

世说新语 Shi shuo xin yu

11家试点央企 打造改革“升级版”



新一批11家国有资本投资公司试点中央企业将着力打造改革“升级版”，重点在调整管控模式、优化产业布局、推动机制转换等方面加大工作力度。

一要调整管控模式，加大授权放权力度。二要优化产业布局，提高国资配置效率。通过试点在聚焦主业的基础上推动企业主动作为，该进的进，该退的退。同时，两类公司所出资的企业要加大“混改”力度。三要推动机制转换，激发企业活力。

——国务院国资委新闻发言人 彭华岗

长三角将成为首个“全球区域”



如果说上世纪90年代还是“全球城市”控制着世界城市网络的话，那么进入21世纪后，单打独斗的城市已经没有未来，群落现象将主导未来世界。

“全球区域”已经开始壮大，未来必将替代“全球城市”在世界上发挥统领作用。我国“区域力量”资源丰富，长三角将成为世界首个“全球区域”，但还有一些条件尚未满足。为此，长三角要充分发挥上海的国际竞争力、浙江的民营经济活力和江苏的大型企业动力。

——中国工程院院士 吴志强

技术进步是驱动力 能源转型不可逆转



技术进步是能源转型的最大驱动力，技术进步是可叠加的和不可逆的，所以能源转型也是不可逆的。

怎么判断未来30年中国的能源结构，我以为最大的可能可以用三句话来总结：跨越不了的煤炭时代，进入不了的油气时代，引领世界的可再生能源时代。具体而言，最好的结构将是“煤炭35%+油气35%+非化石30%”的结构。

——民德研究院院长 陈卫东

锐度 话题

对涨价千元的酒店 不能坐视不管



因为春节旅游高峰，广西桂林阳朔的酒店价格也上涨几百元至千余元不等，而且很多房源紧张。酒店预订平台信息显示，2月8日大年初四晚的入住价格动辄千元以上。其中一家邻近阳朔西街的酒店双床房房间，8日晚入住的价格达到了1500多元，而到了2月12日大年初八，价格便回落至500余元。(2月9日《中国青年报》)

春节期间，是旅游高峰期，加上用工成本相对较高，景区客房适当地涨价是情理之中，但一个客房一晚涨千元给人趁火打劫的感觉。毕竟游客到了旅游地，当天回去已经不太可能了，就是再贵也得住下来，没有了讨价还价的余地。

对于一晚一个房间涨价千元的问题，阳朔有关部门解释说，“酒店定价是市场行为，政府部门没有办法进行干涉，只要酒店明码标价就不涉嫌违规。”这表面上听起来有点道理，其实也是一种不作为。市场行为不等于任性涨价，也不只是明码标价就行了。实际上，不管是什么样的宾馆、饭店，什么样的档次就有什么样的价格标准。这些宾馆、饭店、酒楼的收费标准，物价部门应该核准过，不管是旅游旺季还是淡季，不管是旅游城市还是普通城市，商家只要按物价部门核准的价格执行就行了。商家如果超出了核准的标准，那就是违规，超出了一定的比例就是宰客。有关部门必须给予纠正，并进行适当的处罚。

春节旅游高峰期，各地应该做好预案，特别是对旅游饭店依法经营、明码标价、政府指导价等做出明确的要求，从而保障旅游市场秩序，维护市民游客合法权益。

市场行为不等于任性涨价，也不只是明码标价就行了，超出了一定的比例就是宰客。有关部门必须给予纠正，并进行适当的处罚

当然，这个“政府指导价”必须与实际相符，不能超过平时的政府物价部门核定的价格。这个价格既要符合游客的利益，又要防止商家有空子可钻。作为一个负责任的政府部门，如果有作为、想作为，就应该对本市的食宿价格严格核准，并向社会公开，并监督执行，对乱收费、乱涨价的行为必须严肃处理。

各地价格主管部门要加强市场价格监测，密切跟踪旅游等服务市场和价格变化，及时发现苗头性、倾向性、潜在性问题并迅速预警，严厉打击操纵市场价格、哄抬价格、串通涨价等违法行为，规范市场价格秩序，维护良好市场环境。当然，作为游客，应该在出门旅游之前，应该在网上预订好客房，防止到了旅游地后订房而被宰。当然，在被宰后，应该及时向有关部门举报，维护自己的合法权益。

(胡建兵)

网红食品需严守安全线

最近几年，网红食品大行其道。为了买到一杯奶茶、一块蛋糕，人们愿意花上几个小时排队，甚至出高价从“黄牛”手中拿货，拿到美食后，再拍照上传到社交平台“打卡”……这已经成为时下许多年轻人的饮食新时尚。

网红食品走红，一定程度上满足了人们不断变化的新消费需求，体现了商家在激烈市场竞争中的创新精神，值得鼓励。但必须注意到的是，部分商家在追求利益的同时无视食品安全问题，一些网红食品借助网络平台隐蔽销售，游离于监管体系之外，存在较大的安全隐患。从网红饮料“哇哇潮饮”被查处，到热销的“三只松鼠”开心果产品被查出霉菌超标，再到网红餐饮店“一笼小确幸”发生食品中毒事件，网红食品质量问题频发，令人忧心。

如何让网红食品“红”得健康、“红”得长久？各方需形成合力。2018年1月1日，《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》正式实施，走出了规范网络餐饮服务经营行为、保证餐饮食品安全的关键一步。监管部门要加强对网红食品的监管，对违法违规行为零容忍，警惕某些“黑作坊”摇身变为“网红明星”，切实保障消费者的权益。同时，商家也要严守职业道德，真正认识到质量才是长久经营之道，从源头把好关、守好门，让消费者吃得好、吃得健康。

民以食为天，食以安为先。食品安全问题关乎人民群众的身体和生命安全。严守安全“红线”，让网红食品成为“真金”网红而非“镀金”，才是正道。(李嘉宝)

求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其源泉。

春节“悦己型消费”兴起

春节期间，消费升温。新华社记者采访发现，消费者更愿意在最大能力范围内取悦自我，“悦己型消费”商机暗涌。苏州白领叶少波海淘了名牌限量版香水作为春节礼物。因为“它们能代表我的兴趣爱好”。

啥叫“悦己型消费”，说白了就是以取悦自己为目的的消费行为。某电商平台发布的《2019年中国年货消费报告》就显示，品质取代价格成为年货消费首选因素，以取悦自我为追求的“悦己型消费”，更加注重新颖、个性，更加强调品牌和自我，这些正是消费提质的主要特征。

春节、“年货”消费的这种特点虽然有其特殊性，但也代表着整个消费趋势的巨大变化。从粮票、油票、布票，到排队买猪肉、买豆腐，再到站在柜台前“望穿秋水”的百货商店……春节消费折射了时代变迁，也刷新和丰富着“新消费哲学”。这不单单是人们消费观念的演变进化，更是社会进步的体现。

说到底，没钱没物，“还要啥自行车”，还谈什么“悦己型消费”？只有商品和服务供应极大丰富，市场产品多姿多彩，人们才有“挑三拣四”的余地。

“悦己型消费”代表的消费新风向，对下一步刺激消费、拉动内需和促进生产及市场流通都不无启示。接下来，有关各方不妨顺势而为，加强对“悦己型消费”的引导和培育，继续丰富人们的消费生活。(徐建辉)

神州宝沃社区卖车尚欠火候

<<上接A1版

不过，至少在伟东新都及周边，经济导报记者未能发现任何一个上述愿景描述的汽车网点。除了神州租车的这个，其他多为汽修厂，甚至连一个从事汽车销售的经销商都没有。

不光在济南，经济导报记者也未发现汽车销售网点能在居民社区立足的成功案例。

有观点认为，相对于传统的4S店的“大店”模式，精简某个销售网点，使之成为2S甚至1S店都是可行的，但前提是该网点周围形成规模优势，有多个同类网点供消费者对比。显然，像东瀚商业广场这种面向社区服务的商业集群，是不太可能承接单一的汽车销售业态，从而形成规模优势的。

然而，据陆正耀所述，“新

零售”平台网点的特色之一，反而是业态的多元化：“日常的常规保养我们可能会放出去……在所有的维修中心，我们将会提供免费的代步车服务。”如是，未来神州立足社区的网点，可能是“汽修+汽车租赁”的模式，为社区居民提供汽车代步等综合服务。

那汽车又将如何销售？陆正耀认为，汽车行业之所以在2018年出现下行，原因之一便是消费者的决策负担太重。而解决之道，则是基于社区网点的“深度试驾”服务、基于线上金融产品的“零首付购车”服务，以及基于神州庞大的汽车共享网络的“90天无理由退车”等服务。

汽车销售必须依赖店面吗？济南资深汽车行业观察人士房立刚如是向经济导报记者分析“新

零售”模式：“一个网点，几辆共享汽车，一个服务人员；可以租车代步，可以推荐金融产品。顾客如果考虑好了想买，定好款式来网点提货就好了。”

他认为，像东瀚商业广场这样深入社区的精简网点，未来完全可以销售汽车。

多重因素制约

如上所述，“新零售”的试水之作，只是一个年销量仅3万余辆的冷门汽车品牌；而目前宝沃沃实打实收获的，也只是通过网约车、租车带来的“曝光率”。经济导报记者采访发现，神州优品在落实“新零售”方面，还有很多工作要做。

尽管招商“易拉宝”已经整

起，但槐荫区第二停车场服务点的工作人员却并不了解具体的加盟政策：“具体业务建议去‘神州买车’咨询。”

2018年上半年，神州买买车(神州优品旗下四大板块之一)在工业北路上还设有一个实体店。但2月2日经济导报记者再次造访时，发现济南的店面已“降格”为设在海宁皮革城停车场的网点，工作人员也从宽敞的实体店搬到了拥挤的集装箱内办公。而在该网点，经济导报记者甚至未发现一辆宝沃汽车。

此外，据山东省内一些宝沃汽车经销商反映，直到2月11日，神州优品方面尚未与他们正式沟通，而这也与“新零售”平台“并不是要抛弃经销商，而是要赋能经销商，帮助他们挣钱”的

愿景相违背。

如是看来，租售板块间缺乏联动、人员储备的单薄、与合作伙伴沟通的不及时，这些都制约着宝沃未来在“新零售”平台上的表现，2019年的销售也不太可能打个“翻身仗”。

不过，既为试水，宝沃汽车一时的销量自然无法成为评价“新零售”模式成败的唯一依据。业内看重的，是神州优品通过这种模式给整个行业带来的“新东西”。

除了上述尚待实现的愿景，“新零售”还能有哪些“新东西”？“目前汽车品牌‘宣发’已进入瓶颈期，网络等媒体受众群早已固定，神州优车的用户则是全新受众。哪个品牌能把握住这个群体，就能为自身销售带来新动能。”济南某汽车经销商表示。

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司债权债务处置公告

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司拟对青岛金华汽车维修检测设备制造有限公司共1户债权进行处置。截至2018年12月31日，该债权总额为7554.77万元。债务人位于青岛市莱西市，该债权由金景善、孙玉梅、金磊、于雅慧、青岛金华工业集团有限公司提供保证担保、青岛金华汽车维修检测设备制造有限公司以其位于莱西市姜山镇的土地、房产提供抵押担保。公告有效期：22天。受理征询或异议有效期：22天，如对本次处置有任

何疑问或异议请与山东省分公司联系。

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司分公司拟对青岛国运集团经贸有限公司项目债权进行处置。截至2018年12月31日，该债权总额为1531.83万元。债务人位于住所地青岛市李沧区夏庄路128号，该债权由青岛国农金蒜生物保健科技有限公司、国运集团有限公司、山东国运工艺有限公司、姜丰寿、王云兰提供担保，以山东国运工艺有限公司所有的工业房产、工业土地提供

抵押，坐落于曹县青岗办事处牛楼村。公告有效期：15天。受理征询或异议有效期：15天，如对本次处置有任何疑问或异议请与山东省分公司联系。

中国信达资产管理股份有限公司山东分公司拟对德州晶华药用玻璃有限公司共1户债权进行处置。截至2018年12月31日，该债权总额为1806.23万元。债务人位于德州市，该债权由古贝春集团有限公司、蔡红光、张红梅、何军、魏荣芝提供保证担保。公告有效期：15天。受理征询或异议

有效期：15天，如对本次处置有任何疑问或异议请与山东省分公司联系。

以上债权的交易对象为法人、自然人、其他组织，但国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员、国有企业债务人管理层以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人，以及参与不良债权转让的资产公司工作人员、国企债务人或者受托资产评估机构

负责人员等有近亲属关系的人员不得购买或变相购买该资产。

特别提示：以下资产信息仅供参考，信达公司不对其承担任何法律责任。

联系人：李经理，联系电话：0532-68612750

电子邮件：lihoulin@cinda.com.cn

分公司地址：济南市经三路293号

对排斥、阻挠征询或异议的举报电话：信达山东省分公司：0531-

87080335;财政部驻山东省财政监察专员办事处：0531-86063055，李先生。

对排斥、阻挠征询或异议的举报电话：dingtianwen@cinda.com.cn

特别提示：以上资产信息仅供参考，信达公司不对其承担任何法律责任。该债权的有关情况请查阅我公司网站，网址www.cinda.com.cn。

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司 2019年2月11日