

今日评

据说

# 不懂“质量时代”的企业不会有未来

今年3月15日,产品质量又成为舆论的中心议题。近日国家质检总局局长支树平就“质量时代”发表了自己的看法。他称,如果各级党委政府再不简单地以GDP来论英雄了,而是更多关注到质量提升,特别是经济社会发展质量提升;如果各行各业都把质量放到突出位置,比如农业讲质量、工业制造讲制造质量、服务业讲质量,方方面面都把质量放到质量第一的位置上……各行各业都让重视质量、创造质量成为一个社会风尚,那“质量时代”就到来了。

“质量时代”如今是个热词,李克强总理在政府工作报告中多次强调质量,号召推动中国经济发展进入质量时代。事实上,产品质量现在已不单纯是消费者体验以及权益保护的问题,看似具体的产品质量的背后,牵涉到消费升级、制造

业转型、增长方式转变等重大宏观层面问题。

正是在这样的背景下,《中国制造2025》将“质量”作为一个关键词,把“质量”确立为建设制造业强国的根本所在。

中国制造业走到现在,廉价、低端的路线越来越走不通,重塑我们核心竞争优势的一个重要内涵就是质量。质量为先的本质就是消费者体验和市场需求为先,市场竞争力为先,从而真正做到“市场决定资源配置”。我们谈GDP要从重数量转变为重质量,而所谓的GDP质量,实际正是千千万万种产品质量所构成的。抛开具体产品质量谈GDP质量,只能是无源之水。

在“质量时代”,一个最重要的指向就是消费者的需求发生了变化。大家为什么跑到日本去买马桶盖,那是因为质量好,当大量的消费者在用脚投票、

用钞票去选择优质的产品和服务的时候,那些还在想着怎么坑蒙拐骗和假冒伪劣的企业就是没有前途的。

消费者权益维护讲了很多年。即便消费者权益保护仍然存在缺陷,我们也不能否认消费者选择的力量是巨大的。这些年,有多少肆无忌惮坑害消费者利益的企业活了下来,那些不把消费者利益和需求放在眼中的企业,又有几家日子还算好过。

近年来,为什么中国的互联网企业增长速度远远快于其他传统行业?我们认为,一个很重要的原因就是,互联网企业拥有用户思维导向。互联网企业不是不想赚钱,而是明白要想实现盈利,一切产品设计都必须围绕用户需求、讨好用户,为用户提供高质量的服务。而一些传统企业与其苦苦挣扎,不如,好好想想是否真正为你的用户和

消费者着想,为他们提供了高质量的商品或服务。

所以,在“3·15”,我们要说的是,不懂“质量时代”的企业不会有未来。

当然,“质量时代”不可能从天而降。除了依靠市场竞争机制、企业自觉,“质量时代”的达成,还需要政府的强力监管。

政府通过提出质量更高的产品标准,更强有力的日常产品质量监管,可以让生产者提高产品质量意识。这种监管,最终既是为了维护消费者利益,更是为了维护市场公平,保护那些重视质量的企业,跳出劣币淘汰良币的恶性循环。

国货因质量而强盛,国家因质量而强盛。“质量时代”靠的不是坐而论道,也不是说一套做一套,这真的需要企业发自内心的觉悟。只要大家真正为消费者着想了,“质量时代”也就自然来到了。

■据新京报

43.3%

近日,中消协发布的“预付式消费调查体验报告”显示,仅有23.3%的美容美发商家展示了营业执照,16.7%展示了卫生许可证,三项证件均未展示的商家占比为43.3%。其中,商家卷款逃跑问题较多。据了解,该调查涉及美容美发、教育培训、洗车、洗衣和健身等5个行业,样本取自北京、上海、广州、长春等10个城市。

80亿

3月16日消息,Gartner公司业务发展总监谢瑾在由中国家用电器协会主办、《电器》杂志承办的2017中国家电产业链大会上预测,到2020年,物联网相关产品会有80亿台的年出货量,以及2600亿美元的年消费金额。物联网的巨大商机也引起了厂家以及企业的广泛关注。

27%

国家工商总局网络商品质量监测(杭州)中心近日发布2017年网购母婴商品的质量抽检结果。通过抽检国内八大电商平台的婴幼儿服装、孕妇装、儿童地垫等母婴产品,总体不合格商品检出率为27%。

3579亿元

中国烹饪协会统计数据 displays,2016年全国餐饮收入3.58万亿元,其中网络订餐市场规模达3579亿元,占比约10%。随着网络订餐“井喷式”增长,线上“黑作坊”却屡屡造成人们“舌尖上的焦虑”。

2050亿

每年的家居家装行业市场规模一直在扩大,中国电子商务研究中心预计,2015年我国家居建材产品电子商务规模将达到2050亿。3月16日,京东商城宣布将原来的服饰家居事业部一拆为二,成立大服饰事业部和居家生活事业部。对于电商行业来说,继商超战之后,家居家装领域很有可能出现新的“战斗”。

媒说

面孔

## 失眠人数长沙入前三

据南方都市报消息《2017年中国网民失眠地图》日前在京发布。结果显示:近80%参与者曾失眠,其中广州以79.37%的比例位居第二,第一是上海,第三是长沙。专家表示,失眠发病率高,危害严重,但大众对失眠危害认知低。

## 二手车平台瞒真实里程

据新京报消息 记者近日调查发现,一些二手车平台宣称,对车辆进行超百项专业检测,但消费者在平台上,无法直接看到所有车况信息,一些平台甚至隐瞒车辆真实里程数。5万公里改成九千公里,仍能通过上百项检测。

## 智能机器人首开直播

据北京商报消息 3月16日,机器人主播“图图”和“灵儿”开启花椒直播首秀,成功登上当天花椒收入榜第一名。这也是全球首次机器人直播,揭开了“人工智能+直播”相融合的序幕,机器人主播成为了直播“新秀”。

## 生活服务类电商有规范

据新华社消息 3月16日,国家工商总局官网发文披露,日前《互联网企业生活服务类平台服务自律规范》正式发布,明确不得刷单炒信,并鼓励平台服务商针对服务投诉问题实行先行赔付。

# 移动互联学习已不可逆

百度传课发布战略发布会上,新东方在线副总裁潘欣出席此次活动。在圆桌论坛环节,潘欣阐释了作为国内成功的网络教育服务平台和领先的网络教育品牌,新东方在线选择联手百度传课的原因。

在移动学习问题上,潘欣认为移动互联网教育的发展已经成为不可逆的趋势。“百度掌握着数据,他们最清楚移动端的流量增长有多么的迅猛。对于现在再去进入到在线教育的

创业者来说,肯定是移动优先的,基于PC互联网可以选择不做,或者是作为一个辅助的方式。”谈到学习方式,潘欣认为传课类的系统化学习APP也大有可为,不认同移动端就等于碎片化学习的观点。“我觉得在移动端是可以实现系统化学习的。这种系统化学习,一方面可以自成体系纯粹基于移动端的学习,另一方面也可以和传统的面授实现混合式学习,没有必要纠结于是不是碎片化学习。”



话题

# 玩过“校园贷”,轮到“培训贷”了?

在校园贷、裸贷事件爆发后,主要针对在校大学生和求职者的培训贷成为热议焦点。记者在采访中发现,不少学生在找工作时,被要求先“贷款培训”,利率超过10%;萌生退意的学员则多因顾虑违约金放弃退学;而一旦平台出问题,还需按照合同还款。

与校园贷、裸贷类似,培训贷也主要针对涉世未深的应届生或求职者,由于他们急于求职、缺乏经验,同时缺钱,因此很容易在“培训完就能获得高薪工作”的蛊惑下,申请所谓高息“培训贷”。

但是,“培训贷”目前存在三大问题:

一、“培训贷”主要是由互联网金融平台、培训机构和申请者三方构成,互联网金融平台负责对培训机构的资质审核,发放贷款。如此一来,互联网金融机构对于培训机构的资质审核仍不完善,导致不符合

资质的培训机构还能获得贷款,这莫不是平台责任的失守?

二、“培训贷”针对经济实力本就不高的应届生或求职者,收取高额培训费、高额利息,高额违约金、还存在申请者贷款后未拿到合同等不规范之处。部分不法培训贷的有机可乘,是否意味着上述群体的诉求或未被充分关注?

三、“培训贷”市场的急剧扩张,让参与其中的互联网金融平台和培训机构都获得了短期收益。但其本身对消费者权益的损害、不合规经营所积累的信用风险、市场风险,在目前缺乏有效外部监管的情况下,正在不断积累。正如当初的校园贷,一旦风险达到临界点而爆发,就会造成整个市场的突然停摆,消费者遭受巨大损失。

金融功能的发挥建立在信用交换的基础上,为了实现各种资源的流动化配置,其核心就在于交易双方的信用可靠。然而,

“培训贷”在这一关键环节上显然存在漏洞。部分培训机构本身就不符合教育培训资格,而为了拿到“培训贷”,甚至可以帮某些申请者虚报材料,也容易让本无偿还能力的申请者轻易贷款,信用失真导致权益与责任的严重不对称。

这也反映出“培训贷”作为所谓“金融创新”产品,本身合格与否就值得考量。毕竟,它既没有建立起真正的信用监管防火墙,也没有对可能出现的问题有足够的预防与应急举措。发放“培训贷”的互联网金融平台,一味追求附加的高利回报,却不愿承担基本的平台管控职责,或也是间接失信。

校园贷、裸贷、培训贷的玩法逻辑一脉相承,都是利用在校大学生和年轻求职者的人性弱点,设计出以短期盈利为目的的互金产品,其所隐含的和社会风险不容小觑,这需要监管部门对此类互金创新模式加强监管,千万不要坐等培训贷变成第二个校园贷后才亡羊补牢。 ■据新京报