

電商造節 漸行漸遠

魏敏



【市場敏感】

從2020年開始,“雙11”已經開始連續四年的增速下滑。今年“雙11”的綜合電商已經處於負增長的狀態。

過去的這個“雙11”,雖然幾大電商平台仍然在用成績“破紀錄、创新高、超预期”來形容(依據各自平台的優勢,找出若干這樣的統計口徑并不

難),但筆者和身邊很多朋友的“體感”恰恰與電商平台相反,今年是真的沒怎麼買東西,有人“一單不買,立省百分百”,有人去年“雙11”或者今年“6.18”囤的存貨還沒有用完;有人僅購買了米面粮油、洗髮水沐浴露這些易耗品;有人是干脆第二天才想起來昨天是“雙11”。大家紛紛不約而同做到了按照需求購買,不再無腦“沖”。這倒是符合不少自媒體認為今年“雙11”是“史上最慘雙11”的比喻。從不少第三方統計的今年“雙11”數據來看,顯然與電商平台自己“一片大好”的形勢不符。箇中緣由,見仁見智。

根據第三方統計平台星圖數據發布的《2023年雙十一全網銷售數據解讀報告》顯示,實際上從2020年開始,“雙11”已經開始連續四年的增速下滑。今年“雙11”的綜合電商已經處於負增長的狀態,交易額為9235億元,同比下滑1.1%。2023年“雙11”總交易額達到11385億元,同比增长已降至個位數2.1%。基本與去年封控時期持平。萬億規模的基數下,今年僅僅增長了一個零頭,231億元。主要增量還是來源於直播電商,交易額1814億元,同比增长18.9%,成為電商中難得的增量。但值得注意的是去年

“雙11”期間,直播電商的增速還在146.1%,今年的增速難以啟齒。考慮到去年同期的特殊,大格局尚未穩定的直播平台是否要從亮瞎眼的紅利渠道開始趨於平庸,尚有待觀察。社區團購經歷降溫撤退後,也已經出現了負增長。綜合電商平台這一類勢,在資本市場(美股居多)的觀感其實更明顯,諸多已經上市的電商股價跌幅已經很難被忽視。

對於這一局面,不少觀點更多的解讀似乎聚焦於消費者是不是“沒錢了”,不肯出來happy了,顯然失之偏頗,屬於挑選自己希望看到的論據來證明自己希望成立的論點。很容易參照的一個例子便是現在過年的氛圍越來越淡,因為隨着這些年生活水準的提升,對於早年才能在春節時享受到的美食、玩具、新衣,現在對於大部分家庭則輕而易舉,“天天都在過年”。春節如果沒多年的傳統文化加持,尤其再沒那幾年年假,很可能被不少年輕人直接忽略。而對於“雙11”“6.18”這些本身就屬於電商“生造”出來的節日來說,更是面臨這樣的問題。對於相當一部分價格敏感型消費者來說,不在“雙11”買東西的主要原因就是“天天都是雙11”。因為隨着傳

統電商中間出現拼多多、唯品會等平臺來攪局,疊加抖音、快手等直播電商加持,“低價已道是平常”。誰還願意在“雙11”期間絞盡腦汁去算來算去各平臺的各種預售規則、紅包抵扣呢?再說又能比平常便宜多少?

此情此景,坊間有笑談:質疑拼多多,理解拼多多,成為拼多多。在淘寶、京東這些傳統電商巨頭的城壘之外,已經有這些攪局者叩門,如同當初傳統電商巨頭擺出架勢要革“实体店”的命一樣。消費者從一開始的將信將疑,到某一天因某一筆交易體驗添上新平臺的好感,再加上這些新平臺“天天雙11”,這誰又能頂得住?而對於包括商家在內的很多人來說,未嘗不是一件好事,因為已苦“雙11”久矣,對於這“人造節日”,商家往往要被“裹挾”參與,而消費者更是會遇到商家“先提價再降價”“發貨奇慢”,或者快速“爆倉”等鬧事。現在新平臺把老平臺“人造節日”期間一天或者幾天的集中爆發分散到全周期,無疑會提升消費者體驗和商家的經營效率。很明顯,老平臺如果不傻,自然也會跟進,至於“人造節日”還要不要留存,恐怕就只有自生自滅隨緣了。

(作者系教育工作者、博士)

中介機構“或有收費”嚴重影響其獨立性

熊錦秋



【錦心繡口】

目前,中介機構從發行人、上市公司收取中介費用,信息審核主體與被審核主體兩者直接接觸,由此引發私相授受風險,導致中介機構有可能背叛最終真正委託人。對此務必有所防範。

11月17日,財政部出臺《關於嚴禁會計師事務所或有收費方式提供審計服務的通知》(下稱《通知》),其中明確禁止“或有收費”行為。筆者認為,這有利於增強會計師事務所的獨立性。

《通知》第二條規定,會計師事務所不得以或有收費方式提供審計服務,收費與否或者收費多少不得以審計工作結果或實現特定目的為條件。或有收費通常表現為上市獎勵費,以及根據審計意見類型、是否能夠實現上市、能否實現發債等收取部分或全部審計費用。

獨立性是註冊會計師審計的靈魂,或有收費將嚴重影響會計師事務所的獨立性。會計師事務所為了獲得獎勵或者更多審計對象,將可能傾向於出具有利於審計對象的審計意見,幫助其上市、再融資、保留上市地位等。

會計師事務所採取或有收費方式,有違職業道德。早在2020年12月17日修訂的《中國註冊會計師職業道德守則第3號—提供專業服務的具體要求》,其中第45條就規定,除非法律法規允許,註冊會計師不得以或有收費方式提供簽證服務,收費與否或收費多少不得以簽證工作結果或實現特定目的為條件。

但此前或有收費還一定程度存在,就在11月初,中注協關注到個別會

計師事務所IPO審計報價包括前期審計費用和上市獎勵,審計收費大部分金額取決於公司上市與否,構成或有收費,中注協立即約談。此次《通知》明確禁止或有收費,並將此作為行政監管部門對會計師事務所監督檢查的重點事項,若有違反依法依規處理處罰;這也相當於從道德層面要求提高到強制規定要求。

證券發行的中介機構介入,是中介機構以其聲譽對發行人信用的“增信”,通過中介機構的專業活動,幫助發行人減少投資者對發行人主體信用的調查成本和交易成本,中介機構為投資者發揮着證券市場“看門人”的作用,其公正、獨立、專業的意見,有利於提高證券市場的透明度和安全性。

不過,中介機構作為發行人或上市公司的受託人,受託人為委託人服務也屬於本分,一方面中介機構要為市場和投資者看好門,另一方面又要為委託人服務好,這兩方面有時可能發生衝突,此時中介機構面臨利益權衡選擇,但顯然,此時中介機構仍應堅定“看門人”角色,要保證自身角色的獨立性,不依賴、不聽從委託人的指使。

與此類似,據稱在證券發行中的律師事務所收費也有“風險代理”方式,即律師費包括前期固定費用與上市獎勵。筆者認為這個收費方式同樣應該禁止,律師訴訟收費模式在證券發行的律師服務收費中根本就不適用。

說到底,雖然律師表面上的委託人或者直接委託人,是發行人或上市公司,但由於其承擔看門人職責義務,其最終委託人其實是市場和廣大投資者,若律師收費包括上市獎勵,同樣影響其獨立性,背叛了真正的委託人。若從廣大投資者角度來看,只有律師為發行人信息披露真實性把好關,才有資格收取獎勵,而不是看發行人是否上市來實施獎勵。

註冊制以信息披露為核心,中介機構的主體職責更加重要,通過中介機構的專業能力和知識,為投資者辨別真偽,確保發行人原原本本、及時完整披露。而要让中介機構发挥好看門人作用,理順中介機構的利益機制也很重要,此前中介機構存在“或有收費”方式、凸顯中介機構收費模式還存在體制機制性問題。

目前中介機構從發行人、上市公司收取中介費用,信息審核主體與被審核主體兩者直接接觸,由此引發私相授受風險,導致中介機構可能背叛最終真正委託人。解決這個問題的根本辦法,還是應該由中注協等行業自律管理組織,作為發行人審計等業務的招標方、中介費用收取方、中介費用發放方,中介費用主要基於中介機構所承擔的責任、工作量等來確定,由此可徹底理順中介費用收取機制,讓中介機構更加堅定看門人角色定位、為投資者把好心。 (作者系資本市場資深研究人士)

地產中介現在助跌房價了嗎?

余勝良



【念念有餘】

經紀行業不論規模做得有多大,都不可能決定市場價格,他們只是從成交中謀利。背後是市場在起作用,真正決定價格的從來不是他們。

大概一兩年前,輿論圈里流傳一個事例:有業主為了賣房子,把中介拉

個群,除了提供話術之外,還时不时紅包轰炸一下籠絡感。中介領客戶來看房,該業主就給中介紅包。房子的冰箱里放着飲料,中介帶客戶來可以取用,如果成交,該業主還會單獨給中介一筆費用。

除了把信息展示在專業軟件上,該業主還在短視頻平臺上做推廣,主動聯繫短視頻創作者,他們住的都是中介,創作者從小區開始,錄下房間的角角落落,對客廳、陽台、房屋格局等進行一番點評。此外,該業主的購房歷史,家庭情況,對房屋的維護和看法等也有直觀展示,潛在購房者短時間內就能大概了解情況。

更重要的環節其實是價格展示,這時候往往有三四個價格:購買價,此前掛牌價、希望成交價。創作者這時候就開始使用話術,模式基本一致:現在行情不好,各行各業都比較困難,你給一個很誠信的价格,比市場價要低一些才能快點成交,否則市場價繼續下降,到時更為被動。

該業主接話表态:我也了解市場情況,已經降了很多,這個價格已經很有誠意了。

創作者會繼續勸該業主认清現實,拿着手機摁一下計算器,算一下均價,然後告訴該業主:最好挂這個價格,才能在一兩周內成交。

該業主往往會表達強烈不滿,甚至有人會發火,表示若是這個價格就不賣了。然後雙方繼續協商,給出一個最低價;或者留口信稱,有意向客戶再見面詳談。

視頻拍到最後,整體呈現的效果是,這房子很不錯,創作者已經提前拿着砍刀,幫購房者把價格砍到位了。

有人在留言里表示,這視頻是劇本,雙方早已排練好。

即使是劇本,劇情如此類似,也說明現在市場行情對業主一方很不利,業主愿意接受砍價,說明買房一方很活躍。

有購房者還提出中介費由賣方承擔。這在之前根本不可想象。目前,在深圳龍華,賣房者給中介的提成,达到了8個點。一套600萬的房,就可以提48萬元。中介賣新房比賣二手房划算多了。

麗茲行發布了上海10月份的市場報告,今年上海10月份成交為近五年最慘,10月份二手房網簽1.2萬套,全市掛牌量高達23-25萬套,按當前的去化速度需要一年半,10月份上海成交的所有豪宅房源,比最初掛牌價降低了32%,比30天前降了17%。麗茲行還統計了一些知名小區的跌幅。

對此,有自媒體指責麗茲行唱空房地產行業。

這真是風水輪流轉,以前輿論是罵中介哄抬房價。每一輪房價上漲,輿論追究原因,都會認為中介用了詭計手段,比如找房托,比如為了多收費和業主聯合提價。

中介是靠成交提成,所以會想办法促進成交,在上涨和下跌市場,中介會跟隨市場走向,站在強勢者一方。單边上漲行情中,業主提價,中介站在業主一方勸買者接受;單边下跌行情下,站在購房者一方,勸業主降價。

這令我想起农村的繩會,繩會是牲畜交易的專門會場,因為牛羊馬都拴在繩子上而得名。將牲畜拉到繩會上,很快就有行戶(經紀人,古稱牙行)圍過來,他們拿着一杆秤,熟练地開始估價,買賣雙方几乎不見面,由行戶居中撮合,行戶從賣方手中提取一定的經紀費用。几乎沒有人認為行戶能決定牲畜價格。他們存在的作用,是為了讓買賣雙方不用撕破臉,交易有一個缓冲墊,成交更為順利,價格更為公允更貼近市場。

經紀行業不論規模做得有多大,都不可能決定市場價格,他們只是為了從成交中謀利。中介向業主砍價,看似是中介讓業主降了價,其實背後是市場在起作用,真正決定價格的從來不是他們。 (作者系證券時報記者)

經濟實象和經濟學幻象

鄭磊



【磊哥說書】

作為經濟研究者,我們不得不承認,對於未知世界的經濟行為,我們并不知曉,更无从想象和預測。

對經濟學感興趣的人很多,這是一個門檻很低的學科,但也存在“鄙視鏈”,比如研究新古典經濟學的主流學者看不起其他經濟學派,喜歡用計量和數學方法的看不起用輕鬆易懂語言和定性分析寫文章的经济學家。而經濟學者又分為理論派和实践派,有學院經濟學者和市場經濟學者之分,更不用提在象牙塔里研究經濟學的人,和云山霧罩侃經濟的草根派了。

但是,所有以經濟學研究為生的人都會有共同的困惑:經濟學是不是科學?該怎樣研究經濟學才有價值?這個問題屬於經濟學方法論范畴,幾乎每個學有所成的經濟學家都有自己信奉的研究方法論。筆者從事經濟研究20多年,逐漸對這兩個問題有了一些模糊認識,最近讀了迪爾德麗·麥克洛斯基的《經濟學的修辭》和《經濟學的敘事》之後,覺得答案更清晰了。

現代經濟學因追隨量化、實証的研究方式而自視為一門科學,這是近百年經濟學給人們留下的印象。有些高校早已把經濟學專業當作“理科”招生了,學術論文里如果不使用數學模型或計量方法就“不入流”。麥克洛斯基却敢

於一針見血地指出:經濟學是文學性的;經濟學家并非專家,而是使用修辭技藝的說服者。這個觀點并非稀少,諾獎得主希勒近年出版了《敘事經濟學》,為凱恩斯寫傳記的斯基德爾斯基在《經濟學怎么了》里指出“數學語言必須被視為說服藝術的一部分,而不是論證藝術”。

如果經濟學里的數學模型和計量方法不屬於論證,这和作者的观点不謀而合。《經濟學的修辭》剖析了保羅·薩繆爾森、加里·貝克爾、羅伯特·索洛、羅納德·科斯、威廉·福格爾等經濟學家的文章,指出他們在論證時大量使用“隱喻”“类比”“訴諸權威”等修辭的事實。麥克洛斯基希望經濟學者能够反思其对科學研究的定义。她担忧经济科学的主流已变成统计检验的沙盒游戏。

作者没有全盘否定经济学具有一定的科学性,而是认为好的科学也需要好的语言。她呼吁经济学家对修辞予以重视,从而将经济学重新带回到以人类为主体的对话中。提供基于对经济学语言理解的最基本的语言修辞构架,使人们可以更快、更容易、更好地理解经济语言。这就是基于隐喻和叙事的经济

學,也是希勒教授那本書嘗試的方法。

麥克洛斯基指出,經濟學會用到四種修辭技術,分別是事實(fact)、邏輯(logic)、隱喻(metaphor)、故事(story)。前兩種與後兩種修辭,在可靠性上具有極大的差別。在自然科學研究中,數學模型是一種論證方法,而在經濟學里就是一種隱喻。儘管很多經濟學家一直以為在使用科學,實際上一直在使用修辭。比如“經濟起飛”,經濟怎么可能起飛?這個隱喻的最初發明者,無非是想表達衡量經濟的GDP數據有向上趨勢。而面對新經濟現象時,很多學者用的是類比方法,比如將傳統金融市場和產品形態映射到數字經濟,提出“數據要素市場”、“數據信託”等。今天的經濟學研究,無論是數學模型還是隱喻方法,都是不假思索地直接引用,最終得到的假定是各個并不真實存在的東西。几乎沒有人會仔細考慮這樣的隱喻是否恰當,使用這些隱喻的理由是否充分。

如果經濟學家的自信都建立在隱喻和修辭基礎之上,那麼自己的判斷就會出現重大偏誤。

作者坦承有头脑的读者会感到疑

惑,既然問題如此“明顯”,這麼“簡單”,以致“無須討論”,那學者為何還要喋喋不休、沒完沒了呢?真正的情況往往是,當學者使用這一類表述時,多半是因為心里很沒有底,所以要訴諸一個含混的權威來支持自己。換言之,當說“很清楚”時,往往正是心里“很不清楚”的表現,正因為如此,在說完“無須贅言”之後,馬上又是一大堆的“贅言”。

作為經濟研究者,我們不得不承認,對於未知世界的經濟行為,我們并不知曉,更无从想象和預測。這是社會科學研究的複雜之處。社會在不同發展階段有不同的特點,真正能够抽取出來,進行高度概括的規律并不多。好的經濟學家是能够把當前經濟現象解釋清楚的人,他們更懂得說服的艺术,尤其是把經濟學的隱喻融入到故事之中,使得故事更加丰富而动人。好的經濟學家就像一個會讲故事的人,精心剪裁可以相互映衬的故事情节,起承转合,环环相扣,最终让我们觉得收获了一个完整全面的景象。

我們不必期待經濟學家指明未來發展的方向,經濟學論文發表其實只是經濟研究的一部分,作為經世致用

之學,經濟學也應該能够預測和指導在未來短期的實踐活動。既不能解釋當下,又不能準確預測明天的經濟研究,是不合格的。為了達到這樣的成果,單純依靠事實和邏輯,不可能構建起這樣一個行之有效的經濟學框架,經濟學家必須直面這個現實。好的經濟學家,就是在該用隱喻的時候用隱喻,該用故事的時候用故事,尽可能地保證整個敘事妥帖,而不要為模型而模型,為邏輯而邏輯。

好的經濟學敘事和修辭,需要溝通多個學科領域的豐富知識,從這個角度來說,成為一個優秀經濟學家是困難的。古典經濟學家來自各個領域,當時也還沒有獨立的經濟學分類,這種多元化孕育出了經濟學之花。凱恩斯對合格經濟學家提出了這樣的評價標準:“他必須在各个方面都達到相當的水準,然後把這些很難捏合在一起的各种天分融為一體。在某種程度上,他必須既是數學家又是歷史學家,同時還是政治家和哲學家。他必須在研究現有的同時回顧過去、展望未來。他必須富有激情,追尋目標而又排除先入之見”。

(作者系深圳經濟學者)