



【精彩阅读】

新三板 新三板这一年 激昂着困顿着

2016年,新三板挂牌企业能否达到10000家?有希望但充满变数,而流动性问题却是真正让人担心的。

>>>>5版

信息 互联网企业“疯狂抢人” 传统企业发起“反攻”

传统企业与互联网“人才暗战”迎来新拐点。随着互联网产业开始成为人才“洼地”,给传统企业也提出了新的要求。

>>>>6版

环保 “互联网+”聚拢多方资源 提效园区循环化生产

通过“互联网+”平台的工具整合循环化改造的各环节,是一件很有必要的工作。

>>>>10版

物流 生鲜电商 逐步进入盈利时代

新零售时期冷链物流如何更好地助力生鲜电商发展,是新的一年行业从业者应首先关注的问题。

>>>>11版

人文 企业家阅读的黄金时代

不仅在北大校园,在地铁里,人们也在传递着读书的喜悦。而带给人们这些快乐的正是那些坚持读书的中国企业家。

>>>>16版

【重磅推荐】



P17—P18



G01—G04

“镇”兴之路·北京

全国特色小镇发展布局调查之二

(相关报道详见第二至第四版)



至利博制图

紫竹评论

权利经济扩张比GDP下滑更可怕

丁是钉

特朗普减税、美国加息、中国债券市场违约等一系列“黑天鹅”事件,增加了未来中国经济的不确定性,中国经济增速下行的风险进一步加大,市场上弥漫着对“黑天鹅”事件的担忧。

出于对经济下滑的恐惧,某些地方出现了政府对经济发展乱伸手的现象。一些地方通过加杠杆、上项目等一系列手段,干预正常的经济周期,由此导致权力替代市场成为资源配置的主导方式,这才是未来中国经济发展中的最大风险。

第一重风险表现在权力经济和审批经济扩张,市场化的改革进程受阻。在政府投资和国企投资加大背后,必然是审批项目的增加和审批权力扩张,这会使简政放权的改革目标落空,把权力关在笼子里的难度加大。权力经济是导致腐败的温床,往往掌握经济资源越多、审批权力越大的部门,越是腐败现象产生的高风险地带。

权力经济最大的危害是,以少数人的判断替代市场的自我调节,由此扰乱了正常的

经济周期,导致经济风险点越来越多。比如,一些地方的房地产市场已经出现“类庞氏骗局”现象,每当房地产销售停滞,房地产商出现资金链断裂,有可能导致区域性金融风险的时候,有关方面就会放大资金供应量,拉动房地产市场价格双升。其逻辑是,用一个大泡沫掩盖小泡沫,再用一个更大的泡沫去掩盖大泡沫,泡沫越来越大必然导致风险越来越大,泡沫爆裂后造成的结局也更加难以收拾。

第二重风险表现在国有经济的比重加大,市场经济的活力受到压抑。民间资本是中国经济中最活跃、最有激情和创造性的力量。从计划经济到市场经济的演进,最重要的就是释放出了民间资本和民间力量的活力。由于缺乏赚钱效应,2016年上半年,中国民间投资出现了断崖式的下滑,在保增长的大目标下,民间投资越不敢投,政府和国有企业的投资越激进。除多个高铁、城铁项目被集中批准上马外,国企在房地产领域也是频频出手,央企地王扎堆出现。和财大气粗的国企相比,以赚钱为目标的民间投资表现得更为谨慎,国企对民间资本的挤出效应

愈发明显。

受多重目标和多重任务的限制,效率低下是国企难以克服的难题。当国企体量和所占比重越来越大的时候,整体经济的运行效率也必须更加低下。根据财政部和国务院国资委公布的数据显示,2015年国有及国有控股企业实现利润总额2.3万亿元,同年末国有企业资产总额119.2万亿元,以此计算,中国国有企业的整体资产利润率只有不到2%。这样的收益水平都抵不上银行存款利率。

第三重风险表现在“僵尸”企业得以续命,去产能的难度加大。出于对经济下行的担忧,从2016年初开始,许多地方政府不断对房地产政策“加杠杆”,最终引发了一二线城市房地产市场的井喷式增长。伴随着房地产开工数量的增加,沿产业链条逐级传递,钢铁市场、煤炭市场相继出现红火行情。从2016年4月起,一些本已经关闭的钢铁厂重新点火复产。到2016年7、8月,煤炭价格出现了惊人的上涨,部分煤炭产品涨价幅度达到了200%。这种现象的合理的解释只有一个,就是下游产业投资扩张的联动效应,导致煤炭市场的虚假繁荣。

(下转第十五版)

调查



“退货焦虑”背后： 电商们的集体反思

本报记者 王星平

每年的“双十一”、“双十二”,已经成为亿万消费者的购物狂欢。然而,当盛宴散去,商品堆积、物流滞后和“退货潮”等后遗症也开始显现。“购物潮”离去,“退货潮”到来,似乎已成为电商平台与商户每年必须要直面的“规律”。数年的“焦虑感”让电商们开始了深刻的反思,这一“规律”也逐渐被打破。

今年退货减少?

商务部11月17日发布消息称,据第三方机构监测统计,2016年“双十一”全网交易额已突破1800亿元。11月18日,国家邮政局发布监测数据,今年“双十一”期间,在11月11日至16日的6天时间里,全国邮政、快递企业共揽收快件11.2亿件,派送7.9亿件。

中国电子商务研究中心分析师姚建芳在接受《中国企业报》记者采访时说:“由于退货数据企业一般不会公布,所以具体退货量是多少我们也不知道。但是从我们中心投诉维权平台上看,今年用户投诉‘双十一’退货问题是比较少的,应该说不算是一个热点问题。”

11月22日,《中国企业报》记者分别探访了韵达、圆通、中通在北京海淀区的三家快递网点。三家网点的快递工作人员均表示,目前仍属于“双十一”送货阶段,网点堆积的订单主要还是没有送至消费者手中的商品。

“‘双十一’之后,我们上门收取的退货相比于往常增多了些,但是相比于去年‘双十一’,是要少很多的。”一位韵达快递员告诉记者。

同时,记者随机调查了十多位消费者后发现,受访者中退货率最高为28%,大多数受访者表示今年“双十一”没有退货。

记者了解到,服装鞋帽一直都是退货“重灾区”。尽管今年服装鞋帽依然是退货的“主角”,但有参加“双十一”活动的服装品牌负责人向记者透露,往年有不少消费者因款式、尺码不确定,干脆将有可能合适的买下来,最后只挑满意的留下来,其余都退货。而今年,这种“刻意退货”的数量减少许多。同时,该负责人还表示,今年“双十一”退货率达30%,这个数字在特殊时期并不算高。

“尽管有减少,但是站在整个行业角度来看,30%还是太高了,因为这样浪费的资源太大了。”中国电子商务研究中心主任曹磊在接受《中国企业报》记者采访时表示。

事实上,每年购物节一结束,“退货潮”即将到来”的说法也就开始蔓延。2015年“双十一”后,有媒体报道称,2015年“双十一”淘宝天猫的退货率达到了63%。不过此数据淘宝官方并未出面证实。

“相对于往年,今年(苏宁)的退货率是趋低的。”苏宁相关负责人在接受《中国企业报》记者采访时说。不过负责人并未向记者透露今年具体的退货率数据。

同时,这位负责人还表示,由于政府对电商平台和平台对商户的要求不断提高,网购退换货率每年都在呈下降的趋势。

商家理念转变

近年来,中国的网购一路高歌猛进。尽管有时假货、次货、服务不周等问题的出现,让原本就有着“虚拟感”的网购,增添了更多的“不信任感”。但是经过一定时间的打磨,不论是消费者心态,还是商户和电商平台的经营理念,都发生了很大变化。

“以前网购特意会选择一些低价产品,像‘双十一’这种特殊时期,一般都会因为价格便宜买很多,但好像大多数商品买回来都用不上,所以退货比较多。现在网购不会这么随意了,主要还是会看需求和质量,像这次‘双十一’买的商品,都是自己精心挑选的,所以到货后感觉满意,并没有退货。”消费者林女士在接受《中国企业报》记者采访时表示。

消费者网购心态的变化,在商家看来,是逐渐趋于健康消费理念的表现。

(下转第六版)