

媒说

据说

网约车新政,从“石器时代”回归“互联网+”

“没有一点点防备,你就这样出现在我的世界里,带给我惊喜。”

网约车新政28日正式出炉,网约车不仅获得合法化身份,也获得超过预期的市场宽容度。相比近10个月前被称为“石器时代”的征求意见稿,新政回到了“互联网+”时代。

那些被认为可能扼杀创新的保守倾向,得到了很大限度的纠正和回拨。首先,网约车的性质定位“预约出租客运”,取消八年报废规定。同时网约车可以接入多个平台,司机和平台的劳动合同形式可以多样,这便打消了私家车进入网约车行业的后顾之忧。其次,网约车的数量和价格管制也大大放松,前者不做

原则规定,后者以市场化定价为主,保持竞争态势。

以上两点基本上锁定了创新收益,人们不用担心网约车沦为传统出租车第二。在新的出租车市场里,水已经被吹皱,而且“依法吹皱”。

创新必然带来对秩序的冲击,带来对利益格局的调整,这也是为什么前者被熊彼特定义为“创造性破坏”。消费者在享受网约车效率的同时,也要承受市场草创时期网约车的“野蛮”,包括门槛降低后不可控的服务和安全。新政虽然给了网约车一个舒适环境,但补贴难以持续的网约车公司不要贪图舒适,消费者对“野蛮”不会一直容忍下去。改革和创新从来不是合家欢和大

团圆,虽然从长期来看整体大幅受益,但短期必有失意者,政策需要在其他方面对冲。

李彦宏说,互联网是上天赐给中国的一个机会。当互联网和传统产业融合的时候,会诞生一批新的公司。这些新公司不仅是时间意义上的“新”,更代表着新思维和新模式,代表着增量对存量的革故鼎新意味。网约车是上天赐给中国的礼物,在它出现之前,人们对沉闷的出租车市场一筹莫展,在它出现之后,人们看到解决“打车难”问题的希望。

麻雀虽小,五脏俱全。改革过程中不可避免的复杂博弈,在出租车市场表现得淋漓尽致:创新和资本加持的网约车

公司、在管制尺度上游移的权力部门、作为既得利益者的出租车公司、“苦秦久矣”的消费者,以及愤怒且规模庞大的出租车司机。既要实现平衡各方的“大妥协”,也要放创新一条生路,着实考验着改革者的勇气、意志和智慧。正因为如此,特别是考虑到供给侧改革在不少领域的胶着,网约车新政虽仍有遗憾,但它所体现的创新担当,值得一次热情澎湃的点赞。

据说中国由此成为世界第一个网约车合法化的国家。弯道超车靠创新,这一次我们走在前面,希望还可以有更多。一个不惧变革和创新的,一个对权力和管制保持克制的国家,始终站在时间的一边。■据北京商报

47.6%

报告显示,2016年上半年,中国游戏用户4.89亿人,其中客户端游戏用户1.38亿人,同比增3.1%;网页游戏用户2.79亿人,同比降8.7%;移动游戏用户4.05亿人,同比增10.7%。延续以往趋势,上半年手游的销售收入已占到整个游戏产业收入的47.6%,近乎半壁江山,网页游戏市场出现萎缩。

229.102吨

中国黄金协会日前发布了黄金产业运行最新数据。2016年上半年,中国累计生产黄金229.102吨,同比上升0.16%。其中,十大重点黄金集团累计完成矿产金77.45吨,占全国矿产金产量的40.27%。

52%

QQ浏览器日前发布了2016年高校毕业生毕业去向的大数据报告。面对严峻的就业形势,52%的毕业生在找工作的道路上奋战到底,而48%的毕业生带着“不差钱”“不将就”“不在乎”的态度,走上了“不就业”的道路。在新兴职业排行榜里,绝大多数人选择“主播”职业,接下来还有:网红、声优、化妆师等。

7.51%

中国人民大学国家发展与战略研究院日前发布的一份研究报告显示,“僵尸企业”在我国工业企业中的占比约为7.51%。从地区分布看,经济发展水平较高的东部、南部“僵尸企业”比例低,西南、西北和东北地区比例较高。从所有制看,国有和集体企业中“僵尸企业”比例高,民营企业比例小且远低于前者。

7.17亿元

7月26日,顺丰控股A股借壳公司鼎泰新材发布公告称,顺丰控股将剥离旗下三家金融公司的股权,总价值为7.17亿元。这意味着顺丰旗下的金融资产将不再被顺丰控股打包上市。

话题

面孔

“匠人精神”要与“供给侧改革”相结合

产业革命历史表明,工匠群体是各行各业的探索家和发明家。他们不仅生产了产品,也创新了精神和文明。而当代的工匠精神,应当是传统和创新、理念和务实、中华文明特色与世界发展大势的有机结合。在我国经济大而不断强的情况下,大力弘扬工匠精神,尤其现实意义。

一是供给侧结构性改革的需要。我国有效供给与有效需求不适应,中低端产品充斥市场,优质高端产品供给不足。而工匠精神缺乏,是一个重要因素。生产高端、优质产品的企业,都是在一分一毫之间倾注了大量心血,日夜精进,进而达到了品质日臻臻于完美的境界。

二是建设制造强国的需要。我国是制造大国,但“中国制造”少见享誉世界的品牌。2015年福布斯全球品牌100强中,中国榜上无名。同是百年老店,德国福腾宝、双立人、菲仕乐的品质、价格、市场占有率和品牌认可度,不知要超过我们的张小泉、王麻子多少倍。我们要建设制造强国,没有相应的职业教育和工匠群体,没有细节和品质的精神追求,根基是不牢靠的。

三是培育国际竞争新优势的需要。我国虽然货物出口,世界第一已经七年,但仍处于国际分工中低端。我国在劳动成本等传统优势减弱之际,要培育以质量、技术、品牌、标准、服务等方面的新优势,不断提升在全球产业链、供应链、价值链中的地位,核心还是提高产品质量。某种程度上讲,“人”才是做出好产品的最高技术。

而要成为真正的“匠人”需要工匠精神和供给侧结构性改革结合起来,与建设制造强国和经济强国结合起来,与大众创业和万众创新结合起来。

首先,要借“双创”东风,使工匠精神成为亿万人民创业创新的价值追求。“双创”和工匠精神,核心都在于“众”和“创”,就是激发亿万人民的热情和活力。通过组织变革、科技研发、工匠技能合作共享,每个人做擅长之事,实现创新资源的大融合。

其次,要形成尊重工匠的社会氛围和制度环境。过去几级工很自豪,现在好技工很难找。这说明现在工匠的社会地位不高、收入不丰,许多优秀人才不愿加入工匠群体。在瑞士、德国,做一个工匠是很多学生尤其是男孩子的梦想。建立并完善“工匠制度”,形成工匠职级晋升、荣誉授予、国际交流的机制,收入分配要向能工巧匠倾斜,调动工匠“在车间完成创新”的积极性。瑞士经验说明,提高工匠地位是避免收入分配悬殊的途径。

最后,要通过职业教育培养一批大国工匠。工匠培养是一个长期的教育、实践过程,需要社会、企业、教育机构共同完成。如瑞士有完备的职业继续教育体系,9年义务教育后有近85%的学生选择职业教育或培训。我国也需要加强职业教育,实现职业教育与企业相结合、与生产劳动相结合,与广大劳动者相结合。每年我国有上百万大学生毕业,如果还有上百万工匠出师,那是何等强大的竞争力和创造力。 ■据新京报

移动医疗端至少再“烧钱”10年



最新报告显示,中国正在成为互联网医疗融资的热点地区。2016年上半年全球39亿美元的投融资成绩,远超2015年的29亿美元,同时也超过2014年的35亿美元。不过,国内独角兽工作室此前对市面上超过1200款移动医疗APP的调查统

计发现,超过四分之三的APP在做三件事:一是网络问诊;二是挂号支付或者陪诊;第三则是慢病管理。由此可见,国内的互联网医疗公司不少存在高度雷同且技术含量不高的问题。

对此,健客网CEO谢方敏也坦言,目前,大部分的移动医疗端都在通过免费问诊吸引和积累用户,有些平台则通过对专家优质医生问诊进行收费,来试水收费模式。在谢方敏看来,移动医疗的推行将是一个长期的过程,而且必然是要烧钱的。健客网目前的主营业务在网上药店,年营业额已达10亿元,这种“以药养医”的模式,预计至少要维持10年。

■据南方都市报

话说

影游联动时机已经成熟

“影游联动的时机已经成熟,游戏与影视需要同时经营布置,这意味着对企业的要求也将更高。影游联动是指要实现两个层面的联动,第一个是通常的交叉营销方面,第二个是在内容制造上面,从开始到最后的结尾都是游戏与影视双方紧密配合,而这一点只有在一家公司里才能实现。”

——完美世界CEO萧泓

手机新生态:安全、便利

“华为的管道战略可以理解为把手机硬件终端的生态和原来to B业务之间建立一个桥梁,让用户更方便。这样的‘桥梁搭建’角色,苹果无疑是最成功的案例。苹果有十几个点的收入来自硬件以外的服务,而国内厂商的这块费用普遍可以忽略不计。目前的手机生态系统中,硬件的基本需求已经满足,

接下来会是安全和便利性。”

——艾媒咨询CEO张毅

跨境电商实体店不可或缺

“对于跨境商品的销售,实体店的作用是不可或缺的。尤其对于跨境直邮来说,O2O模式的作用更为重要。消费者通过线上了解到的产品信息并不充分,通过线下的实体展示,消费者能够亲身接触、体验海外商品,更利于商品销售。”

——跨境电商平台聚优澳品CEO王鹏

外卖遍地开花对行业有利

“外卖市场目前还是在抢占品类的阶段,未来,在不同品类下很可能会留下多个品牌。而就目前来看,外卖市场的空间仍然很大,品类之间的差异也很大,‘遍地开花’对行业发展有利。”

——焦耳外卖创始人夏鑫