



6版:水产企业“大胆出海” 合力打造渔业品牌



7版:国际油价持续走弱 消费税调整顺势而为



8版:产能激情遭遇市场之感

■本报记者 赵昂

# 取消车模是否有助于遏制车展低俗化?

与其对车模说『不』,不如在车展中增加更多汽车文化和行业交流元素,引导车企和参观者『回归正题』

今年,上海车展组委会对外表示,为“回归车展本义,形成更好地关注汽车技术与产品、发展与创新的氛围”,目前主办方正在征询各方意见,考虑采取一些相关改进措施,不排除取消车模等措施。

上海车展有可能取消车模的消息一出,很快引起舆论关注,支持者有之,反对者亦不少。支持者认为,此举可以让车展从“展车模”回归到“展车”本身,但也有些网友表示,没了车模,车展难免会少一些“亮点”。

上海车展全名为上海国际汽车工业博览会,今年将举办第十六届,主办方之一就是中国汽车工业协会。由于创办于1985年的上海车展不仅是中国最早的国际车展,也是中国第一个被国际博联联盟认可的汽车展,规模也是亚洲最大,因而其一举一动,都可能被国内其它车展效仿。而这,也是上海车展可能取消车模会引发较高关注度的原因所在。

在此之前,部分国内车展中,个别车模出现了身着暴露、动作媚俗的情况,因此备受诟病。甚至一些车展的主办方或车企为了吸引观众,在网络上炒作车模,把一些衣着和动作都显轻浮的车模作为营销噱头。最终,部分前来观展的观众看的不是车,而是来看人。在展览大厅,镁光灯对准了搔首弄姿的车模,本来是车展主角的汽车,反倒成了车模的背景。

也恰恰是因为如此,许多车展规模不小,参观者众,但热闹之后,留给人们的印象往往只有几个车模。一些车展的组织者认为,车模的表演越露骨,车展的吸引力也就越大,门票收入多,参观者众,进而下一届参展的车企也就越多,盈利空间越大。部分车企也因此跟风效仿,要知道,车模的衣服一般不是车模选的,而是车企决定的。

事实上,家庭用车往往是国人购车的主要需求。而对着衣着暴露的车模,很多人反而不愿带着家人前来参观车展。

搔首弄姿的车模看似引来了关注度,但那些“只看不上车”的观众,其实并不是车企的营销对象,而潜在的客户群体,却会在车展上没有足够满足。

车展的本意是传播汽车文化,促进行业交流和创新。过于媚俗的车模显然与车展本意不符,无助于传播汽车文明。换言之,低俗的车模不仅对社会风气没有起到正面引导作用,而且已经不利于车企借助车展平台进行更好的营销。因为随着汽车不断走进普通家庭,消费者对车展的期待,已经不再是看围绕汽车的各种表演,而是了解最新汽车潮流,体验真正的汽车文化。

当然,不能因为个别车模的不当举止和企业的恶性炒作,就把所有车模一巴掌拍死。在汽车文化浸染已久的发达国家,车展上同样有车模存在,不过,车企选择车模的标准不是身材,而是车模的气质能否与新款车型相配。

也就是说,与其彻底对车模说“不”,只相信未来会有更多积极的变化。”

## 产经观察

靠“一禁了之”,不如在车展中增加更多汽车文化和行业交流元素,引导车企和参观者“回归正题”。否则,就算不允许车模出现,也难以避免会有车企以“销售员”、“咨询员”的名义变相安排车模。



海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏作演讲

# 张瑞敏:使海尔真正变成一个时代的企业

■本报记者 丁军杰

2014年,海尔集团全球营业额达到2007亿元,较同期增长204亿,增幅11%;实现利润150亿,较同期增长42亿,增幅39%;利润增长3倍于收入增长,创业30年来利润复合增长率为39%;海尔集团线上交易额实现548亿元,同比增长2391%。

这是1月8日,在青岛举行的海尔互联网模式创新国际研讨会上,海尔集团董事局副主席、轮值总裁周云杰向与会嘉宾做海尔集团2014年发展成果报告时公布的一组数据。

在中国经济进入新常态,很多行业增长放缓之时,作为家电行业的老大,海尔集团交出的业绩很是亮丽。

从1984年开始创业的海尔,将12月26日定为企业的创业日。2004年,迎来20岁生日时,海尔成为中国第一家营收过千亿元的企业。2014年,海尔30岁,又成为中国第一家营收过2000亿元的家电企业。

然而,海尔营收从1000亿元到2000亿元增长的10年中,经历了海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏持续9年的互联网模式创新变革。

一边将企业原有结构打破,进行颠覆性创新,一边还要让企业保持一定的速度很好地前行,这是最难的。“海尔真正要直面的问题是对试错的承受力。这几年试错过程时间这么长,就是因为需要掂量和斟酌,容忍程度太高,太大,可能会出现后面没有办法控制,太低,转型又转不动,怎么拿捏这个程度很难。”这是张瑞敏在论坛作题为《海

尔互联网模式的9年探索》演讲时说的。既然这么难,张瑞敏为什么一直持之以恒,不知疲倦地推进呢?

这也是许多人听他演讲时期待的一个解答。“当初我们感受到互联网的挑战已经到来。什么挑战?信息的零距离——原来的信息是不对称的,而互联网上用户得到的信息比企业更多,这个信息零距离带来的挑战是什么?就是用个性化,要求企业从大规模制造变成大规模定制,然而,不让每一个员工都对准他的用户,大规模定制是没有办法进行的。所以,这是对互联网时代的挑战必须要做的选择。”

张瑞敏说:“所以,2005年我们提出要转型。但是,观念上要转变,思维模式要改变,更重要的是,管理、组织架构全部都要变,这很难被接受。所以,我们进行了这么长时间的探索,因为一开始老是在纠结,有时候在徘徊,有的时候可能是走两步退一步,甚至退两步,就是一个试错的过程。”

“那么,为什么又一直坚持下来了?”张瑞敏说,“就是基于这样一个理念——没有成功的企业,只有时代的企业”。所有的企业都不要说自己成功了,你只要是感到自己成功了,但那只不过是因你路准了时代的节拍,而没有任何企业可以永远路准时代的节拍,因为时代变化太快了,没有办法预测它;我们是人不是神,没有办法永远路准,所以唯一要做的就是改变自己,企业不可能改变时代。”

“怎么做呢?”张瑞敏反问自己答说,“海尔有一个很重要的理念——自以为非不是自以为是。《创新者的基因》里有一句话说得好,‘即使向着同一方向极目眺望,也不会看到新方

向,为什么一定要朝同一个方向极目眺望?因为自以为是,觉得朝着这个路走下去就行了。实际上,这是不行的,而是要走另外一条路。”张瑞敏说:“我们希望海尔成为旧模式的破坏者,要创建两个平台:一个是投资驱动平台,一个是用户付新平台,所谓投资驱动平台是指,把企业从管控型组织变成一个投资平台,不再有各种部门和事业部,通通都要变成创业团队,公司与这些团队只是股东和创业者的关系。过去的组织架构是一个正三角型,是马克思,韦伯提出来的科层制。科层制组织最大的特点就是整齐划一,指令一直到底,要求所有人都贯彻到位,而每个员工处在不同岗位,不同职位,薪酬往往与职级相关,所以并不关心用户需求。但是,互联网时代,用户个性化、市场碎片化,整齐划一的组织一定会被颠覆。”

张瑞敏说,所以海尔的整个组织,从一个正三角、金字塔型变成了一个扁平化的结构。之前,“正三角”里充满了各种层级,现在变成一个个创业团队,那么,海尔变成了什么?一个生态圈,从过去的上下级关系变成了投资人跟创业者的关系;当然,这和普通的投资者还不一样,因为要负责战略方向正确,二要有一个平台,驱动员工在正确的道路上前进。过去的职能部门,人力、财务、战略,信息等就构成了服务平台,已经做好的创业小微可以在该平台上面购买服务。因此,员工原来都是由企业发薪,现在既然没有(传统意义上的)上下级了。企业上级是谁?员工上级是谁?就是用户。所以,给用户创造了价值,就有薪金,没有创造价值,就没有薪金。

“我们转型的目标,就是要从原来制造产

品的加速器变成孵化创客的加速器。原来就是为了规模,产品做得越多,做得越快,做得越有竞争力越好,现在要变成孵化创客。”张瑞敏说,简单地说,企业要从原来的产品制造者变成“创客制造者”。

张瑞敏说,互联网时代的变化和挑战就是三条:第一,零距离,信息零距离;第二,去中心化,互联网上所有的人都是中心,每个人都是发布者、评论者,符合用户要求,需求的就可以购买;第三,分布式,资源都是分布的。现在,海尔面临最重要一个挑战就是去中心化的问题,怎么样满足每个人都是中心?怎么样把组织从原来紧密耦合变成松耦合?就像抓一把沙子,越攥紧拳头可能抓住的沙子里,手掌摊开沙子反而更多。我们要把企业铺开,打造成创业平台,每个人都可以在上面创业,海尔会得到更多。

张瑞敏引用《易经》否卦一句爻辞作为结束语,他说《易经》否卦有句爻辞“倾否,而非否倾”。主动颠覆封闭的局面,而不是被封闭的局面所颠覆,这是我们现在一直要探索的主要原因。就像克莱纳在《管理百年》里面所说的,“管理上没有最终的答案,只有永恒的追问”。“倾否”不是只倾一次,一劳永逸,而是要根据时代不断地颠覆,不断地“倾否”。我们永恒的追求是什么?就是为了让海尔真正变成一个时代的企业。

一场关于专车服务存与废、黑与白的舆论风波,不仅让公众城市出行焦虑显露无疑,也暗示着破除出租行业垄断业态已是迫在眉睫

# 专车之争折射垄断之弊

## 焦点

■本报记者 王群

当一种旧的服务模式无法满足新的变化要求时,必然会有挑战者出现,而在城市出行模式急速变革的进程中,专车服务承担了这一角色。

2014年,以滴滴专车、快的一号专车、百度专车为代表的各类专车服务横空出世,随后的补贴大战有效催生了爆发式增长的消费需求,尤其受到了“打车一族”的热捧。

然而,就在势头一片大好之时,专车服务却在今年年初被猛泼一冷冷水;不仅因其尴尬的身份深陷“黑车风波”,而且遭遇北京等十个城市“黑车式叫停”。

尽管近日交通运输部已经表态肯定了专车服务的积极作用以及其服务模式的创新性,但各方舆论依旧未能趋于平静,国人的城市出行焦虑也在这场舆论风波中显露无疑。

### 专车来源在哪里?

一般认为,“专车”为高端商务出行人群提供优质服务的产品,它是以高档车、高品质服务、高价格为标志,在满足乘客多元的用车需求的同时,带给乘客更优质的服务体验。

“感觉专车服务更加灵活,也更具人性化,车内比较整洁干净,还准备了纸巾和水给乘客。”就职于北京某银行的白领孟女士告诉记者,自己此前曾经多次预约专车服务,虽然专车比一般出租车收费略高,但可以享受到个性化的优质服务,自己身边的人也有很多选择专车服务。

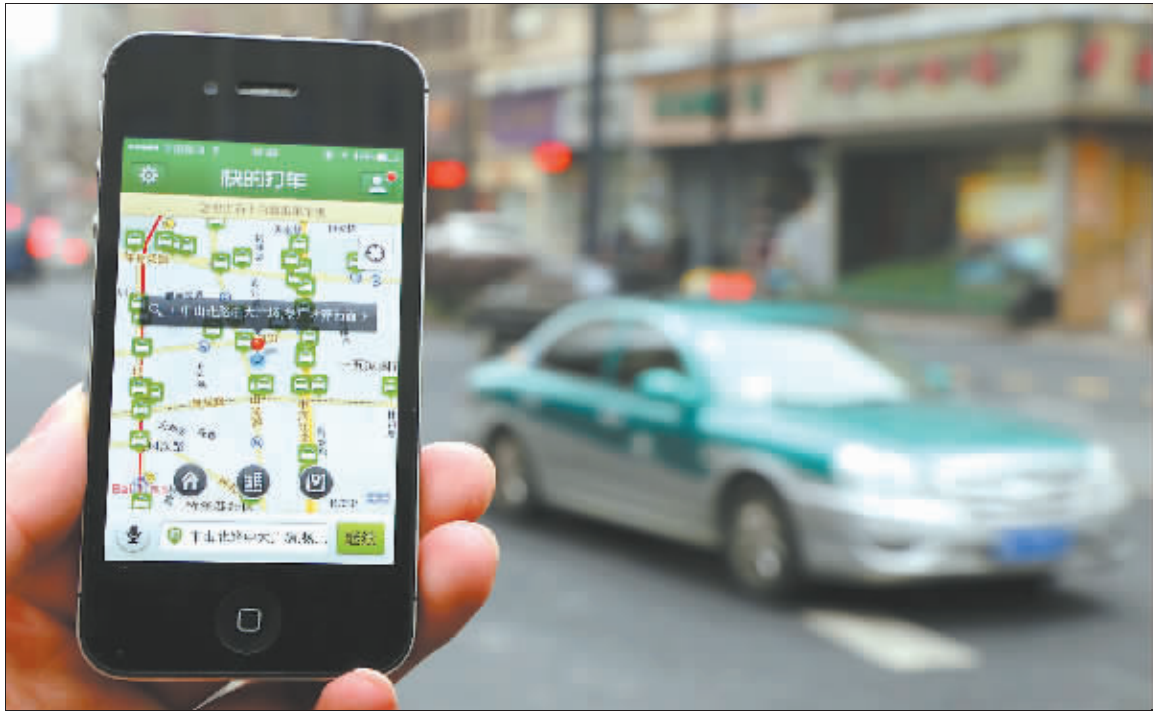
除此之外,孟女士表示,自己认可专车服务的另外一个更重要的原因是其多样化的出行选择可以缓解“打车难”的困境。“对于我们这种经常打车的人来说,至少多了一种打车渠道,尤其是在早晚高峰,打车不再那么难。”记者发现,类似于孟女士这种对专车服务持肯定态度的消费者不在少数。而根据滴滴打车平台数据显示,目前打车用户中对价格不敏感且期待更好服务质量的用户达到20%,中高端、专业的商务车服务已有“拥护群”。

然而,很少有人想到,专车服务竟在今年年初走到了“岔路口”。相关资料显示,包括北京、上海、济南、沈阳、南京、重庆、天津、杭州等十个城市先后叫停了滴滴打车、易到用车、快的打车等公司的专车服务,并把专车定位为“黑车”。

以北京为例,今年1月起,北京市交通执法总队大力打击利用互联网和手机软件从事非法运营的社会车辆。相关负责人表示,目前多个软件提供“专车”服务,实际上就是变相为乘客提供了黑车。

“我们所提供的专车服务的车辆信息和司机的个人信息是完全公开透明的,并且通过第三方支付完成交易,这与黑车有着根本的区别,黑车没有任何组织和系统化管理,信息和交付的方式也是不透明的,没有办法实现监管。”滴滴打车副总裁朱广平在接受本报记者采访时表示,目前专车服务由于信息的公开透明,且依托网络信息服务平台和大数据技术,非常易于监管,甚至比出租车的监管要更精细、方便。

据朱广平介绍,目前滴滴专车主要通过信息服务平台、汽车租赁公司、劳务公司,实现系统化和体系化的管理。“我们的专车来源是汽车租赁公司,司机队伍来自劳务公司,同时要接受我们的培训和考核,有了专车和司机,通过信息服务平台和有特定需求的乘客产生联系。”



专车服务引发舆论风波。东方IC供图

### 专车有无营运资质?

日前,交通运输部发布信息表示,当前的专车业务对满足运输市场高品质、多样化、差异性需求具有积极作用,是新时期跨越出租车与汽车租赁传统界限的创新服务模式。专车软件公司应当遵循运输市场规则,禁止私家车接入平台参与经营,让使用“专车”服务的乘客更加安心、放心地出行,这也让专车服务在遭遇“黑车式”叫停后重新看到一线转圜的曙光。

然而,即便在获得“创新服务模式”表态、积极作用得到肯定的情况下,关于专车是否具有营运资质,是否合法的问题依旧不明朗。

据了解,目前国内对出租车行业实施许可制,提供出租车服务车辆及驾驶员的运营资质须得到专门行政许可。

那么,目前市场上的专车服务到底有没有营运资质呢?

朱广平表示,目前专车运营公司主要通过租赁公司审核车辆,专车运营公司审核司机来完成相关审核。他说:“我们对车辆和司机是两个审核系统,车辆由正规租赁公司提供,对司机的审核由我们代劳务公司审核,审核的过程包括培训、考核,确认资格以及每个月实行10%末位淘汰等。”

然而,中国道路运输协会副会长兼秘书长王丽梅表示,在我国,不管是营运车辆还是司机都应该具备营运资质,决定是否有营运资质的审核方只能是政府和交通主管部门,而非其他。

王丽梅告诉记者,当下交通服务领域,新的消费需求不断出现,整个行业需要进行转型升级,顺应市场变化,这是整个行业的使命,也是应该深入研究的。“在这种情况下,也应该出现新的服务形式,但核心问题是这种服务形式必须合法。”

另外,交通运输部提出了“禁止私家车接入专车平台”的规定,这意味着专车必须是“租赁车辆”,那么,作为专车来源的汽车租赁公司又能否做到与私家车“绝缘”呢?

资料显示,去年北京交通执法部门查到47辆“专车”,全部为私家车。

国内汽车租赁专家张国宇曾表示,由于当前国内汽车租赁行业的门槛较低,缺乏严格的准入机制,行业内出现鱼龙混杂的局面。一个典型的表现是规模大的企业数量较少,绝大多数都是“作坊式”的小型租赁企业。

# 我国通用航空面临“潜力大、瓶颈多”挑战

据新华社电(记者钱春弦)北京10日直升机救援停机坪在国贸三期顶层启用,有关单位强调这并不意味着低空空域开放。这是我国通用航空“潜力大、瓶颈多”的一个缩影。

中国航空运输协会副理事长吴桐水1月11日说,一方面,就像发达国家一样,经济发展带来我国城市管理模式、消费结构升级,包括救援、执勤、商务等城市出行方式有从汽车转向通用飞机的趋势;企业和个人汽车拥有量在中、大城市已近饱和,地面交通拥堵日益严重,使用通用航空器公务飞行、私人飞行的需求十分迫切。另一方面,使用通用航空飞行,面临低空空域资源限制,通用飞机制造水平不高、基础设施保障能力滞后的挑战。

他在中国航空运输协会通用航空分会工作会议上说,随着我国经济转型和结构调整,内涵式增长驱动的产业升级要求各行各业不断依靠技术进步,提高生产力。社会对通用航

空的潜在需求逐渐变为现实需要,为通用航空发展创造了广阔市场空间。

2013年,国务院常务会议决定再次修订政府核准的投资项目目录,向地方全部或部分下放通用机场等项目核准权限;全国低空空域管理改革工作会议强调最大限度盘活低空空域资源。中国民航局已启动“十三五”通用航空发展规划编制工作。新修订的《通用航空经营许可管理规定》也计划今年出台,“先证后照”将改为“先照后证”,我国通用航空发展空间逐步打开,一系列“瓶颈”随之显现。

吴桐水说,在低空空域资源有待进一步释放之外,制约我国通用航空的瓶颈还有很多,从机场密度看,美国每万平方公里国土面积拥有通用机场数量21个,我国仅0.4个。从飞机拥有量看,我国通用航空器约为美国的0.6%,巴西的10%。同时我国通用航空制造能力有限,年产量不足百架。特别是法律法规建设及飞行员人才培养方面,亟待全面提升,以打破瓶颈来释放潜力。