



【畅论国事】

不能放任巨大的认知偏差,继续危害司法运行、政府监管、投资者教育和真正的P2P行业规范发展了。

是时候称挂羊头卖狗肉的P2P为“互庞骗局”了

高国叁

一家笔者本人也是其小客户的著名财富管理集团,于日前发布了很有份量的H1财富管理行业解读报告。其中关于P2P的内容引起笔者注意,忍不住再次发声,聊聊这个连专业人士也时常被带到沟里的思维小黑洞。上述报告认为“P2P‘爆雷潮’产生的原因”包括,“依赖期限错配、借旧还新的项目没有新资金去承接”;“‘P2P’行业乱的根源”包括,“……如发行虚假标的、自融、借新还旧、期限错配、设资金池等”。不得不承认,许多人看了这样的分析会感觉挺贴肉,但我们静下心来再读一遍,会发现报告所列举的导致行业乱或者爆雷潮的根源,一个一个都是庞氏骗局的基本特征,都不是P2P。

公众和媒体的认知混乱历史已久,看到自己尊重的专业研究团队也被带到沟里,不由地内心有些悲凉。好在前不久,笔者亲耳听这家集团的核心高管说过一针见血的另一番见解:凡运营3年以上的较大金融服务机构,如果从未暴露过违约或重大风险事件,基本上都是在玩资金池,学名叫庞氏骗局。

笔者用更直白的话说,那些凡是能够爆雷或者老板卷款跑路的都不可能不是P2P,都是庞氏骗局。在这里,P2P是被拿来当羊头挂的,并在不知不觉中被污名化。P2P是在欧美率先产生的互联网借贷平台模式,是“端对端”或者“个体对个体”的借贷平台,在这个平台上借入资金方和借出资金方是一直接对接的,平台仅提供中介服务并收取中介费,借贷双方的资金并不会跑进平台公司口袋里。即使成批的借款人违约了或者贷款人要求提前还款了,提供服务的P2P平台并不会跨掉。至于庞氏骗局,虽然也是个舶来词,但在中国历史比P2P更久远的,就是拆东墙补西墙。

一直以来,如果有人巧立名目行非法吸收公众存款之实,就涉嫌犯罪,不论其自称“P2P”或者其他,现有法律足以收拾这类家伙。媒体和不少评论所谓的“自融”就是吸储,吸储之后急点的主儿可能直接揣钱跑路,稳点的可能选择放贷赚息差。而吸储、放贷、赚息差可都是必须持牌经营,开不得半点玩笑的银行基本业务。这是所有金融从业者都知道的常识,不存在“过失犯罪”。

把自己当全国性商业银行了?以为跳上自编自造的“自融”小船,就能游弋于刑法的射程之外?基本法律法规不能也不应被犯罪的具体形式牵着鼻子,不断修改。眼下公众对所谓P2P爆雷的认知出现整体性偏差。混沌的新闻舆论又进一步加剧这一偏差,误导公众情绪,对司法运行、政府监管、投资者教育和真正的P2P行业规范发展都有相当危害。

眼下普遍的舆论认为,几乎所有的P2P都是随时会爆雷、跑路的,但政府迟迟没有禁止P2P,虽然陆续出台一些规范所谓“P2P”的规定。不少司法部门的信访办在疲于应付所谓“P2P”爆雷受害者,不少“P2P”刑事案件审理过程要安排额外警力用于安抚疏导受害者,不少受害者把责任归于监管缺失;另一方面,那些跑路的老板

自称做的是P2P,舆论被牵着鼻子走把P2P与骗子画上等号,P2P已经被污名化,踏踏实实做P2P的平台也脸上无光。投资者不宜侥幸获利后以为自己投资有道,庞氏崩盘后责怪政府监管缺失。实际上批接一批的所谓“P2P”玩家被以“非法吸收公众存款”定罪量刑了。P2P作为新兴业态,行业监管也在逐步跟进,但政策监管从来都无法杜绝诸如非法吸储之类的恶性刑事犯罪。不能放任巨大的认知偏差,继续危害司法运行、政府监管、投资者教育和真正的P2P行业规范发展了。是时候称那些挂羊头卖狗肉的所谓“P2P”为“互联网庞氏骗局”或者“互庞骗局”了。

(作者系章和投资管理合伙人、美国哥伦比亚大学访问学者,开能集团合伙人)



【并非胡言】

政府相关物价管理部门可以建立相关反映投诉渠道,更便捷地让消费者反映问题和诉求。

景区、机场、车站的商品定价凭什么高一头?

胡学文

十一小长假结束,留守家中的笔者在朋友圈饱览了一番全球的旖旎风光。欣赏美景美食美人之余,偶尔也会看到朋友的抱怨:旅行虽很美,体验有不佳,其中就包括物价虚高的问题。

为什么诸如景区、机场、高铁站等地方的商品物价会高出外面一头?这其中有什么法律依据?政府部门是否可以出手监管?消费者有无渠道可以发出抗议得到解决?

在商户的角度而言,在合法的前提下逐利最大化可以理解。一般的景区、机场、高铁站等热门区域,商户进驻的租金通常较为高昂,商品或服务定价较外面要高一般都是出于

这个原因。此外,随行就市也是一大借口。因为游人旅客流量巨大,商品和服务供不应求,由此调高价格,反映的是市场真实的供求关系。再就是只要明码标价就不属于欺诈行为,消费者可以合理反映或投诉,但笔者了解到,在法律上,只要是明码标价就属于自愿选择购物,你不满意价格就可以不购买,不强买强卖的情况,要让政府部门出面,进行行政干预很难。

加上消费者前往旅游景区、机场、高铁站等地,大部分人为图方便省事,吃喝拉撒都能精简则精简,一旦到了需要供给时则只能就近解决,甚至有的景区明确要求不得外带食物,机场、高铁站等候客区一旦进站就很难出去,如此一来哪怕这些地方的物价再

高,该消费还得老老实实掏钱埋单。

如此一来,景区、机场、高铁站等区域的商品、服务定价高好像就毫无瑕疵理所当然了?其实不然。

笔者以为,随着旅游、交通、物流等行业的快速发展,尤其是在当前国家促进消费,满足老百姓对美好生活向往的大目标下,为了更好的老百姓消费体验,对于景区、机场、高铁站等区域的商品、服务高定价可以适当地管起来,以求一个更长效更和谐的发展。

当然,管起来并不是说一刀切。商户以租金成本高昂定出高价的本身有其合理性,不过,是否可以结合当地物价消费水平,有一个基本的指导价格区间,不至于让高昂租金成本一味地转嫁给终端消费者。租金高的地方,必

定有其高的理由,比如一线城市、商业旺地,物业拥有者出租商铺的租金高,但要有一定度,否则不仅仅是租用商铺的商家给物业拥有者打工,转嫁到终端消费者的虚高物价最终也会伤害消费者体验,不能形成长期和谐的发展。再比如,以现在的物流交通发展程度,除了在山名大川、深山古寺、孤洲海岛外,一般的城市景区、机场或高铁站商品的运送成本和速度基本都可以保证,其成本也与一般的商场超市无异,这一类区域的商品定价,尤其是标准化商品定价还以随行就市的理由高出外面一头其理由不足。换个角度试想,名山大川路途遥远,物资运送十分不易,肩扛背驮把商品运输上山,多卖个几块钱商家理所当然,消费者

感同身受。而一般的机场、高铁站,只要商品和服务定价更为接近日常,其实应该只是会促使更多人的消费跟进,从而市场蛋糕做得更大。

再有就是政府相关物价管理部门可以建立相关反映投诉渠道,更便捷地让消费者反映问题和诉求。明码标价确实高离谱的时候,是否可以适当过问和了解,不能一概以“只要明码标价,不涉及强买强卖”就无“法”监管,更不会去管,任由商家和消费者的分歧扩大甚至造成不必要的影响。说白了,在特定区域、特殊时间、特殊场景里的一些所谓没有强买强卖,消费者迫于需要其实没有选择的余地,没有强迫其实无奈。

(作者系证券时报记者)



【思想如虹】

优质客服,应当兼具一定的项目管理、危机处理以及临场应变能力。

客服啊客服

马虹玫

生活在当今社会,谁还没接触过几个客服啊。随着网购越来越发达,售前咨询的,售后受理投诉的,客服在人们的生活场景中,存在感日渐增强,存在形式也趋向多元化。从前只有人声,现在机器人客服已大派用场。客服的重要性,体现在消费行为的各个环节,尤其集中于因消费产生纠纷的售后环节。而客服背后,实际上又体现了企业的经营管理水平,企业价值观乃至地域文化等特征。

去年我在某外卖平台上了碗碗面,原计划是节省时间,让小朋友吃完上课。等了个把小时,面条才来。汤汁吸干,浓成坨状。快递员态度非常恶劣,当然这是另一个问题,此处不表。拨通平台电话,第一位接线的客服明确答复,责任在他们,按照规定,应予

退款。一桩区区几十块钱的交易,先让孩子等面,后让我们等退款。一周、半个月过去了,该退的钱没到账,致电原先的接线小妹,伊支支吾吾,推出上级应对我。上级明显老练,三言两语欲做打发,无奈我的诉求合情合理。可他依然强硬推翻了第一位客服的退款方案。他找的理由是什么,让我将那碗面当作呈堂证供,等候上门收回。因为按规定——必须退还实物,才能退款。时隔半月,他让我退回当初那碗面。那碗面啊,当晚就被气味味的快递员拿走。即使没有拿走,作为一个正常人,会有多大的几率将一碗不能吃的面条留下来,并保存十五天以上,何况第一位客服并没有告知,需要保留面条作为退款“凭据”。客服主管扯一通之乎者也,最后不了了之。

这样的客服主管,必是经历了刀山火海般的历练,才能这般游刃有余,能在说话间便将平台责任减至最低,反正将麻烦留给顾客就好了。顾客还能怎样,只能默默将此应用从手机上一删了之。同样是网购,到货后发现鞋子上的装饰蝴蝶结掉落,打电话给客服。操着广式“普冬瓜”的客服十分爽快,先是道歉,随即奉上解决方案。速度快到超出预想,原以为至少得扯皮几个来回,等他们层层上报才能有个说法,没想到客服一来先给五十块优惠券,接着便与我商量,能不能自行找鞋摊修一下,修理费平台出。这种解决问题的态度,提出的解决方案也容易被接受。这样一来,顾客也不会为了一朵掉落的蝴蝶结去退货折腾。五十块优惠券,在哪儿买不是买,冲着这服务效率,用户黏度不降反升。遭遇的两位客服,处理顾客诉求的方法与表现,其实涉及一个根本性

问题,就是上级的授权是否充分,以及企业价值观健康与否。

互联网行业崛起,客服需求量剧增,为压缩成本,企业不再自建客服部门而将之外包。由此带来的问题,便是客服处理权限缩小,处理问题周期延长,不能及时快速地解决客户诉求。遇到投诉,除了一个劲说几句并不真诚的道歉套话,外包客服能做的并不多。大量的日常消费转移到线上之后,我们遇到的客服便不再是某个活灵活现的人,而变成了语音、文字、表情包等程序。如今的客服,套话说得越来越多,态度越来越冷淡,处理问题的能力和速度衰退。能绕圈子的,绝不马上答复,以“拖”字应对。能不往上一级报的,尽量压下来。涉及相关专业知识和常识,有些客服的知识储备明显欠缺。在一起服务方订错用户的目标酒店

的案例中,客服支招,让从海参崴“打车”到希腊,令人啼笑皆非。而乐清女孩乘坐滴滴车遇害,之前其友人曾七次求助平台,客服均予以机械式的回应,错过最佳干预时机而至悲剧酿成,让人心痛唏嘘。责任心强,具备沟通技巧,是作为客服的基本要求。我们的职业认知系统中,客服并不是一个值得人们追求的理想行当。笔者有位亲戚,是位商场客服部经理,人员流动性强,工作压力大,工作环境不佳,职业前景黯淡,深深困扰着她和她的小伙伴们。她们眼中,奇葩顾客真多;顾客也吐槽,奇葩客服真不少。在我看来,优质客服,应当兼具一定的项目管理和危机处理、临场应变能力,因为,他们是企业面向广大消费者的第一道,也是最后一道门户。但这个门户牢靠与否,还得看企业如何建构。

(作者系深圳自由撰稿人)



【缘木求鱼】

经济形势这么严峻,路上居然还堵成这个熊样儿,那要不严峻了,还怎么了得?

底层繁荣

木木

“十一”长假,老李去“东戴河”,一个地处山海关外20里、属于辽宁的“二线”“小城”。其实说“小城”都有点儿抬举它,不过一个小开发区罢了。去年老李在那儿买了房,买了房,就得去住,否则多亏得慌?更何况房子确实不错,南北通透,站在宽大的阳台上,望出去就是透彻的天,干净的海。据老李自己说,只需一眼,马上就能放空心灵;而且,小区的景观也没得挑,物业管理也挺讲究,配套的服务设施也足够齐全……

10月2日午饭后,收拾妥当的老李,悠然自得地出了门。北京市内的

路,出奇地好走,上了高速路,也还行,但走着走着,车就慢慢多起来,再走,路面就变得挺拥堵。老李就越来越郁闷,原本3个多小时的路,足足走了将近6个小时。

更让老李郁闷的事随之而来,车进小区之后,居然找不到停车的地方。楼前楼后原本大片大片的停车位,已经被塞得满满当当,连道路两侧便道上都整整齐齐地停满了车。寻寻觅觅了好一阵,老李才在小区的西北角找到个空当,把车勉强塞进去。

老李买的这个房子是“二手货”。去年初,机缘巧合,着急卖房的原房东和有心买房的老李,在网上接上了头儿,俩人都是痛快人,三来二去,成

交,板楼、三居室、100平方米的房子,全算下来,老李花了52万。房子在手,手就攥了两年多,原房东几乎是原价出手的。

同一个楼,卖房的还有那么几户,不过,大约都是因为叫价高的缘故吧,房子挂了许久也卖不出去;而小区里陆续续起的新楼,倒个个卖得挺红火,不停地交楼,不停地办入住。只要赶上周末、节假日,一辆辆拉满了看房人的小电瓶车,在楼宇间不停地转……小区里就显得很热闹。

虽然来的路上有点儿郁闷,但这个“十一”假期,老李过得还是挺高兴,除了房子住得舒服、海景看得舒服、海风吹得舒服、海鲜吃得舒服、温泉泡得

舒服之外,最让老李心里舒服的是,自家楼下新搬进来的房主,是今年年初花了73万买的房。舒服之余,老李多多少少还有点儿后怕,同时,又为自己去年初买房时的当机立断有那么点儿骄傲。

北京人老李虽然在房子上“赚”了20万,但小区里满眼满眼的北京人、北京车,也着实带火了东戴河的物价。

小区外有个洗车点儿,老李刚买房的时候,还是15块钱洗一辆车,今年就已经涨到30元了,居然跟北京一个价。原来在小区西北角外面占道经营的非法早市,被当地管理部门迁到了小区东南角外面的一大片空场,搞成全天市场,卖什么的都有。随着卖价

一点点地往上涨,小贩们的精神状态、服务态度也变得越来越好,业主们花起钱来好像就格外痛快。

当地产的黄桃,又大、又香、又甜,老李特别爱吃。去年每斤4块钱,老李几乎吃了个够,临走的时候,还买了一大筐带回了北京。今年再问,每斤居然变成了6块钱,一下子就涨了50%!

因为怕堵在路上,老李5号吃完了中午饭就往北京赶,然后,就一路蹭了回去,到家的时候已经晚上7点多了。一路堵着走,老李就跟同车的人不停地唠叨,经济形势这么严峻,路上居然还堵成这个熊样儿,那要不严峻了,还怎么了得?

(作者系证券时报记者)