

坦承物流成本过高理应达成共识

期待更多力量
参与城市管理

□ 陈伟

□ 唐伟

例,一方面在递减效应之下,其对企业的盈利能力形成了影响,造成其利润率的下降,竞争力不强。另一方面,物流成本过高,使得消费成本在产品成本的占比过大,导致了消费能力的下降,购买欲也因此受到遏制。

积极探索如何降低物流成本已成当务之急,不过,对于国内物流成本是否过高,各方还没有形成统一的认识。有人认为国内的物流成本并不高,因为我国主要以基础建设和制造业为主,发达国家以服务和金融业为主,对物流的需求量不同。也有很多人认为物流成本过高,尤其是收费公路的里程过长,标准过高,已成为拉升物流成本的重要因素,也是各方要求取消和降低收费标准的理由。当前经济发展处于转型的关键时期,三期叠加之下,经济下行的压力在不断增加,在

这种情况下,物流也需要通过转型升级,实现与国内的接轨,从而为经济整体性升级发挥纽带和桥梁的作用。

造成物流成本过高的因素,除了公路收费,还有物流配送的能力与效率,整个物流行业的内部成本控制等。其中主要有三个方面的原因,一是我国产业布局也不尽合理,能源资源产地与消费地逆向分布,致使煤炭、钢铁等大宗商品长距离、大规模运输,导致货物周转量偏高,成本居高不下;二是体制性约束,各运输环节各自为战,缺乏协调和配合;三是发展方式落后,行业整体的效益过低,需要在方式上进行创新和提质。

能够承认物流成本过高,有助于形成更广泛的共识,对落实共同行动创造条件,不失为一种巨大进步。降低物流成本不仅是市场的事,也是

政府的责任所在。因而,综合分析物流成本过高的各种原因,采取有针对性的措施才能达到效果的最大化。当下,一方面要尽量降低收费公路的标准,让这一物流成本的大头得到控制;另一方面,借助于互联网和大数据中心的构建,以物流网为载体,以国家智慧物流信息平台为手段,综合运用多重优惠措施,从运行效率上深度挖潜,全面降低企业物流成本则大有可为。

因而,站在宏观层面上去规划、设计和实施,通过多重措施降低物流成本,理应达成共识并形成行为自觉。唯有如此,才能通过物流成本的下降为企业减负、为消费松绑,才能进一步提升经济竞争力。并由此在提升社会管理能力的同时,以物流成本的控制来实现经济的升级。

最近一段时间,某地连续发生了渣土办执法车辆被砸,执勤交警被打,城管执法人员被车冲撞等事件。当我们批评暴力抗法行为的同时,更应该反思,应该如何最大限度地调动更多力量参与到我们的城市管理中来,以改变目前单个部门执法所导致的疲于应付的被动局面。

分析这几起暴力抗法事件,有一个共同的特点,就是执法形式比较单一,单个部门独立执法。在这种执法模式下,如果参与执法的人员较少,就无法对执法对象形成有效的震慑。据了解,当前不论是公安、城管,还是环保部门,都面临着执法力量相对比较薄弱的局面,普通执法一般为两人,个别情况还是由一名正式执法人员带一名协勤执法。

在不少人眼里,行政执法本就缺少法律威严,不少执法对象对行政执法行为不理解、不配合,与执法人员玩“捉迷藏”,甚至当街辱骂、暴力抗法。笔者参加过多次不同部门间的联合执法发现,只要是多个部门组成的联合执法,执法对象都比较重视,对执法人员提出的要求也比较配合,自然也不大可能发生暴力抗法的行为。

任何的城市管理都不应该“包打天下”,除了联合执法,寻求正式组织与非正式组织、政府与社会的最佳合作方式,利用社会资源参与城市管理,消除城市管理上的“失灵”,实现管理效能最大化,更加能够降低政府部门的高耗成本,改善目前一些城市管理的被动现状。

小卖部拍卖的是什么?

□ 舒圣祥

近日,广西南宁三中一小卖部年租173万的报道,引发关注。对此,该校校办主任回应称,竞拍过程是不可控的,并表示商家愿意出此价格。(3月15日《法制晚报》)

举牌的商人不会犯傻,必然是因为有利可图才去竞拍。所以,担心举牌者赚不到钱是多余的,至于学校,通过公开拍卖的方式招租,貌似也算是公开的市场化操作。

有人问:公立学校搞这一套是不是太商业化了?学校会不会因为收了比较高的租金不好意思再去严格监管呢?事实上,相比质问学校的商业化,其实更应该问一问:中小卖部的经营资格为何值钱?

地处校内的独特优势是一个理由,但更重要的,还是关门办学模式下的垄断。如果学生可以去校外购物,校内小卖部的租金必然会一落千丈。凡是封闭办学的,校内小卖部租金就高。学校以维护学生安全的名义关上大门,事实上等于设置了一道寻租门槛,形成了基于权力干预的垄断经营。所以,中小卖部拍卖的是垄断经营的资格,学生没有选择的余地。

热点快评

全国两会期间,商务部部长高虎城在经过“部长通道”时说,我们国家的流通成本是比较高的,大概是发达国家的一倍。要下力气降低消费成本,进一步增强消费对经济增长的拉动作用。(3月14日《北京晨报》)

《中国采购发展报告(2014)》显示,我国社会物流总费用占GDP比重为18.0%,明显高于发达国家,也高于经济发展处于同水平的金砖国家。物流成本在企业消费成本之中,占有极高的比

打假不是企业独角戏

□ 邓海建

“我们今天不是启动一个打假阿里队,而是启动一个打假中国队。”马云近日现身阿里巴巴打假团队誓师现场,对着300多名员工喊话。马云认为,用互联网方式治假,第一是不能局限在阿里平台内部,第二是不能被动打假而需主动出击。“如果我们以前打老鼠打得满头大汗,现在我们要消灭的是老鼠生存的环境。”(3月14日凤凰网)

今年政府工作报告明确写入“新经济”一词,新经济离不开新消费。“新消费我做主”,是今年3·15主题,直接聚焦网络消费,也让网购等新兴消费形式的矛盾再一次走向前台。

中国消费者协会发布的最新数据显示:2015年,中国全国消协组织受理远程购物投诉20,083件,占销售服务类投诉的69.86%。在远程购物投诉中网络购物占比95.41%,比去年同期上升3.13%。在远程购物中,消费者主要投诉的对象涉及电商平台,以微商为代表的个人网络商家和电视购物等方面。

这些年,电商打假与各种“剁手节”一起,成了中国特色的消费话题。假货究竟肆无忌惮又铺天盖地到什么地步?有关这个问题的答案,随便去各大电商网站就能轻易“采样”。

阿里这一做法值得点赞。借助主流电商的信息优势,顺藤摸瓜惩治假冒伪劣,是颇为有效的现实路径。比如仅2015年4月至9月,阿里向执法机关推送假团伙线索717条,获各地

执法部门立案的为330条,被破获的案件为279起。不过,阿里的打假团队纵使姿态再高,初心再美,终究是“企业属性”。在充分竞争的电商领域,企业打假会不会受自身利益的掣肘,会不会成为同业竞争的“暗器”,人们的这个担心并不为过。

打假不是企业的独角戏,2015年11月7日,国务院办公厅印发《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》,明确提出,要用3年左右时间,有效遏制互联网领域侵权假冒行为。随后国家质检总局执法督查司在北京与阿里巴巴、苏宁、京东及一号店四家电商平台签订了合作协议,并组织这几家签约电商开发了“产品质量承诺”企业执法检查结果公开查询平台”。这些努力,是打击电商领域假货的重要环节。但眼下净化电商市场,还有两点需着重考量:一是职能部门的声音,不能比电商还弱。假货波及面广,要发现线索,严惩不贷,就必须倚仗网民的力量。这是打假治假的关键。二是用互联网思维打假,技术与技巧不能比制假售假者还要落后。网络售假有网络售假的特点,如果取证程序等不能应时而动,效果也会大打折扣。

如果电商能够主动打假,固然是好事一桩。如何将这种热情融入官方“治假国家队”的版图上去,考验的是公共治理的功夫与智慧。

漫画

作者/ 张建华



去医院就诊,医生让患者扫自己的“好大夫在线”APP平台二维码加微信号,声称便于患者与医生进行实时咨询服务。岂料遭遇APP平台索要“心意礼物”,患者需要支付5元、10元、30元、100元等不同价位,来购买鲜花、礼盒等虚拟的东西。登录“好大夫在线”官方网站,上面明确标明:咨询者在

线支付费用为医生购买的鲜花、礼盒等虚拟“心意礼物”,“好大夫在线”APP将扣除少量运营成本后,剩余的全部打入该医生的专用账户。近日,多名读者反映,自己在微信、“好大夫”APP等“网络问诊”时接连遭遇“变相索要红包”“患者隐私难以保障”等一系列问题。(3月14日《齐鲁晚报》)

“讲文明 树新风”公益广告

