

世说新语 Shi shuo xin yu

二手车交易平台不能既当运动员又当裁判员

需要注意的是，在汽车检测平台市场开放、门槛降低，大量检测机构涌现的情况下，包括二手车交易平台自身也在设立汽车检测机构，形成运动员、裁判员、教练员于一体的平台、交易、检测混搭格局，就难免会出现检测虚设现象，会给二手车检测留下太多的隐患和风险。

鉴于此，必须确保二手车交易与检测相分离、交易与平台相分离。交易机构不能自建检测平台，必须通过第三方交易平台来解决检测问题，避免暗箱操作、虚置检测。同时，网络交易平台应不允许发生二手车交易，否则就是违反规定，必须坚决予以处罚。

——中国不良资产行业联盟研究员 谭浩俊

提升保险业职业化水平刻不容缓

改革开放以来，中国保险业一路高歌猛进，保险费率总规模仅次于美国；但发展质量不高，违规现象严重，市场秩序混乱，销售理赔纠纷频发，行业形象不佳，职业素质严重缺失。

一个主要表现就是，保险营销人员职业素质极度缺乏。截至2018年底，全国共有保险兼业代理机构20万余家，保险营销员800多万人，其中90%以上是兼职代办或者临时代办，职业素质无从谈起。

职业化是行业成熟的重要标志，职业化才能创造价值，职业化才能塑造形象，职业化才能赢得信任，职业化才能铸造品牌。因此，提升职业化水平是中国保险业高质量发展的必由之路，刻不容缓。

——中国人保财险调研研究员 胡会武

人均住房面积存在至少20%提升空间



与主要发达经济体相比，中国城镇人均住房面积较小，随着居民收入增长和家庭规模小型化的变化，人均住房面积未来存在至少20%的提升空间。

国际上一般对住房面积统计的口径为使用面积，把2018年中国城镇人均住房建筑面积按照0.7的系数折合为使用面积仅为23.3平方米，明显低于主要发达经济体水平。如果以0.85的系数把各国人均住房面积换算为各国城镇人均住房面积，当前韩国、俄罗斯分别为28.2和27.9平方米，日本为33.1平方米，德国、法国分别为38.6和39.5平方米，美国为66.9平方米。

——恒大集团首席经济学家 任泽平

ETC再好，也不能强买强卖

“不装ETC，排队两行泪”“有了ETC，秒过加优惠”……如今，不论是在高速公路出入口，还是在市区道路电子牌，抑或是在各大银行营业点，都能看到此类广告。

但媒体调查发现，随着ETC用户争夺战进入白热化，一些银行的营销行为开始变味儿——有捆绑销售的，贷款用户不办ETC就不给放款；有拦车推销的，职工穿着带有“稽查”字样的反光背心上路，挨辆车“过筛子”，已经近乎扰民。

ETC进入我国已经十年有余，但一直不温不火。最近之所以高歌猛进，主要是借了政策的东风。从政府工作报告，到相关制度改革，都已明确提出将在两年内基本取消全国高速公路省界收费站。无需停车、电子收费，无疑能够大大提升通行效率。

从另一个角度看，这也意味着一笔潜力巨大的生意。数据显示，目前全国汽车保有量突破2.4亿，但安装ETC的仅有8000多万辆。超过1.5亿辆的“空白地带”，无疑是巨大蛋糕。

一方面，一个车主对应一张银行卡，即便刨去选择移动支付渠道的，用户数量依然可观。另一方面，私家车主具备一定消费能力，ETC设备及绑定的银行卡富有“场景+金融”的想象空间，只要抢到了用户，何愁未来没有消费增长点？

正是基于此类利益考量，各大银行摩拳擦掌，几乎是“全员营销，不分老少”。平心而论，作为市场主体，银行追求营利、追赶风口无可厚非。可问题在于，争抢用户并不意味着生拉硬拽，产品营销也不意味着强买强卖。

且不说上述种种推介行为已让用户心生不快，不少已经办理ETC的用户也满腹牢骚：发货慢、退款难、自动开通扣

款、私自冻结存款。这样那样的霸道行为，给人的观感就是打着便民旗号“薅羊毛”。

先以铺天盖地的宣传、仁瓜俩枣的优惠吸引消费者，一旦对方“上钩”，后续服务体验打折，衍生消费跟上。仔细想想，如此套路是否有似曾相识的感觉？

近些年来，共享单车、网约车等新业态大多采取了类似的发展策略。从过往案例看，这些企业多半是风光一时却输了口碑，还留下一地鸡毛。据报道，顺风起飞的ETC已经带来了相关股票的大涨，其他配套建设正如火如荼。银行的“扰民式营销”是这股热潮的一个缩影，更是一记警钟。

无论何时，优质服务都是提升用户黏性的不二法宝。一头脑发热就不管不顾，无异于砸自己的招牌。稳扎稳打、步步为营，才能真正把好事办好，让大家出行顺畅又顺心。

(夏天)



ETC一些服务看起来周到热情，却暗藏不少“雷区”

市场监管应同步跟进

ETC市场营销硝烟愈浓，不过值得注意的是，其中的“雷区”也不得不防范。

例如所谓的“二合一”卡片，即同时具有ETC记账卡功能和银行储蓄卡或信用卡的金融功能，可用于刷卡消费。ETC卡，就存在极大的被隔窗盗刷风险，相关案例多次被媒体报道。

而在新浪微博上由财经网创建的投票话题“ETC被人隔窗盗刷2000余元”中，有65.6%的网友认为这是“银行ETC存在漏洞”。对此，银行方面当引起重视，既有必要加强技术防范，也应做好相关预警，以规避盗刷给用户造成的损失。

此外，ETC背后还存在另一个潜在的“雷区”，那就是“捆绑消费贷”的出现。有车主反映，在银行用

借记卡办理ETC业务时，被银行强制捆绑了消费贷，且年利率高达百分之十几。然而，银行倘若不顾客户权益，仅靠“套路”与“陷阱”争夺客户，只能是将生意往“死”里做。

归根结底，风潮之下ETC暴露出的“雷区”，不能只靠消费者去“趟雷”“扫雷”。面对其中的乱象，监管部门当及时“亮剑”。

随着运行机制的愈加完善和相关政策的逐步推行，ETC将在各方面不断升级。这也意味着，其操作系统的应用势必更加丰富，各种问题也会随之而来。

对此，市场监管以及相关标准体系更应同步跟进，毕竟功能的拓展唯有在规范中，才能实现共赢。(杨玉龙)

山大路科技街要换科创“新衣”

<<上接A1版

2003年，百脑汇进驻山大路，但在2006年左右，就被转手至济南易柏公司继续经营。2007年，济南易柏斥资将地下一层改建为一所以电子竞技为主导的大型豪华网吧——易柏网络会所，还举办一系列比赛，希望提高知名度。但情况并没有多大改变，2014年变身为淘商汇。淘商汇对百脑汇原先店铺进行O2O改造，腾空三四楼卖场，改为集电商培训、项目培育等为一体的电子商务服务平台，三楼层聚集了美团、百度、糯米等知名电商平台本地化机构，还举办过不少培训和沙龙。不过两年后，“淘商汇”三个字就被摘去，没留一点痕迹。

2011年11月开业的华强电子世界，最初电子产品占到整体业态的90%，但从2012年底开始，华强电子世界开始增加各种复合型

业态：先有了餐饮业，随后电信营业厅、KTV、金融机构、眼镜市场纷纷跟进。华强电子世界东面的赛博，6楼改为新世纪影城，5楼出租做餐饮，此外还有健身房，尝试综合体的模式。

2014年，华强电子世界在数码卖场里打造一个集时尚女装、饰品配饰、文玩字画、珠宝首饰、文体玩具等多种业态的卖场。然而，该卖场租金从交8个月送4个月，再到交7个月送5个月，再到交半年送半年，商铺从大变小，也没有招商商，苦撑一年多草草收场，如今早已不见了踪影，卖场改回了老本行。

济南科技市场二期在2016年也曾进行了一次声势浩大的转型升级。当时，科技市场二期拟改造成人工智能孵化产业园。一楼做无人超市和路演大厅VR体验，二楼是安防产业，三楼是智能家

居体验馆等，不过现在也要“变身”了。

打造科创一条街

“科技市场没有科技含量。”在谈及济南科技市场乃至其代表的整个山大路时，孙元强直言，山大路的未来，就是完成从“产品一条街”到“产业一条街”，从“物流一条街”到“科技一条街”，从商品买卖到进行完整产业生态圈建设的转型升级，从而实现山大路的“智能化”。

同样，在王征看来，济南科技一条街不仅要从事购物体验上转型，也要利用好山东大学这个高校资源。“科技市场一条街应该走产学研的升级转型之路，而不是仅仅停留在卖东西的层面，应该从产品、软件研发，到提供互联网服务转型，再到如今的人工智能、

大数据应用等多元化的服务。”

实际上，从2018年底开始，一场以“城市更新”为主题、以科创为核心的变革正在这里持续上演，即“山大路创新创业一条街”项目。

原百脑汇所在的科苑大厦，经过腾笼换业，变身“城市青年创客中心”。该项目的产业定位，是积极培育众创空间、众创联盟、创业社区等新型科技孵化器，构筑“人才+资本”“科技+资本”“项目+团队”的科技创新模式。充分利用片区教育、科技资源优势，搭建起高校、政府、企业三位一体的创新创业平台，打造科创产业项目孵化器，筑起“政产学研金服用”融通体系……

“下一步，我们计划用3至5年时间，持续激活整个山大路片区科创点，‘点’串联山大中心校区和山大老校，辐射带动周边

科创发展的‘面’。为此孵化的项目寻找合适的区域落地，让山大路科创一条街成为全区科创的‘种子基地’。”济南市山大路街道办事处主任李峰说。

同样，济南科技市场二期经过一段时间的改造，挂出了“山东人工智能产业园”的招牌。园区主导功能为软件和信息服务业、电子商务、物联网、科技研发。项目建成后吸引外来资金，完善本地基础设施建设，促进城市产业链的快速增长。同时，项目的建成将整合人工智能产业不同的分支资源。曾经的“电子卖场”也将实现从产品到产业、从物流到科技、从单一商品买卖到完整生态圈建设的转型升级。

“这就叫腾笼换鸟。”孙元强说，“我希望本土企业、高校、人才，能与全世界一流的企业一道，实现山大路的智能化。”

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司债权处置公告

集团有限公司债权进行处置。截至2019年7月31日，该债权总额为20,020.34万元。债务人位于山东省青岛市市南区，该债权由淮海建设集团有限公司、青岛凯旋地产有限公司、青岛建工集团有限公司、青岛公路建设集团有限公司、季瑛、李淼提供保证担保。公告有效期：30天。受理查询或异议有效期：30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拟对青岛亮青国际贸易有限公司等6户债权资产包进行处置。截至2019年7月31日，该资产包债权总额为31,242.04万元。资产包内债权均位于青岛市。资产包中每户债权的详情情况请具体参见我公司对外网站，网址www.cinda.com.cn。公告有效期：30天。受理查询或异议有效期：30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。

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、良

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。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8月26日