



【环宇杂谈】

未来,诚信是最大的抵押物,诚信分高的人,不仅借钱成本很低,生活也很便利。

“新版征信”亟待正本清源

李宇豪

我们对很多政策的理解,就是“非0即1”。传言政策要来,大家“心慌慌”。随后辟谣了,全入“吃瓜群众”序列。很少理性地分析,不会无缘无故释放信号的这个政策,初衷是什么、落地进度如何、自己该如何准备等。比如,近期沸沸扬扬的“新版征信”上线就是如此。

前一段时间,很多媒体在报道,“新版征信”将在5月1日上线。紧接着,央行新闻通稿辟谣说,征信系统确实在优化升级,但主要是优化界面展示、提升可读性,具体上线时间未定。转眼间,风头集体转向,直呼“该干嘛干嘛吧”!大家都知道,我们的信用传统确实“不咋地”。日常生活和工作中,企业也好、个人也好,失信被“常

态化”了。

比如,欠缴水电费、欠缴物业管理费、电信欺诈、赖账、假冒伪劣、盗版、抄袭等不胜枚举,估计每个人都经历过,甚至很多人是“不诚信”的制造者。但是,很多人都不觉得,自己的行为居然触犯了“诚信”底线。过去是“一手交钱、一手交货”的实体经济时代。但现在,第三产业主导、服务经济时代,无形产品很难评价好坏,客观上助长失信行为。结果就是,创新的积极性被挫伤,这是我们转型升级的拦路虎,已到了不解决不行的地步。

近年来,知识产权保护力度明显加码,对于一些具有公众效应的明星、企业家带头不诚信的,不让你住酒店、乘飞机,罚到你“长记性”。尽管,“新版征信”上线的时间可能没那么快,但不要低估国家的决心、上线的影响。

央行新闻稿中,有关“先消费后付款”的公用事业缴费信息采集备受大家关注。央行称,新版信用报告设计除了水、电、电信等公用事业缴费信息展示格式,但实际采集时,征信中心将与数据源单位协商,并严格落实《征信业管理条例》第十三条“采集个人信息应当经信息主体本人同意,未经本人同意不得采集”规定,在数据源单位取得信息主体授权同意后报送数据。对此,很多媒体的解读是,“你不同意,央行不能收集你的水电缴费信息”。

这是绝对的误解。公共服务“先消费后付款”,本质上就是“小额无抵押融资”,这是最能体现一个人诚信与否的行为。除个别漏缴、“缴费单”迟到等,一个连日常生活费用都欠缴的人,绝对是一个极其不诚信的人。估计大家在生活的小区碰到过这样

的人,就是赖着不缴费,物业也拿他没办法。但是,尽管你不同意,暂时采大家关注。央行称,新版信用报告设计除了水、电、电信等公用事业缴费信息展示格式,但实际采集时,征信中心将与数据源单位协商,并严格落实《征信业管理条例》第十三条“采集个人信息应当经信息主体本人同意,未经本人同意不得采集”规定,在数据源单位取得信息主体授权同意后报送数据。对此,很多媒体的解读是,“你不同意,央行不能收集你的水电缴费信息”。

阿里的花呗、腾讯的芝麻信用、京东的白条,以及互联网蚂蚁借呗等,为什么可以给很多人提供无抵押、无担保消费融资?因为,大数据已算出了你的信用分,借给你大概率你会还的。如果有需要,国家平台与腾讯、阿里的平台对接,这是分分钟的事情,尽管不会披露,但后台看得一清二楚。所以,不要故意欠生活缴费,也不要隔三岔五漏缴,你可能是无意的,但反映出一个严重的问题,你是一个我行我素的人,对自己的信用实在是不珍惜。

央行新闻稿中,第二个受关注

的问题,就是目前仍有4.6亿自然人无信贷记录。借贷消费如此普及,竟然4.6亿人无信贷记录。一个残酷的现实是,低收入人群太多。很可能,这部分人大部分来自低收入人群和仍处在小农经济的人群。通过采集“先消费后付款”的公用事业缴费信息,帮助缺信贷记录的个人建立信用记录,不是干别的,而是要让他们有获得金融资源的权利。

未来,诚信是最大的抵押物,诚信分高的人,不仅借钱成本很低,生活也很便利(可以享受各种免检、绿色通道)。讲诚信,做生意的能获得很多生意订单,谈恋爱的可获得丈母娘的信任。珍惜别人给的每一次信任,从现在开始,保护好自己信用,一起迎接信用时代的到来!

(作者系资深地产研究人士)



【思想如虹】

俗话说“人以群分”,借用过来,水果也是分阶级的。

水果的阶级进化

马虹玫

因出生于物产丰厚之地,笔者从小闻“果”颇丰。热带亚热带温带的水果品种,打小基本都品尝过。有赖80年代兴盛的国企,父母单位的福利系统中也不乏各式水果。远的有产自新疆的大西瓜,近的有家门口的石榴、柑桔、蜜桃,还有香蕉、菠萝、荔枝、芒果、番石榴等热带水果。相对当时的北方来说,热带水果是稀罕物,寻常人家并不能日常消费。在北京工作的亲戚每次回来,都会带几箱北方少有的热带水果,回去送人特别有面子。因家母常被亲戚委托采买托运,令我印象深刻。泛青的香蕉用报纸包好,层层叠叠放进纸箱,怕运输压坏,还得备个木箱,送到邮局或火车站托运。路上一走

好几天,到了地方,香蕉也差不多半熟,取出自用或送人,时机恰好。那时候物流不发达,南方北方,各地水果,其生产模式,基本上划地而治,水果们靠天生长,南方水果去到北方,身价倍涨,地位高企。

N年过去了,香蕉菠萝芒果早被刷下高端水果名录。榴莲、菠萝蜜、奇异果、车厘子、蓝莓,以及后来的牛油果、日本葡萄等,没有最贵,只有更贵。就连本土国产的水果,也因为品种不同而身价百倍。一夜之间,许多水果都变成了有故事的水果,这个那个的功效,吸引着消费者毫不犹豫地掏钱。比如雪莲果,几年前,在产地云南,它多半是摆在菜市场,混迹于同样灰头土脸的红薯、土豆堆中,既低调又平实,售价平易近人,本地人甚少问津。几年

后,在深圳超市再看到它们,已然华丽变身,价格也跟着上了档次,因为宣传诸多功效,颇受追捧。

与雪莲果境遇相似的水果还有很多。水果越来越向着高端化进化,仿佛开了窍,果果们明白了一个道理——欲在水果店(网上网下的)觅得一席之地,卖个好价,必先讨得中产阶级的欢心。水果们精明地认识到,做好前期的市场培育,讲好故事,对于自己的身价地位以及将要获取的回报,是多么重要。越来越多的陌生水果,从域外远道而来,频繁张扬于超市海报、美食视频、微信公众号和朋友圈,成为一股自带流量的消费潮流。每一款高端水果流行的背后,无不是将营养价值与生活品质做了联系,让人们通过消费水果完成对自我身份阶层定位的某种意

象暗合。

俗话说“人以群分”,借用过来,水果也是分阶级的。在产地,按品种品相的不同,水果们被划分为不同等级。特优级别早做了“贡品”,在普通流通渠道是看不见的。次之的级别或出口或进入大城市,在高端消费场所,进入高端消费群体的购物袋。产地人民,那些亲手把它们培育出来的果农们,以及产地消费者们,并没有多少机会一亲芳泽吃个够。今年春节出了个热词叫“车厘子自由”,说的是在买车厘子的时候无需考虑钱包,想吃几顿吃几顿,想当饭吃当饭吃,随心所欲。表面上说的是车厘子自由,背地里却包括了诸如财务自由、消费习惯等,跟阶层产生勾连。

逛水果店或高端超市的时候,会发现几乎难觅国产平价水果的踪影。

商业经营追求利润,当然什么赚钱卖什么,人的天性,当然也是什么新奇吃什么,水果消费变得不再只是单纯的、一件关于“吃”的简单事情。

后来,我移居至深圳。在这里,2002年那个夏天,我曾经买到过2元一斤的荔枝。而北方的亲戚,早已经不用为了一把香蕉而山长水远地托人帮忙。曾经可望不可及的高端水果,陆续走下神坛。与此同时,也将有更多的水果家族,随着贸易交流,随着消费的盛行,接受人们新的追捧。今时今日的水果,与时尚、阶层、幸福、自由等热词紧密相联。罕见品种的水果源源不断渗透到人们的消费理念中。物种和农艺专家当然也没闲着,他们忙于开发培育更多新奇物种,满足人类永远的好奇心。

(作者系深圳作家)



【念念有余】

与养育孩子热情相比,现代人更关注自己是否过得幸福。

减轻育儿负担 就有人愿意多生吗

余胜良

一旦说到年轻人不愿意生孩子的问题,许多人就会吐槽归结为育儿成本高上面,好像按方抓药,政府一旦为小年轻们解决育儿压力,就能立马让小年轻燃起激情,担负起未来责任一样。

这些吐槽主要包括:各种兴趣班需要钱,医疗产业化和教育产业化需要钱。医疗产业化和教育产业化增加了选择,没什么不好,有钱可以增加选择,进更好的医院,去更好的学校。凭什么让有钱的没钱的只能选同样的服务?公平是什么?难道上一代人的努力不能在下一代的待遇上有所体现?进一步讲,现在中国的公立医疗和公立教育,在全世界来看都做得很不错,国人

已可享受相对低廉的服务。至于全面免费医疗,那只能听起来很美好,经不起推敲。

有人主张延长女性生育孩子的时间,这是馊主意。延长女性照顾孩子的假期,会更加降低女性在劳动力市场的竞争力,现在很多女士不敢生,就是怕工作上有什么闪失。

美国生育率高,主要是非洲裔拉美裔高,各种幼儿设施完备,妇女地位高。养育孩子有政府补助就更好了,有些国家为了鼓励生育,给孩子不少补贴——有些贫穷家庭,就靠着多生孩子的补贴,日子就过得不错;奶粉价格低,里面也含有政府补贴。

这被好多人拿来做范例,但应该强调的是,这些地方生育率照样没提

上来,远远达不到一对夫妇两个孩子的水准。很少有人为了占政府这一点便宜,就放开子宫。还有一种建议是,提高刺激强度,增加生育满足感。问题是能让家庭提高生育率的强度,国家根本负担不起。

既然有这样的先例,凭什么认为中国提高了相应福利待遇,就能让家庭多生孩子?

还有人认为,应该解放妇女,提高男性工资,让妇女在家里带孩子,就能提高生育率。传统上妇女是在家里带孩子,现在还有很多国家的妇女在生孩子后在家里带孩子,一般是因为保姆工资太高。日本妇女在家带孩子的比例很高,但日本生育率很低。

以前,社会扁平化,大家一起受

穷,封建社会就是如此。现在虽然塔尖的人依然不多,但从底层到高层的层次和空间拉开了,好不容易拥有较高生活质量的人,很害怕生活质量下降,而生孩子很可怕的一点就在于孩子前途的不确定性,对孩子培育的焦虑,不是因为没上学,而是因为没上好学校上,害怕孩子将来成为竞争失败者——这一切都可能降低生活质量。

这种担忧永远无解。一旦有了孩子,就要参与各种选拔,有选拔就只有少数人能跑到前面,高考只是一方面。家长只能被动投入到这个教育竞赛中,就是那些看起来很佛系的家长,也难以冷静下来,不适应国内教育,就花更多钱参加国际教育。

孩子增多,就意味着投入更多,养育多个孩子肯定没有养育少量孩子更容易出精品。现在不是按人头而是按能取酬,接受更好的教育,意味着能力提升,薪酬提高不止一倍。这种认知越深入,对生育的态度越冷淡。

与养育孩子热情相比,现代人更关注自己是否过得幸福,现代人关注自我价值,比历史上任何时代都要强。受教育程度和自我价值觉醒有直接关系,男女都如此,女性更明显。以前女性受教育机会少,现在受教育普遍,不愿做生育机器,将自己的青春都用来生育后代,生育的痛苦倒是其次,赚钱能力成为标签后,每个人都要靠薪酬背书价值,生育对职场生涯影响甚大。

(作者系证券时报记者)



【缘木求鱼】

鱼在水里自由自在地游,不知有水的存在;鸟在天上逍遥快活地飞,也不知有风在帮忙。

子非鱼……

木木

十多年前,老刘跟了老公,拖了幼子,移民去了加拿大温哥华。

老刘为人随和,适应性极强,加之大学学的又是英语专业,所以一头扎进异国他乡,倒也没觉着有什么违和感。新日子居然就这样异常平淡地开始了。

很快,通过熟人介绍,老刘在一家洗衣店找到了工作。这家店开在富人区,老刘的工作是在前台活活儿、听电话。虽然大学英语专业毕业,但真跟老外当面交谈,老刘的听说能力还是有点儿不够用,好在当面锣、对面鼓,连说带比划,跟顾客还算勉强能交流。最让老刘挠头的是听电话,听筒里传出来的仿佛都不是英语,只能连蒙带猜,出错的时候就比较多。

店老板是个土生土长的“大山”。老刘总出错儿,影响了顾客体验,老板当然就不高兴,这也是人之常情,可以理解。虽然不高兴,也不过脸上的颜色有些难看,被老刘实在惹急了,吼上两声,除此之外,再也没有其他为难老刘的手段。

很快,老刘的听说能力就过了关,再跟“老外”聊起来天儿来,也能天南海北地“胡扯”了。于是,老板也笑得越来越随和,老刘发现他也是会笑的,而且笑起来跟中国人差不多;不过,涨工资,还是需要老刘适时地主动提醒一下才成。对此,老刘理解且适应,以致后来跟老板提起要求来,都是直来直去,一点不含糊。

一切似乎都进入了正轨,老刘觉得日子过得挺正常,正常得仿佛自己就出生在这个地方。

一天,老刘接到一个熟客的电话,询问自己送洗的衣服洗好没有。熟客是位贵妇,按老刘的话讲,从认识那一天起,就觉得她人特别好,家庭条件也好,待人有礼貌,跟她接触,会感觉很舒服;每次去店里,只要老刘上班,两人都会热热地聊上一阵子,偶尔还送老刘小礼物。时间一长,老刘就习惯性地把这个客人当朋友,每次接待起来很周到。

老刘是“免提”接的电话,听了询问,就去身后的衣架寻找,找了一遍,没有,于是回话还没洗好。大约是准备穿吧,贵妇让老刘再找找。再找,当然还是没有,老刘于是回话没洗好。贵妇有点着急,说自己印象里今天能够洗出来,要求再找找。老刘当然没什么好说的,于是回身再找。这时,电话听筒里传出贵妇跟身边什么人的说话

声,“这是个中国佬,又笨又蠢!什么事情都做不好!”

很随性的老刘,听了“好朋友”对自己的评价,血还是有点儿不随性地往头上涌。旁边的老板也听到了“评价”,冲着老刘咧嘴,露出一幅很无奈的表情。老刘控制住情绪,很认真地告诉贵妇,衣服确实还没洗好,请她明天再打电话问;然后又说,“电话一直是‘免提’,你刚才说的话我听得清清楚楚,我不觉着我又笨又蠢!”贵妇大约很吃惊,不知所措中,马上本能地挂掉电话。

许多年之后,再谈起这件事,老刘就像在说别人的事。她说,其实自己第二天就把这件事扔到脑后了,还准备给“朋友”原有的待遇,但那位“朋友”显然没把此事扔到脑后去,自那天之后,就再没登过老刘的店门,听两人共同的“朋友”说,她后来都是绕很远的

路,把衣服送到很远的另一家连锁店里去清洗。老刘听了,居然还多多少少有点儿不忍心。

此事之后没多久,老刘就不干了。大约,平常的日子,平常着过,就难免有乏味的时候吧。她就跑到学校去上学。随后的日子,据老刘说,过得还算挺开心,自己的运气还算挺不错,再也没有遇到过这样的人。

实在记不清是哪位先贤说的了——鱼在水里自由自在地游,不知有水的存在;鸟在天上逍遥快活地飞,也不知有风在帮忙。先贤的意思很清楚,在熟悉的环境里,越是重要的东西,倒越有可能被忽视。如果,把一只鸡扔到水里去,或者把一头猪吹到天上,它们内心的感受估计就会不一样。这个道理,大约哪个国家都一样。

(作者系证券时报记者)