

如果散户们多能过上好日子

■ 邓海建
 媒体人

最近一段时间，有关 A 股的回望与反思，成为热点议题。最近的人民日报刊载中国社会科学院研究生院特聘教授文章称，“有人把高换手率看成 A 股市场转型升级的包袱，甚至将市场弊端归咎于散户过多，这是一个认知误区。事实上，广大散户为证券市场发展作出了重大贡献。”该文迅疾成为舆情热点，甚至被不少人解读为替散户“正名”的重要信号。

中国股市红也好、绿也罢，报纸封面上放送的“表情包”主角，永远是带着老花镜的大爷大妈们。这起码说明一个道理，在中国资本市场上，投资的民生意味非常浓郁。在实体难做、地产低迷的时候，股市自然无须担心充足的流动性。

人民日报对散户的肯定，离不开两个明显的重要背景：一则，这一年，A 股云谲波诡，

散户垂头丧气。从 2014 年的 2000 点到 2015 年 6 月 12 日的 5178.19 点，再到 2016 年 6 月 8 日的 2927.16 点，A 股市场以前所未有的速度先后经历了一场“疯牛”和“闪电熊”的牛熊轮回，在距离 A 股登顶整整一周年之后，高达 28.28 万亿元的纸上财富在一轮又一轮的下跌中蒸发，散户投资者人均损失更是达到了 5 万元。二则，很多人都在分析 A 股市场的劫难或气数，A 股究竟有没有问题、或者说问题究竟出在哪里，有关于此的观点交锋可谓汗牛充栋，最新鲜、最震撼的，是归咎于散户的“不争气”。比如今年初，海通证券副总裁、首席经济学家李迅雷曾表示，中国股市的收益率虽然很高，但中国股民仍然普遍亏钱，其主要原因在于换手率过高。

散户的钱砸进 A 股，颗粒无收不说，连碗“鸡汤”也捞不着不谈，被割韭菜后又被原罪，还有比这更虐心的事情吗？中国证券登记结算公司最新数据显示，截至 2016 年 5

月末，持 A 股股票的自然人投资者总计达到 5005.1 万人，持股市值在 10 万元以下的“小股民”占比高达 74.74%。最近一年，持股 10 万元市值以上股票的股民减少了 276.6 万人，而持股 500 万元至 1000 万元市值股票的股民一年里减少 44%。这里固然有贬值缩水的客观原因，但，不得不说的是，“稳定、透明、公平的投资环境”“切实保护投资者合法权益的制度”等缺失，也是放大股市高风险爆发的重要因素。

从凯恩斯的《通论》，到邓小平的“金融核心论”，再到顶层设计对现代金融的理性认知……资本市场越来越具有系统性、主导性及引导性。从这个意义上说，A 股市场健康与有序，绝不只是裨益大爷大妈们的晚年心脏健康。对于转型升级中的市场主体来说，这里是融资的宝藏、是价值回归的终途、市场信心的窗口。客观地说，这些年自上而下的行动，无论是注册制、战新板的脚步放

缓，还是监管重心转向去杠杆背景下市场稳定与修复，乱象与顽疾总在好转，秩序与理性总在构建。在这一进程中，“爱护散户、保护散户、捍卫散户是中国股市健康发展的唯一出路”等言论虽有偏激，但客观评价散户对 A 股历史的价值与意义，恐怕也是整肃市场、厘清是非的前提。

牛也好，熊也罢，股市本来就是高风险的。但是请注意，这里的“风险”，是白莲花般的市场风险，不掺杂人为的拖沓与利益的掣肘；而公众判断股市健康与否的风向标，在于特定市场环境下，类似“救市”“熔断”等监管者的“专业作为”。中国的宏观经济是向好的，中国的市场政策是向好的，中国的持币散户也是纯良的，那么，我们能想到的最浪漫的事，就是让散户们多能过上好日子。这种好日子，不是没有大涨大跌、不是没有悲欣交集，而是少一些知漏不补的愤懑、少一些入市如入局的纠结。

别用“毒食品”逻辑揭黑“毒跑道”

■ 止凡
 注册会计师

两年的时间里，全国多地学校发出“异味跑道、异味操场”的疾呼。央视财经《经济半小时》记者深入这场舆论漩涡，揭开了一个令人震惊的黑幕——“塑胶跑道”竟是“废轮胎、废电缆”做成的！真相昭然，希望我们的孩子从此远离毒害。（6 月 22 日央视网）

过去关于问题食品的揭黑报道，多是从“原料有多污”入手的，这一次，央视揭黑“毒跑道”显然采用了同样的方法，而且他们自认为已经“真相昭然”——看，塑胶跑道都是用这些废品做成的，质量怎么能达标，又怎么能没毒呢？我相信，很多人看了央视的报道，也会认同这样的道理，认为“毒跑道”之“毒源”已经找到。可是，笔者却觉得未必。

废物利用，常常被认为是一种环保行为，为何到了塑胶跑道这里，就成了“毒源”呢？废旧的轮胎、废旧的电缆，粉碎后的塑胶颗粒用于塑胶跑道，算不算物尽其用？毕竟，跑道是用来踩在脚下的，而不是穿在身上，更不是用来入口的，使用废旧塑料制作，有没有明文禁止？如果一律要求用新的，不仅会极大提高塑胶跑道价格，废料处理还得额外付费。

塑胶跑道有问题是事实，可搞清问题到底出在哪里，需要通过科学的方法。因为媒体的过度报道，很多学校已经开始铲除塑胶跑道，恢复成水泥地或煤渣跑道，且不说浪费时间，但这真的更有利于学生的安全与健康吗？有一种值得注意的倾向是，“毒跑道”问题似乎已经被定性，凡是表达不同意见，都会被口水淹死，这恐怕不利于问题的解决。

塑胶跑道的问题，到底是因为使用了废旧的塑料，还是因为胶水有问题，或者施工有问题，需要科学的验证和解读，而不是记者想当然就能确定“真相”。事实上，从相关专家的介绍看，主要的问题是来自胶水，而不是黑色塑料颗粒。当务之急，是要在跑道铺设的施工前、中、后进行严格的检测和监督，而不能九龙治水谁也不管，只靠鼻子闻发现问题。

“毒跑道”问题的真正解决，一个办法是使用价格很高的预制型卷材，将来则需要大力研制性能先进、适合各种条件下使用的环保型合成材料面层。说白了，一个靠钱一个靠科技，还有一个靠监管。着眼当下，如果很多基层学校没那么多钱，又想拥有塑胶跑道，那就只能在严格监管的前提下，尽量将危害降到最低。如果学校都不敢再用塑胶跑道了，或者建成了也要铲掉，更多的技术革新就会失去土壤。

选择总是有代价的，从不存在只有好处没有坏处的十全十美。媒体关注“毒跑道”当然是基于责任的担当，但也要避免走入极端，人为制造“谈塑胶跑道色变”的非理性氛围。比如，使用揭黑“毒食品”的逻辑来揭黑“毒跑道”，并自诩“真相昭然”，除了迎合公众之外，似乎就有点偏了。

电商造“节”到了该反思的时候了

■ 黄春景
 时评人

京东 618 品质狂欢节带来的全民购物盛宴还在持续中，这场年中最大的促销活动已经超出了平台、行业的范畴，成为线上线下、各行各业争相进入的消费大狂欢。今年 618 期间，京东再创辉煌，6 月 1 日 -18 日累计下单量超过亿单，移动端订单量占比高达 85%。第三方发布的报告显示，618 当天京东的流量远超其他电商平台。（6 月 20 日《华西都市报》）

又是一年 618 大促，618 已从京东自己的店庆日演变为全民购物节，架势直逼双 11。虽然京东方面不断标榜 618 取得重大突破，但对比双十一仍然有较大距离。京东本意是将 618 打造成如双十一般的购物节，不料被各位电商列强纷纷如法炮制，阿里、国美、苏宁、亚马逊等其他电商也随之参战，推出自己的低价活动，进一步挤压京东的低价空间。对于消费者来说，电商竞争越是激烈越能从中获利。

面对 618 大促，消费者在心动之余，往往仔细觀察：这究竟是一轮真正的促销，还是忽悠消费者的一场大戏？去年 618 促销大战，大呼“上当”的消费者不在少数，先涨价再促销、订单无法生成、低价商品断货，被消费者总结为电商欺诈的三大现象。“说好的 618 狂欢节大促呢？说好的 618 更便宜呢？最关键，我拖着严重疲惫的身体网购，就是听信了 618 会促销，会便宜，结果熬到最后，却还不如我不熬夜直接买便宜。”不少网民遭遇 618 大促涨价，纷纷吐槽以示不满。想不到，类似的“先涨价再促销”惯用伎俩仍然还是继续上演。

看来，还是那句话，买的永远没有卖的精。商家们最爱造“节”，有“节”就有噱头，各种宣传各种大战，战来战去，商家个个赚的盆满钵满，消费者个个买的仰马翻。造节其实没有什么不好，电商能造，群众能买，销量能上，皆大欢喜。问题在于，玩噱头、假促销这样欺骗消费者的行为对电商没啥好处，如果电商光顾着促销而忽略了消费者的切身感受，引发更多消费者的反感，结果难免是“搬起石头砸自己的脚”，得不偿失。

不难看出，不少消费者非常希望 6 月 18 日这天，买到实惠心仪的商品。遗憾的是，所谓的 618 大促，不过是合谋打出的营销噱头而已。那些所谓的打折让利大多言过其实，目的就是忽悠消费者买更多的商品，花更多的钱。由是观之，电商造“节”暴露出不少弊病，稍有不慎就会成为一种“劫”。倘若真是让利于民，多一些这样的“节”也无妨。但如果是借此炒作、玩噱头，这样的“节”不仅令人陷入入审“节”疲劳，还会引起消费者的集体不满。

当电商造“节”成了独角戏，失去了消费者的参与，试问这样的“节”还能维系多久？有鉴于此，电商尤须秉持“若有人今天一方，忠为衣分信为裳”的态度，以取之于民还之于民的“报恩”心理来回馈大众，在促销中保质保量，维护诚信，才能为造“节”注入更大的活力和能量。一个不容忽视的现象是，近年来，电商造“节”对消费者的吸引力却在逐年消减，这一点应引起各电商企业的高度重视。快速增长的数据背后却难掩整体发展乏力的隐忧，电商们除了造“节”，也到了该反思的时候了。



重拾保健品市场信心“善法”更需“良治”

■ 杨玉龙
 职员

我国《保健食品注册与备案管理办法》即将于 7 月 1 日正式实施。消费者对于我国保健食品市场是如何认识的？昨天，中消协发布了“保健食品消费者认知度问卷调查报告”。报告显示，超六成消费者不相信所谓“保健食品”广告宣传，四成消费者表示经常遇到“保健食品”冒充药品现象。总体来讲，七成消费者评价为“不太满意”。（6 月 20 日《北京青年报》）

保健品市场之乱，致使消费者不信任保健食品的广告宣传，也导致了七成消费者评价为“不太满意”。比方说，为了吸引眼球，一些企业和经销商大肆宣称其治理效果优于专门药物并且无副作用。实则是把保健品宣传

成“救命药”，不择手段，靠精准忽悠诱人上当。尤其是一些保健食品，非法添加了一些对人体有害的违禁成分，长期服用还会给健康带来负面影响，可以说是不治病反致命。

而同时，行业监管的乏力，是导致保健品市场乱象的主因。目前，保健品无论是行业发展上，还是管理体系或者法律规定上，都处于粗放型的阶段，这无疑给违法犯罪行为提供了空间，致使消费侵权事件屡屡发生。尤其是，时下网站、QQ、微信等已成为不法分子兜售假药和保健品的主要渠道，其隐蔽性、欺骗性极强，打击难度更大。

因此，国家出台的新《食品法》与新《广告法》等法规文件，都加强了对保健品行业的约束；尤其是《保健食品注册与备案管理办法》的出台和实施，对规范保健食品的注册与备

构建新型政商关系始于企业公务接待“归零”

■ 杜才云
 职员

“2012 年以前，我们企业一年的业务招待费近 20 万元，其中 2/3 左右是公务接待。而去年招待费只有 3 万多元，全部用在商务接待上，对公接待这一块已‘归零’。”马达伟是浙江金马工艺品有限公司总经理，企业经营木制玩具，是云和县这次抽查的企业之一。（6 月 20 日人民网-人民日报）

“君子之交淡如水，小人之交浓如漆”。遥想八项规定出台以前，政商关系可以用“如胶似漆”来形容，一方面，企业为了争取各级党委政府的支持，请吃请喝，迎来送往，又是派公关，又是送红包，生怕得罪了各路“财神爷”；另一方面，政府各部门进企业检查多如牛毛，有的官员占用企业的车辆，有的官员让出企业房产，绝大多数与企业沾边的官员都接受企业吃请，仿佛没有企业请吃就没有“面子”。

“过犹不及”。原本正常的政商关系，被庸俗的政商关系所取代，对企业、对官场、对国家社会良性发展都是有害的。首先是增加了企业的非生产性支出，加重了企业负担；其次是养成了企业不靠深化改革求效益、而依靠政商关系获项目获资金的情性；其三是庸俗的政商关系容易培植官员贪腐的“腐殖土环境”，官员陷入其中便难以自拔；其四是庸俗的政商关系，或引发部分有识之士的强烈反对，或引起社会各界方面的效仿，都或多或少地影响了国家经济社会发展的步伐。

要构建新型政商关系，必须贯彻落实习近平总书记要求，按照“亲”“清”二字，重新定位新型政商关系，净化经济生态。

要构建新型政商关系，需要企业的大力支持配合，协同推进“亲”“清”政商关系。作为企业方，要主动适应新常态，按照企业发展规律，深化技改，拓展市场，作好“银政企”廉洁对接，让企业在市场经济的大潮中做强做大。

家庭互联网的苹果谁能最先咬到？

■ 舒圣祥
 媒体评论员

在近日闭幕的上海国际电影电视节上，网络视频企业聚力传媒发布家庭互联网战略，宣布将全面发力家庭互联网产业。业界预测，以智能电视为主体的家庭互联网将成为业界布局的蓝海，其承载的视频内容、应用、增值服务将迎来巨大增长空间，未来有望催生出万亿级的客厅全产业链和客厅新经济。（6 月 21 日《人民日报》）

家庭互联网作为一个概念被提出，已经有好几年的历史了。它被认为是继 PC 互联网、移动互联网之后，互联网发展的第三阶段。特别是 2013 年左右，家庭互联网概念一度十分火热，BAT 等行业大佬不约而同进

入，但受制于互联网电视牌照限制等原因，发展似乎严重受阻，风头早已被虚拟现实等更新的概念替代。

无论是虚拟现实的呈现还是科幻电影的想象，越来越多的信息表明，屏幕在未来的科技创新中也许并不是必需品。但就我们当下的生活而言，电脑、手机、电视机无疑仍是最重要的三块屏幕，也是三个重要的终端流量入口。一开始，电视机占据着霸主的地位，PC 后来居上引领一时风潮；手机眼看着就要不行了，苹果触屏手机横空出世，让移动互联网迅速勃兴，取代了 PC 的王者之位。

到今天，看电视的人似乎越来越少了，三块屏幕中唯独电视机“互联网+”的程度最浅，也最原始。某种意义上，因为发展空间巨

大，这意味着家庭互联网是一片蓝海，有望催生万亿级的客厅新经济；但在另一方面，电视机这块屏幕的勃兴，又有赖于颠覆性的技术革命，需要一个类似于苹果手机的划时代产品。

不得不说，从这几年的发展实践看，至少在硬件创新这方面，所谓智能电视机，依然略显低能。目前中国家庭电视机保有量约 4 亿台，其中智能终端约有 1 亿台，而真正可以运营的智能终端只有 3000 万台左右。为什么智能电视非但没有迅速普及，反而大多数用户买了也成摆设？原因无他，名不副实耳。

这里存在的一个重要问题是交互，如果说 PC 的交互方式是鼠标键盘，移动互联网是触屏，那么家庭互联网是什么？人脸识别，

手势识别，概念有很多，但都尚未真正成型。还有，牌照的问题，既得利益的问题，不同产品间互联互通的问题等等，都有待解决。

家庭互联网的核心，不只是一要让电视机更加智能，而是要立足家庭体验环境，通过一套完整的技术架构和生态系统实现多终端协同、便捷交互、广泛连接，从而为消费者创造越来越自在、越来越舒适、越来越简单的家庭生活。说的更直白一点，不仅要让家庭设备都联上互联网，更要实现设备与设备之间的网络连接。

家庭互联网要想真正获得巨大发展，也许同样需要一个乔布斯式的人物。家庭互联网这样蓝海，仍在等待那个第一个咬苹果的人——当然，最好是个中国人。

“三不”文件失效 改革才能有效

■ 张国栋
 职员

据报道，国务院总理李克强日前主持召开国务院常务会议，决定在前期已宣布失效 489 件的基础上，经严格审核，再宣布失效并停止执行 506 件国务院文件。“筛查”标准为：不符合现行法律法规或没有法律法规依据的。不适应经济发展需要，严重束缚企业生产经营和管理活动的。设立的审批事项已取消或下放，或不同文件对同一事项重复要求、规定不一致的。（6 月 16 日《经济参考报》）

国务院连续两期宣布失效并停止执行的文件已近千件，这无疑是值得称道的大手笔。而此次被宣布失效的文件，其“筛查”标准更可谓精准，即“三不”——与现行法律法规不一致、不利于办事创业、不适应经济社

会发展需要。这就不仅是个大手笔，凸显的是政府完善自身改革，除旧布新，适应经济新常态，加快发展的信心和决心。

国务院的政策性文件，俗称“红头”文件，具有作为行政管理依据的权威性。不可否认，许多现在看来是“三不”的文件，都曾在当时发挥过应有的作用，不能否定。但今非昔比，面对改革要求和发展势头，上述“三不”文件，无论从施政效果还是从经济学原理看，都已经不合时宜，急需革除。否则，它不仅无助于改革发展，而且会成为我们前进路上的绊脚石，甚至会成为一些地方和部门搪塞、推诿企业和群众的“依据”。这既会影响到大众创业、万众创新，阻碍市场潜力、社会活力的充分发挥，事实上也会影响整个改革发展的有效推进。

因此，让“三不”文件失效，改革才能有效。诚如会议指出，全面清理与现行法律法规不一致、不利于改革发展的政策文件，是持续推进简政放权、放管结合、优化服务改革，建设法治政府的重要举措，对更大发挥市场机制作用，营造实施创新驱动发展战略，推动大众创业、万众创新的良好环境，促进新经济、新动能成长，具有重要意义。

需要指出的是，国务院层面对许多“三不”文件是说“不了”，各地各部门怎么办？虽然会议要求，各地区、各部门都要抓紧清理和废止不利于稳、促、调、惠的政策文件，同时要做好政策衔接，完善事中事后监管，防止出现“空档”，能否得到严格落实？要知道，许多文件尽管已经属于“三不”，但对一些地方和部门而言，那可是“权力”所在，是体现自身“价值”或

“存在”的“要素”，如果都失效了，他们会不会不适应，甚至阳奉阴违，有意无意地还拿已经失效的文件说事，这也是需要注意的问题。

好在总理态度明确，国务院措施得力。比如针对工程建设领域的保证金过多过滥的问题，总理明确表态：除保留依法依规设立的 4 项外，其他保证金一律“取消”；未经国务院批准，各地区、各部门“不得”在工程建设领域新设保证金项目。这就断了一些人的“后路”。

可以预期，这样的态度和举措，将扩展至除工程建设外的其他领域，以及除保证金外的其他名目。只要是束缚了企业的手脚和市场的活力，对对不起，即便挂着“红头”，也不再是“保护伞”。还可以预期，让“三不”文件失效，我们的改革发展必然迎来更加充满生机和活力的有效。