

独角兽企业是市场主体,不是政绩手段

谭浩俊

6月6日,证监会正式发布实施《存托凭证发行与交易管理办法(试行)》,简称CDR办法,为创新企业在境内发行股票或存托凭证进行制度安排。

CDR的推出,毫无疑问,为独角兽企业回归A股,创造了良好的条件,也为独角兽企业成长,提供了新的平台。

按照规则,试点企业需要满足一些基本条件,才具有回归的可能,也才可能进入到试点企业行列,如市值不低于2000亿元人民币。对尚未境外上市的企业,规则也提出了满足的条件,如最近一年经审计的主营业务收入不低于30亿元人民币,且企业估值不低于200亿元人民币;研发人员占比超过30%,已取得与主营业务相关的发明专利100项以上,等等。

消费降级到底是怎么回事

黄小鹏

今年以来突然冒出了两个新词:一个是“佛系”,形容年轻人随遇而安的低欲望生活状态;另一个词是“消费降级”,它是“消费升级”的反面,其中被人提及最多的是廉价购物平台拼多多。

20元的牛仔褲、3元的抹胸、7.7元10条的内褲、8.8元的加绒打底褲,这类便宜得令人不敢相信的商品在这个平台上相当畅销。每个人消费水平不同,出现便宜货市场太正常了,只是令人吃惊的是,这家便宜货电商平台竟然在两年时间内狂揽了3亿用户,日订单超过发展了15年的京东,月销售额(GMV)高达30亿,甚至把一些发展了好多年的电商甩在了后面。

本来互联网上红利已尽,新获客成本不断上升,阿里、京东等电商寡头开始把发展线上线下一体的“新零售”作为方向,日益强调商品品质和购物体验,而非单纯低价。没想到突然冒出一个反向走路的拼多多,真的让人慨叹商业世界的出奇制胜。

拼多多上位靠两大法宝:一是极端的低价,二是借助微信社交式扩张,低价和拼团可以走量,迅速地病毒式地获取新客户。对电商来说,客户量和GMV简直是资本市场的生命线。对中产消费者来说,在朋友圈请人帮自己为一两百块钱甚至几十块钱的商品“砍价”或发布拼团链接,就像在微信群里为自己或亲友拉票一样不受人待见,但对于那些极端在意价格,或时间不太值钱的人来说,这一招恰恰很有效。正是凭着对细分消费者心理的精确把握,拼多多才以极低成本吸引到3亿用户,并在低线城市和农村暂时站稳了脚跟。

养老保险全国统筹更值得期待

叶祝颐

国务院13日印发《关于建立企业职工基本养老保险基金中央调剂制度的通知》,决定建立养老保险基金中央调剂制度,自2018年7月1日起实施。

我国建立起了世界上最大的社会保障安全网,医保几近全覆盖,养老保险覆盖率超过九成。这对于最大的发展中国家来说,的确是一个了不起的奇迹。不过,养老保险尚未实现全国统筹,不仅不利于养老保险基金保值增值,也带来一些发展不平衡、不充分的问题。尽管不少用人单位为员工办理了养老保险,但是由于此前的社保制度存在地域壁垒,员工的社保待遇流动比较困难。外来工到了退休年龄无法在务工地续保,退休的消息屡屡传来。对此,有的外来工无奈退保,拿回个人账户里的钱,单位代为缴纳的保险费都被当地社保部门“充公”。对于未交满最低缴费年限到了退休年龄或者变换务工地点的参保人来说,多年的

在新政的催动以及一些地区独角兽企业对地区经济作用的影响下,很多地方也提出了培育独角兽企业的规划,建立了专门为独角兽企业服务的平台和载体,并出台了一系列鼓励和吸引独角兽企业的政策措施。

我们说,在经济转型的重要时刻,特别是经济正在由调整增长转向高质量发展,用创新驱动推动经济转型、实现经济的高质量发展,思路没有错,目标也很正确。但是,如何转型,如何创新,如何培育独角兽企业,则需要更多运用市场化思维,采用市场化手段,而不是用拔苗助长式的行政手段与思维。其中,把独角兽当作企业来培育,而不是政绩来拉动。一旦独角兽企业的培育被政绩所绑架,独角兽企业的培育就会泡沫泛滥、风险频发。

事实也是,从前些年一些行业的

发展来看,如果能够充分尊重市场、尊重经济发展规律,可能已经诞生了不少真正的独角兽企业。如光伏行业,一度也曾独角兽出没,像无锡的高德、江西的赛维等,都只用了短短的几年时间,就成了名气很大的独角兽,无锡尚德的施正荣,还曾进入中国富豪榜前几位。然而,没有几年时间,独角兽就变成了“毒角兽”,不仅没有能够对地方经济发展产生推动作用,反而成为地方的包袱,让地方付出了惨重代价。同样的,新能源汽车行业,也暴露出了不少应当吸取教训的问题。

对一家企业来说,能不能成为独角兽,首先必须是真正的市场主体,能够一切按照市场规律办事,依据市场规则决定企业的生产经营和发展目标,依据市场需求和企业的生产能力确定企业的发展速度,可以比一般企业发展得快些,也可以借助资本的力量进行扩张,但决不能违反经济规律和市场规律,更不能为了多要政策而盲目设定工作目标、制定发展规则,确定发展速度。

其二,要真正具有比别的企业过得硬的技术和产品,有真正的核心竞争力,尤其是国际竞争力。人云亦云,你我有我的技术和产品,是不可能成为真正的独角兽企业的。纵然能够达到独角兽企业的目标,也会是昙花一现。纵观当今市场,能够生存得下来的独角兽企业,都是具有核心技术和产品的,是能够做到高人一头的。

第三,要有良好的发展环境和氛围,有与市场高度契合的政策条件和资源配置手段,而不是急功近利、拔苗助长的政策和资金刺激。地方政府对独角兽企业的培育,最好的手段就是放手,就是政府做政府的事,企业做企业的事,政府不干

预企业的经营和目标,企业也不在政府“鞭子”下确定发展目标,而是一切依据企业自身的发展需要,依据市场规律。

也正因为如此,独角兽企业的培育,决不是一朝一夕的事。纵然独角兽企业的成长快于其他企业,也不可能在短期内就形成,地方也好,企业也罢,都要有耐心。如果失去耐心,不仅培育不出,就算培养出来,也会成为“毒角兽”。

对于独角兽企业回归,同样要有良好的心态,有顺其自然的心理。因为,能不能回归,要不要回归,既要看政策,也要看企业的需要。由于已经在境外上市的独角兽企业,大多运行状况很好,不需要融资,所以想回归,是为了更好地抢占市场。因此,对独角兽企业的回归应当在如何创造环境上下功夫,而不能把提供各种政策、资金等方面的资源作为吸引手段。否则,会造成资源浪费、政策消解。实体经济,特别是中小微企业才是最需要政策和资金支持和支持扶持的。如科技型实体企业,就需要大量的政策和资金支持。

对独角兽企业,无论是培育还是回归,都不能陷入政绩泥潭,不能偏离独角兽企业的发展方向,不能偏离经济高质量发展的目标。眼前利益、局部利益需要,但更需要考虑长远利益和全局利益。尤其不能在培育和引进独角兽企业、支持独角兽企业回归过程中,透支政府公信力,甚至制造政策陷阱,让那些原本可以按照经济规律有序发展的企业,掉到政策陷阱之中,失去发展的机会和条件。独角兽企业,只能当作是一般性企业培育,而没有必要作为特殊群体对待。对真正的企业家来说,也不是靠政策来培育企业的,良好的营商环境,才是独角兽企业能否诞生和回归的关键。

证监会严打跨境操纵市场等违法行为



股市操纵多花样,跨境监管待加强。亮剑剑望证监会,无远弗届扫豺狼。

赵乃育/漫画 孙勇/诗

董明珠不是悲情式人物

蔡恩泽

随着6月11日凌晨中国证监会官网披露小米提交的CDR(中国存托凭证)招股计划书,小米已于6月7日通过港交所上市聆讯,将于7月在港交所发行IPO。届时,雷军所持有的小米股权,将让雷军身价增加上千亿。

雷军风头正劲,让人情不自禁地联想到商界女强人董明珠眼下的处境,一大串负面新闻缠身:为银隆站台遭非议,十亿元“赌局”大势不妙,造新能源车遇挫,公司股东大会延期,连任又成悬念。与雷军的春风得意相比,董大姐似乎有点悲壮。

有道是“性格决定命运”,董明珠的强势,作风凌厉,办事果断,说一不二,喜欢掌声和鲜花,听不得不同意见,这已是全国人民早就领教了的。

但她的企业家精神、社会责任担当又是当下许多老总所欠缺的,坚持质量第一的格力品牌已在消费者心目中深深地扎下根,在董明珠的家乡南京有一位退休老干部,他在省城和乡下两处住地安装了8台壁挂式空调,清一色的格力品牌。用这位老干部的话说,“我是董明珠的粉丝,家中安装格力空调是了却一种敬慕偶像的情怀。”

曾经沧海难为水,见识了董明珠的风采,才会知道什么是女人的霸气。霸气其实不算是贬义词,只不过,在那些讨厌她的人嘴里,就变味为霸道。“董明珠走过的地方连草都不长”,竞争对手曾如此抹黑,嘲讽董明珠的强悍。董明珠口无遮拦,经常在大庭广众之下批评一些投机取巧的商业人士,她那朴实的面孔里,透着诚实、倔强和刚强。她成为家喻户晓的网红,不是靠脸蛋圈粉,那些大实话让人忍俊不禁,在网上疯传,一不小心就上了头条。

但董明珠作为中国制造的理想主义者,却鲜为人称道。作为女性,她酷爱格力,视为己出。聆听过董明珠演讲的人,都看得出她把演讲当成推销格力的广告宣

传。她也毫不避嫌,大大咧咧地为格力代言,还生怕有人反应迟钝,隔上一段时间,甚至会赤裸裸来上一句,“好空调,格力造”。

真正读懂董明珠的人,知道她对格力爱得特别深沉,是源于对中国制造业的情怀。中国制造业也需要董明珠这样如此执着如此钟情的企业家。

她是一位霸气外露的商业铁娘子,不走寻常路的人,说话铿锵有力,办事雷厉风行,她的人生像一枚炫彩的陀螺,每一次压力,每一次挑战,都是她旋转的动力。在她人生的字典里没有“认输”两个字。

她从名不见经传的业务员到拥有将近8万名员工的企业掌舵人,28年间,她带领格力成功打入世界500强,成为家电领域的实力领跑人。

她视自主创新为企业竞争的终极力量,打造核心技术成为格力屡收硕果的“不二法则”。她说,只有创新的灵魂深入到每一个人的心中,企业才真正具有竞争力。她以“让世界爱上中国造”为己任,成为制造强国使命的忠实践行者 and 开拓者,不玩概念,不搞噱头,靠练好内功“强身健体”,靠脚踏实地行稳致远。

如果硬要说董明珠有“野心”,野心深处是情怀。她认为,不要因为对用户思维的拥抱,忘掉自己终究还是那个要靠产品吃饭的人。

董明珠和她的格力,以一个中国人的品格,一个负责任企业家的格局,一个特立独行家电巨头的未来布局,展现着一种野心深处的情怀。这种情怀,不只属于董明珠她一个人,而是中国制造应有的国家情怀。

从这个意义上说,我们不要机械地将董明珠与雷军硬性相比,如果一定要比,一个是手机王子,一个是空调玫瑰;一个是销售为王,一个是技术为王;一个是阉范仙葩,一个是美玉无瑕;虽是商业理念不同,却也是平分秋色,殊途同归,都为高质量发展经济作出贡献。

退一步说,如果天不佑人,即便银隆真的倒了,十亿赌局真的输了,连车梦破灭了,连任格力的董事长长成泡影,董明珠还会在中国制造的史册上留下辉煌的一笔。

高考录取与大数据联袂能有多少可信度

吴学安

随着2018高考的结束,每年一度的填报志愿市场又要火热了,但随之而来的还有争议。近年来,高考志愿填报服务机构纷纷打起“大数据”概念。除了个人型的咨询顾问以外,几乎所有高考服务机构均宣称“通过大数据分析海量信息,辅助完成志愿填报决策”。但目前大数据填报志愿,在信息整理分析方面比以前效率有所提高,实际应用上更多还是一个噱头。

早在二千多年前,荀子就说过“君子性非异也,善假于物也”,意思是人也没什么特别的,就是会借助外力,比如你不会用制图专业软件没关系,会用智能手机APP美化下照片、剪辑个视频就行。苦学代代无穷尽,科技年年不相似。从考场到职场,埋头苦干很好很努力,活用科技则是讨巧又省力。目前,计算机化考试在科学性、公平性、权威性等方面已远远超越传统纸笔考试,而且基于计算机化考试也为采集、分析考试各个环节的数据进而开展大数据分析提供了基础。

随着大数据时代的到来,近年来,用大数据预测高考作文题成为不少信息供应商的噱头之一,每年高考以“大数据”为名的软件预测不仅在考后出现,在考前也有,比如百度预测高考作文,将作文分为六大类别,并预测每类概率,每类中再有一些关键词,每个关键词有相对应的作文题示

例,考生点击这些示例关键词,就可搜索到相关范文和素材。

科技以人为本,在这个互联网时代,以高科技手段为己用,已经连技术宅、创新都算不上,而逐渐被视为个人应该具备的科技素养了。无论是高考作文还是报考软件,这些都是基于数据整合和分析,把过去的统计方法冠以“大数据”预测之名。当然,数据分析、挖掘、热词搜索,是“大数据”应用向生活渗透的一种体现,而一些院校的报考趋势、冷热门专业的变化,具有一定的客观性,绝非数据统计那般简单。“大数据”之所以成为一些软件的招牌,不过是有些人用这个时髦的科学词汇来包装,以便从中赢利。

在高考结束后,对以往的数据进行分析,未尝不可,但如果一味依靠这些软件去填报志愿,则不太科学。一方面,招生计划和录取标准是会随着具体情况在政策允许范围内微调的,一所学校的招生专业也会根据报考人数有所调整,这不是计算能够预测的;对志愿填报情况的预测,必然会影响到参与者的选择,反过来参与者对预测的响应,必然会影响到未来的结果,这种博弈结果有可能使预测偏差越来越大。另一方面,报考志愿除了与分数有关,还有一定的技巧。依据经验和分析,以及考生的一些爱好、性格特点、知识能力,给出一些专业报考方面的建议和指导,这对于考生是有益的。但如果以牟取经济利益为目的,打着“大数据”的旗号,进行各种预测,则是应该有所警惕的。