

疫苗之痛与垄断之祸

■ 舒圣祥 职员

近段时间,在“这是在杀人”的语境下,山东问题疫苗事件点燃了网上的恐慌情绪,而可以让人们免于恐慌的“疫苗”,至今还没有生产出来。

王克勤老师的《山西疫苗乱象调查》,郭现中先生的《疫苗之殇》,这些陈年旧闻都被翻了出来刷屏;与之相对应,流行的要么是郑渊洁的《我从1995年起就不信任疫苗》,要么就是和菜头的《每一个文盲都喜欢用“殇”字》。更多人,与其说是在讨论疫苗,不如说是在宣泄情绪,仅余的理性探讨,也仅仅是呼吁政府加强管理。怎样加强管理?不知道。

从事审判层面,因为济南警方抓获一对非法经营疫苗的母女,而引发年轻父母对疫苗的高度恐慌,以及舆论的各种互撕,显然是有些过度阐释了。未经冷链运输,最大的可能是疫苗失效,这与毒疫苗、假疫苗本身不是一回事,也与《疫苗之殇》报道的疫苗不良反应没有必然联系。如果没有这点共识,只是各说各话,看似热闹的讨论,就将仅仅只是热闹而已。

如果不扯什么“殇”字的用法而只讨论疫苗,那么疫苗问题大致可以归结为两个方面:一是生产质量的忧虑,一是冷链管理的缺失。讨论这两个问题,仅仅呼吁政府加强

央企高管薪酬新政已经满一年。2015年1月1日,《中央管理企业负责人薪酬制度改革方案》正式实施。记者从国资委知情人士处获悉,新政满一年后,计入年底绩效工资,央企高管在2015年普遍降薪三成。其中,金融央企四大行的高管收入降薪比例最大,而部分退居二线的高管的年底绩效奖金也被取消。(3月21日《中国经营报》)

这次央企高管降薪,在现有制度和格局上撕开一个口子,这是好事一桩。然而,高管降薪远非仅做“减法”这么简单,如何将高管降薪的“负效应”减到最低,在新政基础上更要做好“加法”。笔者观察到,央企经营班子薪酬的总体状况是,内部纵向差距已不小,外部横向差距仍较大。不仅企业负责人的收入是员工的十几倍,甚至几十上百倍,而且企业与企业之间差距也很大。有的企业效益很好,可老总的收入并不高,有的企业连年亏损,可老总的收入高达百万甚至千万。

之所以出现这种结果,从体制安排上看,笔者认为有以下三个原因:一是由于出资人或其代表未行使薪酬安排权,造成央企负责人自己给自己定工资;二是由于对央企经营业绩的真假缺乏科学的确认与评价机制,因此与经营者薪酬挂钩的“效益数”,在不少央企类似于考生自己给自己“判分”;三是由于对薪酬及职务消费未建立披露机制,少数央企存在按“职”分配现象。

在这种情况下,要解决央企高管的薪酬问题,不能仅仅止于限薪。窃以为,不妨借鉴欧美及国际上成功的经验,在专业公司的协助下,通过建立有外部咨询顾问参加的薪酬委员会进行制定。而且,薪酬委员会成员的组成,一定要多元化,既有股东代表,又有企业高层,同时有工会代表,还要引入咨询公司等第三方力量。只有这样,才能够兼顾各方利益,协调好多重因素。

但我们又不得不面对这样一个事实:中国企业的董事会大多缺乏薪酬管理委员会,即使有,薪酬管理委员会也大部分缺乏专业的薪酬设计能力,而且在薪酬结构上,在国外高管薪酬结构中占很大比例的股权激励。而在中国国有企业中,也根本无法实现或只能有限制的实现。一些央企希望能够制定一个对高管人员有激励、有压力的薪酬,但却无法对相关的高管人员明确责任、权利和利益,这是一个最为根本的“致命伤”。

说到底,薪酬制度是一种激励机制,不管制定一个怎样的薪酬制度,关键在于,高管薪酬的决策机制是否符合企业自身的发展战略,是否能够达到有效激励作用。须知,好的薪酬制度,往往是建立在业绩考核基础上的。从这个意义上说,高管降薪既要做好“减法”,也要做好“加法”,不能单纯地限制央企高管年薪,必须进一步建立健全激励机制,把考核结果跟薪酬激励挂钩。此外,高管降薪切不可让员工成为“陪葬品”,只要做到高管降薪的同时,员工收入不会因此“被拉下水”,央企高管薪酬新政才能契合构建科学合理、公平公正的社会收入分配体系。



管理,大概永远不会有用,否则经过多年前的大讨论,就不该再有今天的问题疫苗事件。本次疫苗事件中的母女,其实是挂靠在有资质的疫苗批发企业名下的疫苗贩子,这与其说是市场失灵的表现,不如说是缺乏市场的征兆。

国家财政埋单的一类疫苗,从生产到流通,整个环节都处在严格的行政垄断之下。在生产环节,一类疫苗市场基本被六大生物制品研究所和北京天坛生物所属的

中国生物技术集团公司垄断,全部都是国企背景。在流通环节,按照《疫苗流通与预防接种管理条例》的规定,经批准后的药品批发企业才可以经营疫苗,药品零售企业被排除在外;而这些有资质的药品批发企业,在地方上均处垄断地位,且大多都有国企背景。

接种者自行埋单的二类疫苗,相对而言较为开放,国外公司占了近50%的市场份额,但是加了很高的关税,价格往往偏高。这

意味着,消费者要么选择挨宰,要么只能选择质量相对较次的国产疫苗。二类疫苗在流通环节,同样由地方上的药品批发企业垄断,中间经过各级疾控机构,最后到达接种单位。如果有疫苗贩子想做二类疫苗买卖,只能挂靠药品批发企业,至于是否遵守疫苗储存、运输管理规范,则全凭良心。

在笔者看来,疫苗乱象久治不愈,相当程度上是垄断之祸。生产和采购环节的垄断,让疫苗生产企业哪怕用着三五十年的技术,也能安然生产今天的疫苗;流通和批发环节的垄断,让市场上的寻利者只能通过歪门邪道参与,冷链保存因此逃脱于监管之外。因为疫苗很重要,关乎人命安危,所以排除市场选择垄断,这是我们的惯常管理逻辑;但是,有垄断就会有暴利,有暴利却无法通过市场竞争平抑,必然产生管理上的混乱。

因为出现问题疫苗事件,舆论普遍呼吁加强管理;可是,如果所谓加强管理,就是进一步强化垄断,结果恐怕南辕北辙。市场化竞争不仅更为高效,而且并不必然导致混乱。疫苗说到底也是一种药物,既然其他关乎人命安危的药物都可以放开竞争,为什么疫苗一定要抱住垄断不放?无论是生产环节的疫苗质量,还是流通环节的冷链保存,市场化显然都是更为理想的选择。

已经与实体经济互联互通在一起。从2016年政府工作报告开始,新经济不只是时髦的概念,迟早要兑现为必须顺应现实。比如电商提供的服务,可能是继水、电、土地以外的第四种不可缺失的商务基础设施资源。此外,它寓意着IT时代到DT时代的跨越。沃尔玛跨越的是工业时代与IT时代,而阿里跨越的是IT时代与DT时代。创新的价值、创意的力量,在这些激荡人心的数字间翻涌奔腾。

当然,“3万亿”也是见仁见智的数字。就像华尔街媒体冷眼旁观的:阿里还只是第三平台,并不是开店的,或许它更应该比的是eBay,而不是沃尔玛。但不管怎么说,这确实是个真金白银的数字,是布局产业生态的起点。阿里能不能骄傲,那是他们的事情;但对于中国经济而言,起码这不算是个坏消息。至于“被转型”的传统零售业或受伤于“被害妄想症”里的实体企业,羡慕嫉妒就够了,把“恨”的时间,还是拿去做点更有意义的事吧——别忘了,阿里下一个目标是6万亿元,也就是一万亿美元,而时间点却是2020财年。

“空巢村”也需反思“单极”城市化

■ 武洁 医生

这两年,“空巢村”成了社会舆论热点。在那里,没有了年轻人,有的甚至连小孩子都很少,剩下的就是些上了年纪的老人。他们在那里默默生活,每天都期盼着儿女们能常回家看看。这些老人,很多都无人照料,有了病也得不到及时治疗,压抑情绪无法及时排解。“出门一把锁,进门一盏灯”就是“空巢村”老人最真实的生活写照。(3月22日《现代金报》)

城与乡,的确存在着此消彼长的关系。随着城市化的推进,乡村的萎缩,也在所难免。事实上,从2000年到2010年的10年间,中国已消失了90万个自然村落,相当于一天之内就有将近300个自然村落消失。既然乡村的消失都已成为常态,“空巢村”不过是乡村消失之前短暂的临终状态罢了,要说没啥好大惊小怪的。

不过,“空巢村”现象之所以引人唏嘘,也绝非小清新式的恋旧情结。正如日月交相辉映,城市与乡村,既然是一枚硬币的两面,也该相得益彰。城市固然是人类文明发展的重要标志,但无论城市如何辉煌耀眼,作为自然生灵,人们的乡土情结与自然乡愁却注定永远无法割舍,乡村这一联结人类与自然乡土的“脐带”,当然不应被轻易剪断。

尽管有道是“旧的不去,新的不来”,社会的发展变迁,无论是城市化的开发与更新,还是工业化与经济发展的诉求,城市化的确是大势所趋,在这一进程中,城乡出现此消彼长,也本在预期之中。不过,从空巢走向湮灭,乡村消失的速度如此之快,是否是发展的必然,又抑或有着其他人为因素加速了乡村的凋零,恐怕更值得反思。

当城市化被简单的解读为城市对乡村的取代,城市化被视为人口的单向流动和转移,公共资源与投入更是让乡村成为被遗忘的角落,年轻人的离开,人气的丧失,又加剧了乡村的萎缩,空巢老人们健在时,春节的乡村或许还能有些回光返照的活力,一旦空巢村的老人门陆续离世,消亡才是“空巢村”的最终宿命。可见,单极化的城市化理念,未尝不是乡村加速凋敝的根源。

而事实上,城市化虽然是大势所趋,但城市化其实不应成为对乡村的背离和抛弃,更不应是对乡土文明与乡村生活方式的驱离。假如城市化进程有着对乡土文明的应有的敬畏,乡村的自然禀赋与人文魅力,注定其会保有自身的魅力与生命力。然而,单极化的城市扩张,对于乡土的挤压与遗弃,却是不争的事实,一些城市污染工业与落后产业的选址,缺乏起码的邻避意识,让乡村的自然禀赋上的优势荡然无存,又何尝不是乡村困境的成因。

此外,中国人一直有落叶归根、回归乡土的传统,即便是达官士人,退隐之后回归家乡经营一方天地,从而在经济与文化上反哺乡村,让乡村总有不衰生机。而当前乡村的凋敝,恐怕更多在于人文的单向流失。可资对比的是,笔者在欧洲城乡旅居,发现欧洲的魅力正在于城乡的相得益彰,城市并不会过度挤压乡村,而乡村自有其独具特色的环境与人文生态,并不乏拥趸。乡村相比城市,并没有明显的劣势,而是各具魅力,各美其美。

基于此,面对“空巢村”,除了关注老人们的凄凉晚景之外,如何守护乡村的人文生态,让城市与乡村相得益彰,或许才更值得反思。

“3万亿”,别只羡慕嫉妒恨而已

■ 邓海建 媒体人

“买买买”的网购热情成就了一个惊人的数字。截至3月21日14时58分,阿里巴巴集团宣布2016财年电商交易额达3万亿元人民币。这意味着,阿里巴巴在2016财年内(起止时间2015年4月1日至2016年3月31日)有望超越沃尔玛,成全世界最大零售平台。从0元到3万亿元,沃尔玛用了54年,而阿里巴巴只花了13年。(3月22日《经济日报》)

这几天,微信朋友圈都在刷屏着“你为3万亿贡献了多少”,而好事者亦推算出一台验钞机不眠不休工作57年才能帮阿里点完3万亿现金。这些形而下的感受,显然不如下面的数字比对更直观:2015年,中国社会消费品零售总额约为30万亿元人民币,这意味着,阿里巴巴的GMV(成交总额)相当于全国消费品零售总额的10%。当然,这个数字除了与沃尔玛半个世纪的奋斗可比之外,它也相当于中国一个中大型省份全年的GDP总数。

相较于国内零售平台,这是个天文数

字;相较于中国经济体量,这不过是沿途的风景。有人说,“3万亿”正中国高度成熟的消费互联网迅猛发展的生动写照。用阿里的话说,“自2003年淘宝网成立以来,阿里巴巴已经初步完成了‘网上经济体’的生态建设。”技术融合、产业迭代,从就业到“创业式就业”,从电商扶贫到阿里村淘……阿里的这“3万亿”,有主动接近、乃至讨好实体经济与民生社会的印记在里面。换言之,这些年,阿里以主动或被动式努力,在改写“互联网电商对实体零售的原罪”。

在商业价值之外,阿里在探索与追寻的,还有数字外的社会价值。“3万亿”不仅仅是一家互联网公司的奇迹,更为重要的是,它预示着中国经济强大内需潜力与令人期待的未来。首先是信心,“一时一事会有波动,但长远看还是东风浩荡。”在低迷的消费态势下,阿里撬动的蛋糕,让人羡慕嫉妒,更让人启迪深省。从模仿型排浪式消费到个性化、多样化消费,挖掘消费潜力,仍是大有可为。其次是体认新经济。“3万亿”背后不只是一个“网上的阿里”,互联网的电商平台、物流体系、金融服务、云计算以及跨境服务,

国企欲迎新岁月 改革方来好花枝

■ 徐天海 教师

记者昨日获悉,福建省《关于深化国企改革实施意见》近日下发,提出到2020年国企改革重要领域和关键环节取得决定性成果,造就一批德才兼备、善于经营、充满活力的企业家,打造一批百亿级乃至千亿级龙头企业 and 一批知名企业。(3月17日东南网)

福建国企的资产总额有3万亿元,三个“一批”的国企改革目标为福建深化国企改革勾勒出了宏伟的蓝图,制定了明确的改革路径,前景是美好的。但是,要实现三个“一批”改革目标,决非易事,还需要福建省国资以“滚石上山”的改革劲头,迎难而上,做深化国企改革的拓荒者。

刚公布的《实施意见》是深化该省国企改革的路线图。国企改革的号角吹响了,改革就要稳步推进。每一个国企都要根据《实施意见》,结合自身情况大胆创新,既不能急于求成,也不能等靠观望或小步慢行。习近平总书记两会期间参加黑龙江省代表团审

议时曾强调指出,对国有企业发展,政府的作用更多体现在支持、扶持、杠杆作用,但没有现存的“金娃娃”摆在那里,在这种情况下,国有企业要深化改革,要“借东风”,激发内生动力,在竞争中增强实力。可见,国企发展需要外借东风与内生动力并重。

福建省国有企业发展的外部优势明显,既有沿海开放的便利条件,又有海上丝绸之路经济带战略带来的空前发展机遇,加之国家一系列简政放权措施给企业减负为深化国企改革营造宽松的发展空间,如今国企改革可谓天时地利俱备,改革东风已经吹来,时不我待!

国企改革关键是“人”的问题!福建国企要发扬“爱拼才会赢”的闽南人闯劲,破旧立新,打破利益桎梏,发挥出全体国企员工的主动性。要建立国企领导人员分类分层管理制度,开展国企职业经理人试点工作,建立与国企领导人员经营业绩挂钩的差异化薪酬分配制度。还要展开“员工持股”的股份改革,调动出更多人的积极性,这样才能把企业的内生潜力挖掘出来。

且慢为每天诞生3万个小微企业点赞

■ 高志强 财经评论员

由国务院发展研究中心主办、中国发展研究基金会承办的“中国发展高层论坛2016”年会于2016年3月19日—3月21日在北京举行。工业和信息化部部长苗圩在回答有关“创新、创业”提问时说,政府鼓励“大众创业、万众创新”已经见到明显成效。直到目前为止,中国每天大概有3万个新企业在诞生,当然,这里绝大部分都是小微企业。(3月21日人民网)

据国家工商总局统计,2015年,中国平均每天新登记的企业中,约96%属于小微企业。截至目前,中国已有小微企业5000多万家,超过90%的就业人口都分布在这些企业中。小微企业对国民经济发展和稳定的重要性越来越明显。在国家“大众创业、万众

创新”的战略指导下,越来越多的草根阶层人士以及大学毕业生产群体,纷纷通过创办小微企业,投入到火热的创业创新热潮中。这无疑是一个非常可喜的现象。

众所周知,国内外很多知名大企业,都是由小微企业发展起来的,比如美国比尔·盖茨的微软,最早就是在一个简陋的地下车库办公,而中国阿里巴巴的马云,最初也是由只有几个员工的小微企业起步的。但是,创业毕竟充满了风险,虽然国家已经通过简政放权,推行商事登记制度,为创业者取消了办企业的政策门槛,但是,这仍然远远不够。

因为我国中小企业的平均寿命只有区区3.7年而已,远低于欧美日地区。我国小微企业平均寿命还不足3年,绝大部分初创企业的寿命甚至还不到1年,从投资决策原理来分析,按照中国平均行业利润只有10%左右的水

平不难看出,大部分小微企业主在创业过程中,不仅难以盈利,而且相当一部分人都可能处于浪费时间和资金的尴尬境地。

那么,小微企业应该如何才能更好地走向成功呢?笔者认为,至少需要从三个方面着手,才能在推动小微企业数量增长的同时,提高生存的质量。

首先,有关行政主管部门在为小微企业减免税费的同时,应当拿出更切实可行的方案,帮助小微企业解决经常面临的资金短缺问题,更有效地破解小微企业融资难、融资贵甚至融不到资金的窘境,千方百计扶持那些富有发展潜力的小微企业顺利渡过暂时性的难关。比如,通过更为优惠的投资政策,引导鼓励更多民间资本,通过参股、控股等模式,或者通过互联网金融渠道,将更多的资金注入到小微企业中;或者进一步降低国

有商业银行对小微企业贷款的门槛,合理提高小微企业贷款的额度,延长小微企业的借款期限,为小微企业发展注入一针强心剂。

其次,创业者在创办小微企业之初,应当尽量告别盲目性,最好先积累相关的专业知识和从业经验,或者经营自己所熟悉和擅长的领域,才能尽快跨过投资保本点,或者走向盈利状态。毕竟,小微企业的资金链往往比较脆弱,加上销售额普遍较低,导致营业杠杆普遍较高,如果成长速度偏慢了,往往会给本来就紧张或者预算不足的资金造成极大的压力,甚至因此而倒闭。

最后,在条件许可的情况下,小微企业不妨通过鼓励内部创新的方式,努力开发出属于自己的新产品、新技术或者新市场,凭借独占的专利权,实现独特的市场竞争优势,进而实现长远发展的目标。