

把小微商机汇聚成中国新动力

丁是钉

“模仿型排浪式消费阶段基本结束,个性化、多样化消费渐成主流。”这是中央经济工作会议对于经济新常态的第一条判断。从这个基础判断出发,不难得出这样一条推论:小微商机将成为中国未来经济发展的新动力。

中国过去30多年的高速增长,主要依靠的是大资金、大项目、大投入的推动。特别是全球金融危机后4万亿经济刺激政策的实施,让中国经济的大投资依赖症变得更加严重。各级政府都把大项目看作是促进经济增长的神经,习惯于采取以投资换增长的经济发展模式,导致了地方债务规模的不断扩大。

国家审计署2013年12月披露的全国政府性债务审计结果表明,到2013年6月底,全国各级政府负有偿还责任的债务206988亿元、负有担保责任的债务29256亿元、可能承担一定救助责任的债务66504亿元。伴随着地方债务规模进一步扩大,地方债务所隐含的风险也越来越大,正在成为危及中国经济的重磅炸弹。

依赖大资金、大项目拉动的经济增长模式导致了产能过剩的加剧。凡是产能过剩的领域,包括钢铁、煤炭、汽车、光伏等行业无一不是需要巨额资金投入的领域。有关部门对于钢铁、煤炭、水泥等行业准入规模的门槛式限制,非但没有起到淘汰落后产能的作用,相反却让产能过剩的情况愈演愈烈。

当成千上万的小微商机和小微项目汇聚起来,就能汇聚成为推动中国经济继续前行的新动力。

愈烈。

与此同时,依赖大资金、大项目的经济增长模式形成了对银行贷款的“抽水机”效应,大量的银行贷款都被大项目所占用,导致众多中小企业、小微项目无款可贷。一些关乎民生的项目,比如医疗、保健、养老、教育等领域的小微项目很少能够获得银行贷款,甚至根本无法获得银行贷款。

另外,由于大型项目以国有企业投入为主,促使国有企业特别是中央企业超管理能力、超管理水平的扩张,这一问题正在累积并演化成巨大的经济风险。现在能够观察到的是,相继有一些央企成为亏损大户,不止是中远集团连续多年成为A股亏损王,而且在中国500强企业中国亏损的企业,国企占了非常大的比例。国企高速扩张的另外一个必然结果就是对民间资本形成挤出效应,窒息民间资本的活力。

从把大项目、大投资作为经济增长的主要动力,到把解决和满足“个性化、多样化消费”作为经济发展的新常态,是一个本质性的变革。不仅涉及到发展理念的变革,也将涉及到投融资方式和体制的变革。以民生项目为投

资方向,以民间资本为投资主体,这将是“中国经济新动力”的两大主要特征。

首先一条就是要“以民生项目为投资方向”。这既是满足“个性化、多样化消费”的本意,也是实现这一目标的必然路径。借用一个名词,目前中国经济领域中的一个悖论就是结构性过剩和结构性短缺并存。医疗、保健、养老、教育等民生产品存在着严重的低端化和供给不足的问题。北京同仁医院一天收入过万的“号贩子”,还有北京中关村高达30多万一平方米的学区房都足以证明,“看病难、上学难、养老难”等民生问题里蕴藏着巨大的商机。

以教育为例,中国现在不仅已经成为全球出国留学学生最多的国家,而且还呈现出低龄化趋势。据教育部中国教育国际交流协会提供的数据,2013年中国共有41.39万人选择出国留学,留学人数继续攀升。以每个留学生每年国外花费20万元人民币的低标准计算,仅此一项就要把高达800亿元的消费能力输出到国外。相比出国留学,因供给不足或供需不匹

配而被压抑的教育需求数量更大。

同样重要的是“以民间资本为投资主体”。与小微商机相匹配的肯定不是大资本、大投入,这就决定了其必然是民间资本。从本质上讲,民间资本是最敏感、最活跃的,有着强烈的逐利动力。这就意味着民生领域的重大商机早已被民间资本所发现。那么,为什么没有进入?一是在教育和医疗等领域的管制过多,致使其很难进入,或者根本无法进入。二是这些领域普遍需要长线投资,短期获得的可能性非常小。再加上在投资期内可能发生政策和市场的变动,会让盈利的可能性变得更加不确定。

重视培育和利用小微商机,从政府层面讲,一个根本的转变就是要把精力从过度注重大项目,转向重视商业生态的培育上。这里面的关节点是加紧制定相应的政策,为民间资本解决进入难和赚钱难这两大核心问题。要从根本改变旧有“卡住入口”的低水平甚至是不作为的管理模式。

发现、重视和利用小微商机,可以同时解决民生性需求得不到满足,以及庞大的民间资本缺少出口两大问题。现时,分散的、小规模的投资不但效率更高,也会防止大规模产能过剩问题的出现。虽然小微商机和小微项目,从单体来看非常不起眼,甚至是无足轻重,但成千上万的小微商机和小微项目汇聚起来,就可以形成排山倒海的能量,成为推动中国经济继续前行的新动力。

孔见



万达与阿里 “一山可容二虎”

万达和阿里虽然各自为战,但“腾百万”的出现客观上为“一山二虎”创造了条件。

郭施亮

谈起万达集团,我们就容易联想到王健林、王思聪,而他们也一直成为社会关注的焦点人物。近日,随着万达商业地产港股IPO的进程加快,万达再度成为市场关注的焦点。

据悉,万达商业目前拟定于今年12月5日启动全球路演,或将于12月19日正式在港交所挂牌上市。与此同时,在今年11月28日,万达电影院线股份有限公司终于从中国证监会手上拿到了核准批文,并有望成为国内院线的第一股。

万达上市,确实会引来不少的眼光。但是,随着万达帝国的扩张野心逐步膨胀,其核心竞争者阿里,也同时加快展开其帝国版图的扩张速度。

事实上,阿里的上市进程并不比万达轻松。继之前阿里从港股退市后,今年以高调的姿态在美国纽交所成功挂牌上市。

根据数据统计,继阿里巴巴赴美上市至今,阿里巴巴的市值规模已经扩张至2700多亿美元。与此同时,马云的身价继续水涨船高,并超越王健林,成为了中国的新首富。

万达与阿里的野心都很大,但是面对“首富”宝座,都表示“对‘首富’不感兴趣”,潜台词是:我要坐地干活,干完活再说!

以万达为例,自其2006年开始涉及文化产业以来,至今已经拥有了电影产业、舞台演艺、电影娱乐科技、主题公园、连锁儿童娱乐、连锁量贩KTV、报刊杂志、艺术收藏等多个领域。同时,自2012年以来,万达的帝国版图已经逐步打通国际化的路线,其海外扩张之路明显提速。

至于阿里,即使其已实现赴美上市的目的,并创造出多项的神话,但是对马云而言,并不满足于此。未来,或将之前从阿里分拆出去的支付宝推到A股市场,完成其上市融资的目的。再者,阿里的国际化扩张路线已逐步成熟,并以高姿态进军国际市场,争夺国际市场的份额。

显然,对于万达而言,其成功的根基在于与地方存在良好的合作关系,加上庞大的产业、资金等优势,为其发展打下了坚实的基础。

至于后者,阿里有95%以上的会员属于中小企业,而其B2B模式也适应了中国的特殊国情,为大量的中小微型企业解决了渠道、资金等困难。与此同时,其合伙人制度适应了阿里的长远性发展,优秀的团队也最终促使阿里走向辉煌。

多年来,万达与阿里存在或多或少的竞争关系。特别在最近两年,随着阿里电商模式的全面推行,也直接冲击了万达传统的发展模式,实质上倒也逼万达的转型升级。

2014年8月29日,万达、腾讯及百度在深圳联合召开发布会,正式宣布在香港注册成立电子商务公司。其中,一期总投资额高达50亿元人民币,万达持股70%,腾讯和百度各自持股15%。

显然,“腾百万”的合作,既是当时的社会焦点,也意味着“二虎相争”也成为可能。但是,二者在高调合作的背后,客观上也在冲击着阿里电商的“一家独大”。

一直以来,业内普遍认为,腾讯拥有着客户流、百度拥有着技术信息流,而阿里则拥有着电商基因,至于万达,则拥有着庞大的线下商圈优势及庞大的线下消费人群。

然而,在实际中,阿里与万达却属于典型依赖于流量的超级大户。而两者之间的不同点就在于,前者主要以线上流量为主导,而后者却以线下流量为主导。由此可见,从本质上,两者属于流量竞争的关系。

如今,“腾百万”的出现,实质上就是为了实现三者之间的资源互补,以此打造全国最大的O2O模式,并借此冲击阿里电商的“独大”格局。

对于阿里而言,也并非没有作出提前性的防备。早在今年3月底,阿里巴巴就以53.7亿元港币的价格对银泰商业进行战略性投资,随后,阿里还出资10亿元人民币联手银泰建立电商平台。

显然,银泰与阿里的合作,一方面能够有效解决其客户大数据转化等核心问题,并有利于强化双方的切身利益;另一方面,此举促使银泰走出传统百货行业的发展瓶颈,并借助阿里的优势,回避了类似王府井这类封闭式电商发展模式。

对此,“阿里与银泰”的发展模式与“万百腾”O2O合作模式,两者并非存在完全的较量。退一步来说,即使“万百腾”能够在未来做出一定的成绩,也未必能够真正取代阿里的电商地位。但是,在各自的“野心”驱使下,或许能造就两大巨头的比肩辉煌。

(作者系财经评论员)

网易轰“炮”利于匡正商业道德价值

江金骥

“他一边炮轰,一边顺手把世界改变了。”说的是陌陌创始人兼CEO唐岩。

陌陌于12月11日晚在纳斯达克正式挂牌了,换过了IPO缄默期的唐岩也终于可以说话了。但是,针对此前老东家网易发声明控诉唐岩一事,唐岩并没有在第一时间里多说话,而是以“竖中指”的形式,在纳斯达克敲钟现场疑似回应老东家的“炮轰”。

从网易“炮轰”陌陌,到陌陌纳斯达克敲钟,前后也就三天时间,但整个事件充满戏剧性。刚开始,包括前网易职员在内的多数网民,以“一边倒”之势批评网易;网易不大气、网易有态度没气度、网易秋后算账不道义。当事情进入“下半场”即陌陌正是挂牌后,面对唐岩率性的“竖中指”动作,原来的“对弱者的同情”开始变成骂声一片:有说“小人得志”的,有说“问题老板走不远”的,还有人惊呼“约炮”也能上市?

说实话,陌陌这次最终能够上市,是在多数人的意料之中;唐岩“竖中指”泄愤,也符合部分互联网精英们的江湖气质。但在中立者看来,唐岩高高竖起的中指,并不能彻底洗刷掉网易对其的道德指控,网易对其列举的“在网易就取期间私创企业”、“涉嫌利益输送”、“隐瞒个人作风”三大罪名中,只要不是捏造、不是空穴来风,当事人都要为此

以陌陌为代表的少年得志企业,如果忽视巨大成功后的商业道德,那么商业越成功,破坏性可能就越强。

警钟长鸣。

置身于网易和陌陌的是非之外,客观看待陌陌的成长历程,有关商业道德的话题,确实可以在陌陌那里“借题发挥”。因为即使到了2013年,在陌陌的很多定义中,挂在公众嘴边的定义还是“约炮工具”。在早期,这款定位于“陌生人社交”的APP,甚至被冠以“约炮神器”的称号。当家人唐岩对此并不讳言,他们半推半就地借着“约炮”之诱惑,很有效地在早期阶段为陌陌带来了大量的用户。对这一“奇异”功效,陌陌运营总监王力在2012年就曾表示:“我对‘约炮神器’这个称呼没什么特别反感,我是1983年出生的,那一年严打,很多人也知道是怎么回事。今天我们有更多的自由选择,这是个好事情。我也不喜欢谈论道德,我只相信自由的价值。”

管理层“不喜欢谈论道德”,使得陌陌团队对“约炮”的概念表述,长时间地呈现着矛盾和暧昧,直到2013年,唐岩和他的团队才开始否认这个说法,但无可否认的是,在众多移动社交应用趋

向式微的时候,“约炮”概念下的道德负性恰恰成全了陌陌野蛮地、迅速地生长起来。如今,用户早已过亿级的陌陌,当完成了原始积累,一心想与诤概念撇清,但案底在身,自己想洗白,外人却以炮轰“炮”。

此为其一,有人借此调侃:“因个人作风问题被警方拘留10天,难怪做出了约炮利器啊!”

其二,对唐岩来说,公众也许不会因为陌陌的上市而“一俊遮百丑”。具体来看,在网易针对陌陌“临门一黑”这个事情上,既有的3项指控是否属实?如果属实,从职业道德甚至从法律层面来讲,唐岩确实存在道德瑕疵,尤其是“涉嫌向亲属所在的广告公司利益输送”的指责,有专家分析认为,如果证据充分,当事人“不但违背商业道德,还涉嫌非国家机关工作人员腐败”。

目前的情况是,唐岩虽然言之凿凿地表示“要就恶意指控展开自辩”,网易虽然也声称“保留追究唐岩法律责任的权利”,但看不出,到底鹿死谁手。

无论出于何种情景,从一家公司

未办理离职手续就开始个人创业,确实存在有违职业道德的风险;在一家公司任高管,如果与亲属公司有经济往来,即便亲属公司没有赚钱,也随时存在被指控利益输送的风险。从这个角度来讲,今天唐岩身价虽然超8亿美金,但之前留下的隐患,今后会不会更是“树大招风”?

有关商业道德,核心就是“信、义”两个字。信指诚信,诚信是做商业最基本的道德;义指做利益分配要兼顾国家、股东和员工三者。

作为一个刚刚成立三年的公司而言,陌陌今天能够成功登录纳斯达克,多少有些少年得志。上市后,唐岩接受媒体采访时表示,要尽力对股东实现最大的回报。相信这是唐岩的肺腑之言,但既然公司已经上市,即为公众企业,今后除了担负“回报投资者”的责任,还要厘清商业与道德之间的责任构成。

商业是天然逐利的,中国市场经济的扩大,导致整个社会对利益的追逐,没有法律的规范和道德的要求,商业道德很容易滑坡。对企业家而言,如今已经进入了微博微信时代,信息传播从未有过如此的对称和快捷,在这样的一个时代,“走正道、行正道”的先贤训示,今天看来并不多余。只要走正道,各种优势资源不惧怕集中度,也不怕聚合速度快,也就不必担心“临门一黑”了。

市场观察



油价大跌的利好堵在哪条路上了?

邓海建

12月12日零时,国内成品油价格将再次迎来调价窗口。由于本周期内国际油价大跌,市场预期国内油价或将迎来今年以来降幅最大的一次调整。上一次油价下调因调整消费税搁浅,而本轮油价下调能否落实也便成了市场关注的焦点。

油价的“内外差”,已经不是什么新鲜话题了。道理大家也懂,成本价和零售价之间,自然不能画上等号,还有各种价值附加,比如加工与流通过程、比如仓储与管理环节。但眼见国外油价便宜得让人“不明觉厉”,且今年各种简政放权、减税养鱼的行政作为也

不少,所以大家都想问一声:我们的油价,还有没有“挤水分”的空间呢?

油价“九连跌”期间,逢《广州日报》记者在美国采访。周二,芝加哥的常用汽油标价是3.45美元每加仑,1加仑等于3.78升,每升油折合人民币价格为5.6元,与广州油价的差价为21%,而芝加哥被公认为是美国油价较高的地区之一。同样零售价,差别如此之大,当然有税费的考量,但剔除税负,就没有别的“差异”了吗?以中国石油的财报为例,其前三季度管理费用高达630亿元,营业费用高达452亿元,两个数据加总之和,已超出960亿元的当期净利润。税负暂且搁置不议,管理与营销成本是否“虚胖”呢?

有一个说法,挺有意思:譬如面对当下中美油价的差异,中石化广东分公司认为,“国际原油价格不是一下子就跌到70美元的,企业进口、采购原油也不可能一蹴而就,之前几个月不断进口的油品,成本还是比较高的”。这个说法当然都能理解,生产与销售,有个合理的流程,原油价格不可能即时反映到终端价格上来。但接下来两个问题就来了:其一,按照这个说法,油价高低的时候,都有采购行为,那就意味着,将来国际油价反弹之后,国内油价还应该有个“降价期”才对。不然,降价滞后、涨价及时,机制是正反都有理?其二,11月27日召开的OPEC部长会议决定,保持石油生产目

标每天3000万桶,不减产。在这样的背景下,国际市场上低价油的供给不成问题。按理说,作为石油消费大国的中国,正利用油价下跌的机会,在市场上积极购进原油。那么,巨头们的石油储备充足与否?会不会出现民众所担心的“买高不买低”?

瑞德银行数据显示,油价跌30%很可能使得中国经济增长提高0.3至0.5个百分点。不少经济学家甚至认为,油价持续走低,可以缓解中国输入性通胀的压力,从而为央行的进一步宽松政策创造更大空间。

国际油价大跌的利好,但愿能不打折地传递到中国油价的数字中来。

(作者系媒体评论员)