后快递包裹激增,野蛮分拣、个人信息安全等问题再次成为热点。最近,国务院法制办就《快递条例(征求意见稿)》公开征求意见。意见稿规定,快递公司以及从业人员以抛扔、踩踏或者其他危害快件安全的方法处理快件的,最高可罚款5万元。此外,快递企业还应建立快件运单及电子数据管理制度,定期销毁快件运单,确保用户信息安全。(11月17日《京华时报》)

天天守在手机客户端刷双十一货品行程的“剁手党”,估计就跟买不到春运火车票的返乡人一样,都有“归心似箭”的那般焦虑。快递,是收货发货最大的纠结。眼瞅着从“订单处理”到“包裹出库”,再从“通知快递揽收”到“已揽件”,除了“您的快件已烧毁”的意外,大多快件“正在派件”却迟迟不到买家手上。抱怨慢了,担心坏了……各种吐槽和段子,在中国快递业最忙碌的时刻,成了欢乐的倒牌。

自2007年以来,中国快递行业以一日千里之速度狂飙突进,按下了行业发展的“快进键”:业务量7年增长6.7倍,年均增长率高

达40.4%。2014年,全国快件量突破146亿件,跃居世界第一。今年912亿元成交量的“双11”狂欢之后,据预测,快递量可能达到7.8亿件。这弄得马云也很担忧,曾一度探班“双11”各大物流中心,忙着“催包裹”。是的,互联网+释放出的巨大动能,电商行业裂变激活出的海量市场,给了快递业舞台,也提出了诸多挑战。据统计,作为劳动密集型行业,快递业已经拉动的就业超过了150万人,每年新增的就业岗位则超过20万个。作为关联性越来越强的产业,中国快递业向左还是向右,不夸张地说,确实是个牵一发而动全身的命题。

隐私套现、野蛮分拣……快递量上去了,行业点多面广了,各种寻租与乱象也就层出不穷了。全面依法治国之下,快递自然也要奔跑在法治的轨道上。因此,为快递行业立法,不过是迟早的事情。上月,国务院出台《关于促进快递业发展的若干意见》。11月13日,在浙江桐庐举行的首届中国国际快递业大会上,包括国家邮政局、发改委、工信部、商务部等在内的7个部门,首次全面解读《意见》,并就如何贯彻文件进行具体

阐述。于此语境下观之,《快递条例(征求意见稿)》公开征求意见,算是最后落地的那只靴子。

5万块钱能不能吓住抛扔踩路快递现象、企业定期销毁快件运单能否梦成真?这些问题,都有待实践的检验。或者说,本来就“徒法难以自行”,指望靠这一个“条例”就能让中国快递业河清海晏,想法也“因样因森破”了。但有两点是肯定的:第一,没有规矩不成方圆,有法可依总比野蛮生长的好。让快递业在秩序的轨道上依法运行,困难和问题才会越来越少。第二,不能以诛心之论对待有限的“条例”。规范快递业发展是个系统工程,各有各的职守,各有各的能力,协同作战,发挥合力,链条众多、环节众多的快递业才能真正走上正轨。

快递连接的是电商与用户之间的“最后一公里”。千门万户,千山万水,加之这本身就是个微利行业,流动性强的特点又加大了人力资源管理的成本与难度,因此,假以时日、循序渐进,终究是为中国快递业立规矩的必经之路。

读懂废止资格证的“简证善意”

黄春景 职员

近日,国务院简政放权再下一城——人社部决定对原劳动保障部《录用技术工种从业人员规定》(劳动保障部令第6号)予以废止。6号令规定了90个持职业资格证书就业的职业,包括车工、汽车修理工、营业员、美容师、美发师、摄影师、家政服务员、秘书等。这项《规定》废止后,对没有法律依据的准入类职业,社会组织和用人单位将不得实行就业准入,不得要求劳动者持证上岗。(11月18日中国政府网)

消息一出,不少人为此举鼓掌叫好,但有些网友认为个别技术含量高的职业不该废止资格证。也许是这则消息被有些人误读了“简证善意”,所以才掺杂着“杂音”。其实资格证再次“瘦身”,不等于相关职业不需要门槛了,取而代之的是一种更科学、更规范的评价体系,以此考量入取水准。只要求职者具备足够的能力和水平,即便没有资格证这样的一纸证明,亦能在就业上打开一扇“绿色通道”,不再被资格证挡在职场门外。从这个意义上而言,废止资格证不仅减轻了考证负担,还有利

于增加就业机会,可谓是一箭双雕。

曾几何时,职业资格证书不断膨胀还乱,在某些行业,一些资格证狗尾续貂、画蛇添足。数据显示,全国目前各类职业资格证书已达1000余种。针对考试太乱、证书繁多、重复交叉等问题,国务院办公厅在2007年下发文件要求对职业资格证书进行清理。然而,名目繁多、挂靠泛滥的资格证依然“野火烧不尽、吹风吹又生”,大量利用证书非法牟取暴利的现象屡见不鲜。在这一利益染缸中,各类证书鱼目混珠,其权威性难以得到保证。特别是职业资格证书衍生出来的下游产业,更是形成了庞大的利益链条。于是乎,不少证书存在着“花钱就能办”、“有关系就能办”等乱象,试图这样的职业资格证书,究竟有多大的含金量?

减少职业资格许可和认定事项,一直是国务院推进简政放权、放管结合、优化服务的重要内容。今年7月15日,李克强总理主持召开国务院常务会议,决定取消一批职业资格许可和认定事项,以改革释放创业创新活力。如今,在原有基础上再次废止90种职业资格证书,这说明减少那些含金量低的职业资

格证,已经成为不可阻挡的趋势。

把该放的彻底放开,该减的彻底减掉,简证的信心和决心已在行动中得到了很好的体现。当一大批职业资格认定已经不适应当前经济发展的要求,废止是迟早的事。尤其是在大众创业、万众创新的发展背景下,职业资格证书是时候换种方式与时俱进了。亦即说,废止资格证跟入门槛是两码事,并不是说没了资格证就等于降低了入门门槛。比如,有些技术岗位只要单位自己培训就可以上岗,压根不用求职者花费大量的精力和财力,去考这些不起作用的证书。

一言概之,废止不必要的资格证,建立更加贴近实际的人才评价体系,促进各类人才脱颖而出,推动大众创业、万众创新,让广大劳动者在创业创新方面更好施展拳脚,这是释放出来的“简证善意”。只有真正读懂了这份善意,才能明白废止资格证的“用心良苦”。一个人的资质评价,理应由市场去认可,而不是单纯由证书决定能力和水平。一次又一次的简政放权,相信职业资格证书经历了大浪淘沙之后,保留下来的相关职业资格证书更含金量。

“双十一”后现退货潮不全是坏事

徐天海 教师

当大家还在惊叹今年天猫“双十一”交易额突破912.17亿元时,又一股暗潮开始涌动。今年“双十一”是新修订的《消费者权益保护法》颁布后的第一个网购狂欢节,但退货的量能达到一天总快件量的两成。(11月16日《泉州晚报》)

“双十一”后迎退货潮,笔者认为这未必全是坏事,因为它一定程度上折射出了时代的进步和国家对消费者权益保障体系的强化。“消费者是上帝”口号虽然喊了数十年,但真正落实起来还是一个漫长的过程。这次《消费者权益保护法》中关于“网络购物七天内可以无理由退货”等条款的实施,为消费者网购维权提供了法律支撑,相当于给予消费者一个“后悔权”,让消费者的合法权益保障延伸到售后;而淘宝等平台实施的退货险营销策略,让消费者对于不满意商品退起来更无后顾

之忧,这些做法无疑都有利于营造出更舒心、更人性化的消费环境,让电商比实体店更具有竞争优势。同时,每天近两成的退货量,也说明网购消费者的权利意识不断增加,合法权益越来越有现实保障。相对于买了不称心的商品无处可退或很难退换的窘境,“退货潮”的出现无疑表明社会在进步、消费环境在改善。

但同时,我们也要看到,过高的退货率,对商家来说是不小的损失,对物流系统来说是一种巨大的浪费,甚至还可能影响到店家的信誉。虽然网络购物可以“七天内无理由退货”,但究其原因,有些退货行为其实是完全可以避免的,如电商因“双十一”期间交易量太大而忙中出错发错货;消费者只因价格让利忙着抢购而不仔细看产品的说明、简介以及相关注意事项等,导致收到货后不能满意等。经营者要尊重消费者,消费者在享有合法权利的同时也有尊重经营者辛勤劳动的义

务,如果双方都能对彼此“认真”一点,以上原因导致的退货问题将不复存在。而商品有色差、与图文描述严重不一致导致的退货现象,一定程度上是商家有意存在销售欺诈,消费者对这种商品当退则退,决不能因为怕麻烦而手软,姑息不良奸商。至于近来新出现的“购买——比较——退货”新型消费方式,使越来越多的消费者网购时选择“多购少退”,在“双十一”后退一部分货,这种做法是充分利用了新消费法对消费者权益保障的空间,但从诚信角度上来说有“恶意消费”之嫌,利用“无理由退货”空子时切勿影响了商品再次销售,否则,商家有权拒绝退货,最后还得自己埋单。

总之,我们要理性看待“双十一”后出现的退货潮现象,因应对策,才能营造出更舒心、更规范的消费秩序。

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销

P2P平台“无米下锅”现象 值得警惕

余汉托 时评人

资产寒冬来临,作为投资者来说,最深刻的感觉不仅是产品收益率下降,更重要的是无标可投。早早就开P2P平台网站,却发现等待投资者的是项目规模的尴尬。(11月16日《北京商报》)

经过近几年的迅猛发展,中国P2P行业累计历史成交额已经突破了万亿元大关,并形成了目前3000多家平台的庞大市场规模。随着央行等十部委联合颁布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》后,P2P行业开始走上了规范化发展之路,越来越注重资产端的风险控制,进而更为有效地保护投资者的本息安全。最近出现的“无米下锅”现象,其实正是P2P行业更负责任的体现,因为平台不敢再像以前那样,随意将高风险的借款人推荐给投资人了。从这个意义上讲,这种现象令人欣慰。

但是,P2P平台却出现了“无米下锅”现象。按照央行规定,P2P是金融信息中介平台,主要通过提供信息中介服务赚取佣金。如果平台无法找到借款人,就意味着无法促成借贷双方达成交易,进而无法获取佣金,使得经营难以维系。同时,借款人由于资金无法及时借出,虽然不用承担更大的风险,但也面临着长期货币贬值的风险。此外,P2P帮助小微企业和个人的普惠金融使命也无法完成。

那么,当前P2P平台应该如何才能有效走出找不到合适借款人的尴尬处境呢?笔者认为,P2P平台至少需要通过以下三个方面发力,才能更为有效地促使资产端和负债端实现均衡状态,促成更多的交易达成,从而获取更多的佣金回报。

首先,P2P平台应当主动说服借贷双方,将利率决定在更为合理的水平。虽然P2P行业的普遍利率不断下降,但是,由于部分P2P平台的利率仍然居高不下,导致一些优质借款人对P2P产品兴趣不高;同时,一些资质较差的借款人则面临着付不起利息的状态,从而埋下了坏账的风险。因此,作为借贷双方利益收益博弈的中间人,P2P平台有义务撮合双方重新确定资金价格,使投资人得以在安全得到保证的前提下,获取高于其他理财工具的回。

其次,P2P平台要更加重视培养优质借人,尽量与借款人形成战略联盟,确保那些信用良好的借款人能够及时足额地获得资金。俗话说,“路遥知马力,日久见人心”,一个优质的借款人,除了通过账面审核外,最关键的还得依靠借款人过往的信用情况和道德品性以及企业真实的持续经营状况,但这些风险的准确评估,都需要花费较长的时间,从这个意义上讲,借款人的开发成本甚至比投资者更高。因此,明智的P2P平台经营者,必然会从日常经营中,逐渐建立起优质借款人数据库,确保不至于出现资产荒,更不会出现逾期坏账等现象。

最后,P2P平台在资产荒时期一直无法找到借款人的情况下,不妨同一些缺乏借款人资源的平台实行强强联合,通过一系列规范可行的合约以及相关保险机制,以平台联盟的形式,促成更多的交易达成,进而实现共赢的格局。