

# 当奢侈品不再奢侈

■张慧中

## 时事聚焦

奢侈品生意不好做了。贝恩咨询公司的报告显示,2016年个人奢侈品消费同比下跌了1%,成了除游艇、喷气机外,全球奢侈品市场表现最差的领域。“未来几年,全球奢侈品行业的增速,将由近几十年的年均8%—10%,降至2%—5%的区间。”来自行业协会的调查预测,揭示了奢侈品市场可能面临的严峻挑战。

近年来,为了提高品牌认知度、提振销量,奢侈品市场经营一直在走亲民路线。去年,各大奢侈品牌纷纷改

走休闲风,仅球鞋一项就为该行业带来了30亿欧元的收入。此外,奢侈品大打数字化战略牌,利用社交媒体平台推广商品,奢侈品集团LVMH还计划在明年6月推出电商平台。“当前消费者接触的介质可能先是手机,然后是电商,奢侈品牌要做好准备。”随着零售格局的变化,尽管还有对假货的担心,但试水线上渠道,已不再为众多奢侈品牌所排斥。

人们对奢侈品的追求,是在消费主义的助推下出现并不断膨胀的。在《消费社会》一书中,作者鲍德里亚认为,消费行为在现代社会对于人们具有了新的意义,可以代表一个人的地位与身份。比如曾为欧洲多国皇室所

推崇的英国韦奇伍德瓷器,于19世纪40年代前后转变产品定位,面向更广泛人群,令大批心仪皇家品质瓷器的消费者蜂拥而至。如今,奢侈品行业不断向商品属性“低头”,用降价、雇佣“网红”等方式,比以往更急切地拥抱消费者,在很大程度上,也折射消费者的消费理性在增加,让奢侈品开始寻求新的市场、面向更广大人群。

如果拉近扫描,奢侈品牌也总是与市场相互成就。据贝恩公司2016年统计,拉美、东南亚等地区的奢侈品市场,整体走势维持增长。奢侈品牌在这些国家加大了投放力度。瑞士手表品牌店法穆兰,去年就在缅甸开设了全球第四十四家、也是该国第一家

奢侈品牌手表专卖店。而在一些更为成熟的市场,奢侈品牌推出了定制化、稀缺化等战略。例如芬迪推出了可定制的手提包肩带;百达翡丽则始终控制产量,维持品牌的高端形象。可以说,随着消费需求的日益多元与个性化,奢侈品牌仍需不断寻找更符合市场消费需求的形象定位。说到底,面对商业世界的悄然转变,奢侈品只能选择更大销量和更高溢价这两条路。

“时尚易逝,风格永存”。事实上,奢侈品牌绝不只是因价格高昂而凸显高贵,其价值更多来源于它的稀缺性与高品质。一位业内人士就曾表示,奢侈品诞生的意义在于唯一性,真正的奢侈品是不能用机器大规模生产的。

换句话说,当众多奢侈品牌放低身段、追求规模化生产以获得丰厚利润时,就已然丢弃了自身的“奢侈”属性。从这个意义上说,不管营销战略如何调整,只要实现奢侈品“平常化”的商业思维不变,今天的奢侈品就很可能失去彰显身份稀缺性的定位。

《全球奢侈品行业消费者洞察报告》显示,半数以上的受访者认为某些奢侈品的价格与实际价值不符,八成消费者会因此改变购买行为,一些人会因而选择性价比更高的轻奢品牌、中高档品牌。无论是设计,还是品类,当奢侈品逐渐“走下神坛”,我们或许可以看到背后更多消费理性的成长。(来源:人民日报)

不要轻易扫描不明来源的二维码...



## 安全防范

“我们每天不是在正在扫码,就是在去扫码的路上。”移动互联网的快速发展,带动二维码在百姓生活中的应用和普及。当前,世界上90%的二维码个人用户在中国,我国已成为名副其实的二维码大国。然而,移动网络和二维码应用的快速发展,也带来二维码行业缺乏统一标准和规范,安全状况堪忧等问题。360企业安全研究部高级研究员、首席反诈骗专家裴智勇表示,二维码用肉眼无法区分,加之公众对于二维码普遍缺乏安全防范意识,近期涉及二维码的安全事件有逐步增多的趋势,未来二维码可能成为个人信息安全和通信诈骗新的高发区。

■新华社 徐骏

# 科研经费松绑 激发创新活力

■谭敏

日前,广东省财政厅印发《关于进一步完善省级财政科研项目资金管理政策的实施意见(试行)》(下称《实施意见》),新规允许科研经费开支人员工资,明确参与项目研究的研究生、博士后、访问学者以及项目聘用人员等,均可开支劳务费,并下放差旅会议管理权限,解决科研项目资金管理“过细过死”等问题,加大了对科研人员的激励力度。

应该说,实施意见是在去年出台的中央规定的基础上,结合广东实际,对科研项目资金管理进行的改革和创新。相信随着这一为科研经费“松绑”的实施意见的落实,将大大激发科研人员的创新活力,提高创新效率,为广东创新提供动力。

近年来,随着中国科教兴国战略的实施和建设创新型国家的推进,我们在科研方面的资金投入逐年增加。2017年全国科技工作会议上发布的数据,2016年预计全社会研发投入达15440亿元,占GDP比重为2.1%。在教科文组织发布的《2015年科学报告:面向2030》中,中国的研发投入仅次于美国,居世界第二位,科研人员的数量占全球19%,仅次于欧

盟。应该说,目前中国科研已经走出了经费短缺时代,正是中国科研人员最好的时候。可是,与强大的科研资金投入相比,我们的创新能力还并不够强,创新成果也不够多。在影响创新效率的因素中,科研经费的使用和管理不当,束缚了科研人员的创新活力是重要原因之一。

近年来,科研经费管理一直在收紧与松绑间博弈。“松绑”则容易滋生腐败,近几年科研腐败的违法违纪案不时见诸媒体令人痛心。科研经费未用在刀刃上,而是流失在项目之外;“收紧”则引发争议,科研项目资金管理“过细过死”已成困扰科研人员的一大难题。这些情况在广东的科研机构中也或多或少存在。如何把握好其中的度,既能让科研经费的使用与管理更规范透明,又能化繁为简,减轻科研人员的负担,给他们创造良好的科研环境和科研氛围,激发创新活力,正是实施意见需要着力解决的关键环节。

实施意见中的几大亮点,也正是对现实问题的回应。比如,我国科研经费支出中一直存在重物轻人现象,人员费、劳务费的支出偏低。

而此次允许直接费用中开支人员费,就保障了科研人员的工资性支出。提高人员费用比例,就是承认人才和智力劳动的价值。而取消绩效支出的比例限制,则加大了对科研人员的激励力度。

科技创新中,人是第一要素。事实上,科研经费只有真正投入到科研项目研发以及对科研人员的应有激励上,才能促进科研成果的产出和整体科研水平的提高。实施意见对科研经费的“松绑”,也正是体现出以科研人员为本的原则。比如,在对预算的管理上放宽口径,简化预算编制的科目,下放调剂权限,并建立科研财务助理制度,都是为了把科研人员从“填不完的表格、写不完的论证、搞不完的评审、贴不完的发票”中解放出来,让他们能把有限的精力和全部的热情都投入到科研中来。

一方面在检查评审上“做减法”,另一方面在服务上“做加法”,再通过科研诚信体系的建设来防止资金滥用和失信行为,相信这一系列科研项目资金管理上的改革举措将为广东、广州创新驱动发展战略的实施提供动力,带来活力。(来源:广州日报)

# 旅游禁令既要“最严”更要长远

■李自良 吉哲鹏

尽管坐拥独特人文自然景观,云南旅游却因乱象丛生屡被曝光。尤其是今年以来,女游客丽江被打、丽江古城被国家旅游局再次严重警告、副省长暗访旅游也被强制购物等事情,不仅让游客蒙受损失,也让云南声誉受损。

针对这些乱象,云南省近日出台七方面22条“史上最严禁令”,整顿旅游市场。禁令显示了壮士断腕的勇气,社会各界希望禁令不仅要高高举起狠狠落下,更要尽快出台实施细则、量化惩罚措施,把“最严”变成长远。

旅游业是云南产业链长、参与度高的富民产业。统计显示,2016年云南乡村旅游实现总收入1308亿元,累计直接从业人数45万多人,间接就业80多万人,带动超过20万贫困人口脱贫。管不管得好旅游业,事关云南决战脱贫攻坚、全面建成小康社会的总体进程。

近年来,云南旅游市场整治甚紧而收效不彰,一个重要原因是没有彻底斩断业内官商勾结的利益链条。一些地方旅游主管部门的少数人员

与旅游企业存在特殊利益关系、利用职权设租寻租谋取私利。因而,既然是“史上最严禁令”,就必须坚决剔除旅游业内的“腐肉”,坚决查处旅游行业内商业贿赂案,依法依规严惩胆敢设租寻租的贪腐官员,澄清公平公正的市场竞争环境。

以往云南旅游市场整治效果不佳的另一个原因是旅游业存在部门和地方利益。要从根本上形成长效机制,有关部门和地方必须坚持改革刀刃向内,舍得“割肉”,坚决把取消旅游定点购物场所、行业协会与行政机关完全脱钩等禁令落到实处、坚持到底,还要在政府部门和行业协会之间立起“防火墙”,让市场的归市场,政府的归政府,压缩可能产生权力寻租的模糊地带。

此次云南整顿旅游市场针对的是行业积弊,但诸多痛点、难点在市场之外。要把“史上最严”做成“史上最实”,就不能搞一阵风,必须一手抓反腐、一手抓改革,以风清气正促行业繁荣。(来源:新华社)

# 落实“医药分开”需各方发力

■汤华臻

连日来,北京市医药分开综合改革持续引发舆论关注。这项全国医改之先、切患者之痛、将怎样破解医疗困境,又将如何保证实效性?据透露,此轮医改北京不仅出台了综合改革方案,还制定了18个配套文件,包括门诊预约时间、网络覆盖等多方面诉求均有回应,力度前所未有。

作为民生的重要议题,医疗话题始终牵动人心。就医体验的好坏,大大影响着人民群众的获得感和幸福感。近年来,看病贵、看病难饱受诟病,涉医涉药纠纷常常成为舆论焦点,特别是小病大治、过度医疗更暴露出“以药养医”的诸多弊病。北京此次改革直指这一症结,祭出医疗、医药“三医”联动的大招,要求全属地参与,就是要从根本上解除医院、医生对药品加成的依赖,从体制机制上理顺医药关系。可以预见,当医生不用靠卖药挣钱,技术付出也能得到充分尊重,当患者不用再承担不必要的药费,实现明白白就医消费,必将有助于引导医患关系向好发展。

民有所呼,我有所应。循着问题来,“医药分开”势在必行。同样,改革方案的落地,也要奔着问题去。医药分开,是一项复杂的系统工程,不仅涉及体制机制的再调整,更有各方利益的再分配。正所谓触动利益比触动灵魂还难,把初衷良好的改革做好做到位,除了要拿出壮士断腕的勇气和魄力,更重要的是讲究方法技巧,注重统筹协调。医事服务费提高

了,谁来买单,困难群众能否承受?药价降了,药品质量能否得到保证,监管责任会否“溜肩膀”?显然,这不是各家医院单独可以解决的问题,社保部门、民政部门包括药监部门都得参与进来,各自把自己的任务不折不扣地落实好,实现周密配合、有机对接。大家朝着同一个目标发力,这个“硬骨头”才能被啃下。

改革的目的是更好地实现群众利益,群众的支持决定改革效果乃至改革成败。尤其是医改,与每一位患者息息相关,没有群众的参与,再好的方案也不过是空中楼阁。这其中,相关部门要有意识地创造条件引导公众参与。比如,号召大家非急诊预约门诊,预约挂号的渠道就得便利化,就诊时间就得精确化;再比如,挂号费变医事服务费,医生的服务水平就得真提高,就医体验就得真改善。同样不可忽视的是,享受医疗服务的患者,也要主动积极地配合改革。改革可能是顶层设计,但说到底还是利益相关方自己的事儿。多算算大账、总账、长远账,主动调适就医习惯,转变传统就医观念,最终受益的必然是患者自己。

北京迈出了深化医改的关键一步。“医药分开”并不能解答中国医改的所有困惑,但把这一步走好了、走稳了,将为问诊更多深层次问题凝聚民心、积累智慧。我们相信,坚定不移将医改推向深入,北京必将形成样本效应,为健康中国不断探索出美丽图景。(来源:北京日报)