

深一度 浙江新闻名专栏

资讯速览

上交所研究设立“战略新兴产业板”

上海证券交易所总经理黄红元23日在此间举行的“第四届北外滩财富与文化论坛”上表示,正研究在上交所设立战略新兴产业板,以进一步提升本土资本市场服务新兴产业企业的功能。

黄红元介绍,上交所正研究论证并计划推出“战略新兴产业板”,这个为新兴产业“量身定做”的市场板块,要特别提示风险、关注投资者适当性,还应该具备三个鲜明特征。

一是产业集聚,主要服务那些能够改变传统经济运行方式,对我国经济持续增长具有重大战略意义的新兴产业企业;二是定位明确,主要服务已跨越创业期、进入快速成长阶段、规模较大、在细分行业领域占据龙头地位的战略新兴产业;三是包容性强,适应新兴产业企业在商业模式、盈利模式、研发投入、组织架构、公司治理等方面的独特性,在上市条件、交易机制、监管制度等方面作出与现行板块有差异的安排。

(据新华社)

四大行下调 第三方快捷支付额度 单笔支付降至5千元起

一些习惯用第三方支付“快捷支付”功能的用户发现,近期工、农、中、建四大行纷纷下调了快捷支付限额,部分银行的储蓄卡快捷支付限额下调至单笔5千元、每月5万元。

记者随后通过银行客服热线了解到,工行、农行、中行、建行近期确实对第三方支付快捷支付额度进行了调整。中国建设银行的电话客服向记者表示,建行在3月22日刚刚下调了储蓄卡快捷支付限额,调整后的额度为单笔5千元、每月5万元。中国工商银行的电话客服表示,工行在2月份已经将储蓄卡快捷支付限额调整至单笔5千元、每月5万元。

据了解,中国银行、中国农业银行的储蓄卡第三方支付快捷支付额度,近期已调整至单笔最高1万元。中国银行的电话客服表示,下调额度主要是考虑到防控支付风险。

(据新华社)

这两天,第21届宁波国际汽车博览会正在火热上演,与往届相比,80后、90后已成为市场稳定的购买群体。这一趋势对汽车生产和销售的影响将逐渐显现。可以预见,今后市场上的汽车会更加时尚,配置更加高端,而围绕汽车销售的各项服务也会越来越丰富——

“年轻购买”引领车市求变

本报记者 张正伟

购买主体“年轻化”

本届车博会2号馆是奔驰、奥迪和凯迪拉克的展区。昨天下午,记者看到许多女生把一款“都敏俊的座驾”奔驰车围得水泄不通,拍照、试乘,不亦乐乎。

“这款菱志V5不错,外观时尚,价格和网上差不多,就买它吧。”在市区一家企业上班的25岁小伙和女朋友看中一款新车,稍微商议就下了订单。

今年的车博会上,80末、90后年轻人成为逛展、购车的主体。奥迪去年就发现了这一市场趋势,特地组织了一批针对这一群体的新车参展,现场效果不错。“好多人围着30万至50万元之间的A4、A6和Q3、Q5车型咨询,下订单的也不少。”奥迪展区负责人告诉记者,这些年轻人或为二十四五岁的大学毕业生,或为30岁左右的成功人士,他们对时尚、新颖的车有一种天然的亲近感。

在7号馆,记者碰到25岁的王志。他是武汉人,在高新区一家企业上班3年了,这次特意和女朋友来观展,准备买一辆15万元左右的车。“现在房价居高不下,买房显得那么遥远,但汽车价格却在购买能力范围内。”王志说,有了车可以旅行,送女朋友上班,也算在异乡打拼的一种回报。

为了不同的生活理想,年轻人走到了车博会这一共同的平台。康达汽车经销商告诉记者,今年展会来购车的多为90后购车族,“他们中许多是刚学车,买个10几万元的练手。”帝豪经销商介绍说,今年顾客“两极分化”了,一部分是以70、80为主的



图为车博会实景。

(李岩宏 摄)

中年群体,“他们购车理性,讲求实用”,一部分是90后年轻人,他们时尚、超前,对购买汽车有独到理念。

车博会组委会对这一变化早有预料,特地针对这一群体组织了丰富的活动。“车博会已不只是简单的品车,赏车和购车场所,而是努力提供新的生活方式。”据介绍,本次车博会同期举办首届车博会风尚音乐节,邀请了知名乐队、“我爱记歌词”超级唱唱表演和电台明星主持脱口秀等活动。

新理念助推产业转型

吉利汽车的车型一直给人四平八稳的感觉,但在今年车博会上,他们的越

野车推出了GX7、SX7两款新车型,新金刚、新海景也给人耳目一新。“今年5月18日,全新EC7将闪亮上市。”现场销售经理告诉记者,随着年轻群体逐渐成为购买主力,公司正在对设计、生产和销售的模式进行“一条龙”创新。

年轻人购车特别注重汽车的外形、性能,因而,本次参展的不少汽车品牌对设计和配置进行了大刀阔斧的改革。

记者发现,三菱翼神和V5菱志,外观上变得更加酷炫,内部空间也增大不少,据说是为车主后续自我装饰留下空间。吉利新款EC7的外观变得更加活泼、生动,内部空间加大了降噪、环保改进。在配置上,参展的汽车品牌几乎

都针对年轻人需求,采用了高配。尤其是一些合资品牌,利用国外先进制造工艺,对国内生产的汽车安装了进口发动机和变速箱。

在营销方法上,不少参展商也在根据年轻人生活理念更新换代。奥迪、大众等针对时下流行的移动消费潮流,在现场推出刷二维码有奖、加好友送礼等活动。作为高档车的代表,宾利则推出电商促销新模式,通过微信平台,开展高端商品联合营销。

车市发展后劲较足

“第一天15个,第二天35个,第三天40个,消费者的订单还是比较积极的。”一展销商告诉记者,年后就能有如此的业绩,说明现在的需求还是充足的。

虽然三月车展只是全年车市的探路,但从车博会现场反馈的信息,今年车市有望启稳回升。

东风日产新宝骏全国首发、斯巴鲁力狮上市发布会、东南三菱TURBO宁波见面会……日系汽车从去年下半年企稳回升,从今年展会现场活动可以看出,日系汽车将在今年继续保持这一良好趋势。“日系车时尚、新颖,特别受年轻人欢迎,它的回暖将有力带动整个车市。”业内人士向记者透露,日系车带动的整体创新已经显现。这一点,从今年展会的规模也可见一斑。这两天,宁波国际会展中心8大展馆满馆展出,总展出面积近8万平方米,以整车为主体,汽车用品、汽车金融与保险等汽车行业相互配合,吸引了国内外汽车品牌、消费者和爱好者纷至沓来。据介绍,今年车博会聚集了国内外十几个国家和地区的近百个主流汽车品牌,400余款车型。

延伸阅读

今年车市 利好因素不断

据中国汽车工业协会统计,2013年全国乘用车产销分别完成1808.52万辆和1792.89万辆,比上年分别增长16.5%和15.7%。2014年中国车市有望延续这一增长势头。

从2013年汽车各个细分市场销售的情况来看,SUV仍旧是今年车市销售最大的增长点。这主要与SUV车型功能多、空间大、通过性好、安全性高等特性相关。2014年部分企业SUV车型大量上市,同时各具特色的SUV新车扩大了消费者的选择空间,再加上原本实力强劲的“老车型”,业内专家预测2014年SUV销量继续保持较高增长。

近年来,雾霾和交通拥堵等现象多发,在节能环保压力急剧加大的情况下,2014年汽车市场节能环保车型的销售前景格外被看好。此外,近年来豪华车价格不断下降,国内消费者购买力持续增长,加上城市限购政策,许多有能力的消费者在购车时直接选择一步到位,今年豪华车市场仍将看好。

据业内专家预测,2014年中国车市销量可保持10%以上的增长。

(张正伟 整理)

明州论坛

靠什么拒绝“黑色GDP”

□罗浩声

GDP,也要痛下决心治污!”公开做出这样的承诺,展示的是一种远见和勇气。四是鲜明地提出了“黑色GDP”的概念,这为科学衡量和客观评价经济社会发展质量提供了新理念、新标准和新视角。

时下,GDP的内涵已众所周知。但什么是“黑色GDP”,许多人恐怕还是比较陌生的。查阅了相关资料,大致可作这样描述:从概念上看,它指的是以牺牲生态环境为代价获得的GDP;从表现形式看,主要是指片面追求经济数据和经济效益,不顾对环境的破坏、对公众健康的损害、对公共资源和财富进行掠夺的行为;从后果看,社会要为之付

出高昂的生态成本、健康成本和人文成本。说白了一句话,“黑色GDP”只是让少数人落了好处,却让多数人吃了亏,它貌似结在GDP大树上的“硕果”,实质是害人的“苦果”、“毒果”,留给社会和后人的是沉重的治理包袱。

既然如此,那么,以往“黑色GDP”在有的地方像臭豆腐一样,闻起来臭,吃起来香呢?个中原因,错综复杂。恐怕既有一时一地所处发展阶段不得不交的“学费”,也有“不认庐山真面目,只缘身在此山中”的无奈,还与一些地方为发展急于求成、“饥不择食”有关。

现在,越来越多的人认识到了“黑色GDP”的危害,并正在采取积极的

行动,这是一件好事。比如,有的地方招商引资设置了准入门槛,有的下力气对落后产能进行了淘汰,有的对生产工艺进行技术改造和提升,等等。对这种不回避矛盾、敢于向“黑色GDP”开刀的勇气和决心,我们理应报以掌声,理应给予更多的支持。

在环境污染形势越来越严峻的今天,污染治理、生态建设已经不是一个简单的环保问题,而是一个民生问题、社会问题、政治问题。如何破解这道难题,对任何一个地方来说,都是非常现实和严峻的考验。为消除日益严重的雾霾污染,最近北京市计划3年内拿出7600亿元资金进行治理。市长王安顺甚至立下军令状,说如果治不好就“提头

来见”(3月17日光明网)。这么大的资金投入,这么出人意料的“盟誓”,是前所未有的,也足见为了此前的发展,我们付出了多么巨大的环境和生态代价。

每个时代都有它自身的特征,使命和责任。拒绝“黑色GDP”,彻底告别“先污染,后治理”的老路,就是我们所处时代应该做出的正确选项。而这,既要靠领导者的清醒,更要靠全社会的觉醒;既要靠思想上的清醒,更要靠行动上的坚定;既要靠法规、制度和制度的监督等方面的“他律”,更要靠地方政府和企业的自律;既要靠点上的“重拳出击”,更要靠面上的标本兼治。唯其如此,GDP才会成为造福于民的“绿色财富”!

低价药去哪儿了?

□谢庆富

近日,家住长沙城南的张女士脸上皮肤过敏,到楼下药房买维E。一问价格,每盒120元。“这是进口药,效果很好!也有国产的,60多元一盒,不过效果没有这好!”药剂师说。张女士跑了韶山路上好几个药房,都没有找到基本药物目录中不到10元一盒的维E。像这种低价药失踪的现象并不鲜见。记者在湖南、安徽等地调查发现,一些用于急救或治疗感冒、老年病、结石和风湿等疾病的低价基本药物经常一药难求(3月23日《人民日报》)。

低价基本药物难买,替代药贵出十几倍,已成为一种“明规则”。由于价格过低,药企没有利润甚至还要亏本,因此不愿意生产低价基本药物。另一方面,按照现行药品加成政策,药品在中标价的基础上可以顺价加成10%—15%,也就是说药价越高,医院获得的收入就越高,因此一些医院和医生更愿意给病人开高价药,不愿意开低价基本药物。

既然药企不愿意生产低价基本药物,必然会出现低价药“一药难求”的局面。低价药“玩消失”,造成的直接后果就是,增加了群众的看病负担。对这一情况,国家相关部门是看得见的,并采取了一些应对措施,比如出台药品“限价令”、“降价令”。但一系列药品“限价令”、“降价令”并没有达到抑制药品越来越贵势头目的,相反,还加快了低价基本药物的消失速度。药企应对“限价令”通常有两手:将限价、降价名单里的药品停产,或换种规格、改个名称、加点配方,以新药面目示人,价格却是以前的数倍。因而,公众看见的是这样一种尴尬而又不得不接受的现实:多年来,主管部门推出了多轮药品限价措施,药品却越变越贵。

低价药去哪儿了?有的是真消失了,有的披上“马甲”继续留在市场,但身份有了质的飞跃——价格大大提高了。“限价令”、“降价令”这样的行政命令为什么在药品领域失灵?主要是因为,药品生产领域在某种程度上已经完全市场化,药企不是慈善机构,逐利是其本能和权利。而有些药企中标了国家基本药物,但因为药品价格太低,如果按标准生产连成本都收不回。如此背景下,试图用“限价令”、“降价令”来遏制市场本身的逐利冲动,当然不可能取得预期的成效。

既然药企生产低价基本药物存在亏本情况,那么国家就应该考虑建立补偿机制,通过减免税费等为药企损失兜底。同时,严格审批“新药”,完善国家药品注册制度,不给低价药品改头换面的机会。当然,要真正缓解群众“看病贵”的压力,留住低价药,从根本上讲,还要从体制上下功夫。像改革目前不合理的医药流通管理体制,废除目前医院过度依赖的“以药养医”机制等。

领导干部无故拒缴物业费不是小事

□朱泽军

管管这样的“鸡毛蒜皮”,实在是太有必要。

近些年,笔者在与同事审理涉及物业费纠纷案件时,常听到物业管理人抱怨:有些公务员甚至是有头有面的领导干部,长期无缘无故拒缴物业费。物业公司人员上门催讨,他们摆出一副“朝南坐”的面孔,总有理由一大堆。有的领导干部,有钱买大房子,却就是不肯缴物业费;懂得对物业公司挑刺找茬,却不懂得自己应该讲道理、守法律。

不错,居民拖欠物业费,

是与物业公司的民事纷争,旁人不便多说。但这只是对普通群众而言,对党员干部这个特殊群体来说,另当别论。要看到,党员干部无正当理由拒缴物业费,实际上就是在免费享受物业服务,就是在指其他守规矩居民的油。这种行为“无赖”的行为,虽属少数,但不仅会被居民指指点点,还会给党的形象抹黑,甚至可能造成极其恶劣的“示范效应”,让一些小区的管理因物业费困难而难以维系。

漫谈“群众路线教育实践活动”24

用准确信息破解“谣言恐慌”

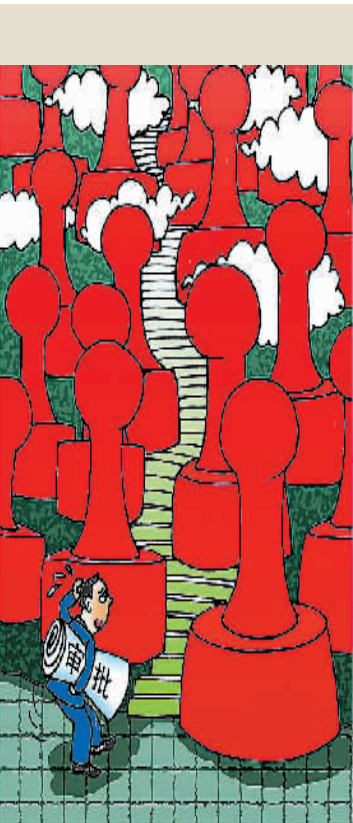
□钟恺鹰

春熙路散逃事件发生后不到三小时内,成都警方迅速通过官方微博及时辟谣,同时出动警力到达现场,使事发现场及周边很快恢复了正常秩序。这表明,在突发事件中,政务微博要充分利用新媒体优势,敢于发声,及时发声,发准声音,遏止谣言进一步扩散,消除群众恐慌情绪。

其次,媒体应把发布准确信息当

做日常工作。新媒体迅速发展,促使传统媒体不断追求信息发布的时效性。这本来是好事,但由于过分追求快,也使部分传统媒体丧失了原本的优势,即发布信息的准确性。倘若信息不准确,信息发布越快,会让公众越混乱。所以面对突发事件,媒体应科学把握时效性与真实性的关系,不能误导群众。

笔者以为,针对各类谣言,只要政府和媒体行动及时,尽可能在第一时间发布准确信息,谣言的寿命就不会长久,谣言带来的恐慌就会很快烟消云散。而这样的经历多了,民众才会变得越来越理性。



路漫漫

李景山 绘