

贾跃亭教训:情怀靠不住,最终靠产品



本报评论员
李晓鹏

现在,贾跃亭放掉乐视网,一心打造超级汽车,也许不失为一件好事。



整整一天,贾跃亭和乐视成了刷屏的话题,无论是之前宣誓一样的公开信《贾跃亭——我会负责到底》,还是营销号炮制的“文学创作”《爆炸:孙正义宣布软银集团出资200亿美元全力投资贾跃亭》,都没有最终的消息令人震动:贾跃亭辞去乐视网董事长职务,退出乐视网董事会,从此不再在乐视网担任任何职务。随即,乐视超级汽车又宣布,贾跃亭将正式出任乐视汽车生态全球董事长一职,与之前的公开信承诺内容相一致。

讲情怀最终要靠产品支撑。从最初的七大生态系统,到今日的资金危机,一心要做汽车梦的贾跃亭从“现象”到“败象”,仅仅用了不到一年的时间,他终于明白,做汽车,不能只靠光鲜亮丽的PPT和模型,这是一个发展超过百年的产业,积淀了太多的文化和技术,不是有了互联网技术,说颠覆就能够颠覆掉的产业。

一个在此之前毫无经验的企业,忽然之间闯入,没有大量的资金投入和核心技术,是无法完成整车制造的,即使是号称已经向汽车领域投入了上百亿资金,但乐视的汽车项目,却并没有一款能跑的量产车下线。除了投资了3亿美元的“法拉第未来”在今年1月

初推出过概念车之外,国内的所谓乐视汽车基地根本没有要开工的模样,也没有看到推出过任何看得着、用得上的产品。

特斯拉的电动汽车为什么能够成功,根本原因在于有自己的核心技术和产品。而乐视的超级汽车,除了PPT和模型,就只剩下贾老板围绕着所谓的“生态”,到处讲情怀,讲故事,陷入到“开发布会——融资——再开发布会——再融资”的循环之中。上百亿的钱,哪怕扔到水里也能听个响,扔到汽车领域,却连个核心技术都看不到。

对于此次乐视危局,网上舆论分成了正反两派。支持“贾布斯”的一派昨有两篇重量级的文章,一篇已经证实为谣言,但乐视方面表示是善意的,不予追究。这是一家位于上海崇明的养生美容公众号,他们决定,由自顾不暇的孙正义投资200亿美元用于拯救大兵“贾布斯”。乐视和软银果然携手了,不过却是一致辟谣。另一篇《今天,他把贾跃亭逼上绝路》则痛骂银行逼债是“落井下石”。但在商言商,讲情怀不能靠忽悠,必须得拿出像样的产品来才能说服投资人,否则,你倒是在那边“追追追追追,追逐我的梦!”投资人却是风

投变“疯投”。

这些年,中国互联网经济获得了蓬勃发展,成为世界上最大的互联网单一市场。在这过程中,资本纷纷涌入,难免带来浮躁的气息。讲故事、讲情怀、讲梦想,就是不讲踏踏实实干活,本本分分做产品。动不动就今天要颠覆谁谁,明天又要颠覆谁谁,谁都希望自己是下一个BAT,却又不肯像BAT那样狠抓内部管理和质量管控。做项目的,急着加一个零就卖给下家,哪里管这项目是生是死,这怎么行?

在这样的氛围中,贾跃亭自己也迷失了,忽悠悠连自己都相信了。七大生态系统,除了卖给孙宏斌的乐视网还能有点现金流以外,个个都是跑冒滴漏。摊子铺得太大,根本收不回来。其实,踏踏实实培育好一个生态系统,至少让乐视能够有造血功能,再做其他也不迟。BAT哪一家不是站稳了核心阵地,才开始扩张的?浮躁造就了贾跃亭的急躁,也造就了乐视的失败。现在,贾跃亭放掉乐视网,一心打造超级汽车,也许不失为一件好事。商海纵横,谁都有跌跤的时候,就看能不能吸取教训,东山再起。

分享经济,不能再用旧办法管制新业态



本报评论员
魏英杰

《若干意见》的适时发布,既是市场主体不断发挥主动性和创造性的结果,也是政府遵循市场规律、拥抱市场变化的表现。



前两天,有一份文件颇为低调地发布了,但在业界却激起不小的波澜。这就是国家发改委等八部门联合印发的《关于促进分享经济发展的指导性意见》。

和网约车细则不一样,这份文件在公众层面似乎没有受到必要关注。而实际上,这份文件的重要性远非网约车细则等具体规范所能比。

这份文件重在分享经济进行定调,对政策制定与行业监管提出要求。文件从根本上改变了过去对分享经济的种种偏见,高度肯定分享经济对落实创新驱动发展战略、促进大众创业万众创新以及培育经济发展新动能的重要意义,以及在化解过剩产能、带动社会就业方面发挥了“生力军”的重要作用。

更重要的是,文件指出,不能再“旧办法管制新业态”,明确提出“鼓励创新、包容审慎”的行业发展与监管原则。也就是,对分享经济以鼓励创新为主,在监管上则以包容审

慎为原则。这和此前一些地方出台的分享经济行业管理办法,在理念和措施上截然不同。

例如,一些地方要求进入网约车平台的驾驶员要具有本地户籍,车辆要有本地牌照,对车辆的规格、价格也作出详细规定。放在今天,这肯定不符合《指导意见》的精神。《指导意见》明确规定,对分享经济要进一步取消或放宽资源提供者市场准入条件限制。对于监管部门,则要求审慎出台新的市场准入政策,拟出台各项市场准入、监管措施,必须事先公开征求公众意见,提高政策透明度。这标志着,分享经济已经迎来了值得期待的行业发展机遇。

回想起来,五年前许多人还不知道什么叫滴滴打车,两年前许多人也还不懂什么叫共享单车,但如今,人们对形形色色的分享经济模式,都已经见怪不怪了。

就在昨天,又一个重磅消息传来,ofo小黄车宣布完成超过7亿美元新一轮融资,由阿里巴巴

等领投。ofo小黄车宣布,到2017年底计划投放2000万辆车,服务全球200个城市,进入20个国家和地区。而这家公司成立不过两年时间。

政策上的开放与鼓励,有利于解决当下分享经济遭遇的一些瓶颈问题。比如,和滴滴打车同样成立于2012年的小猪短租,这些年来也在不断发展,但由于进入的民宿行业,既与传统旅馆业存在相似之处又有区别。如果按照旅馆业的特种行业管理办法,难免会碰到许多政策困境。而《指导意见》发布后,这种用“旧办法管制新业态”的问题就有望获得解决。

当下,各种分享经济模式越来越成为人们不可或缺的消费平台。数据显示,2016年中国分享经济规模达3.45万亿元。《若干意见》的适时发布,既是市场主体不断发挥主动性和创造性的结果,也是政府遵循市场规律、拥抱市场变化的表现。相信国内分享经济将迎来新的行业爆发期,为中国经济发展贡献新亮点。

劣质环评报告,更该追问产生的原因



本报评论员
高路

这些低级错误频繁出现在各地环保部门对环评机构的通报批评中,都是独立性不足的体现。



浙江省环保厅通报2016年度环境影响评价机构考核情况,包括省内43家,省外3家环评机构。在此次考核中,有5家环评机构获得优秀,24家考核良好,17家考核合格。6份较差(质量不合格)环评文件连同作出评测的机构一起被张榜公告。

这6份被点名的较差环评文件之所以引来关注,原因在于这些劣质报告有多不堪。这6家都是专业的环评机构,诸如废气排放标准执行错误、无定量分析、无具体的处置措施这样的低级错误出现在报告中,一句扯漏、失职恐怕很难说服公众。由于细节有限,我们还不知道导致这些问题出现的原因到底是什么,是环评机构的失职?能力有限?还是故意为之?但无疑,环评报告不能如实地评测可能产生的环境问题,最直接的受益者是项目本身。

环评机构之于环保事业的重要性就像会

计师之于社会经济活动、监理单位之于建筑行业。环评机构做假,就相当于给污染企业开绿灯,在监管部门审批环节,环评报告是一个重要的参考标准。一个独立的第三方,不是可有可无的角色,而是把关者,一份环评报告某种程度上说几乎就等同于企业的准生证。

正因为这个角色非常重要,所以它也屡屡成为各种问题滋生的温床。一些环评机构原本就是环保部门的下属单位,本身就顶着“红顶中介”的帽子,这几年改革以后脱了钩,但与原属单位仍有着千丝万缕的联系。一些地方政府出于政绩的需要,或多或少地干预环评机构的运作,施加影响以作出有利于地方诉求的报告。一些企业为了在环评中蒙混过关,搞利益输送,选择对自己有利的环评结论和环评机构,“同穿一条裤子”的现象屡有发生。

环评机构的独立性面临挑战,也正因为身

为第三方机构,却不具备对等的独立性,出了问题以后,对环评机构的独立性公正性也常成为争议的焦点。环评报告中污染防治措施可行性分析不足、污染源强核查不准、大气监测布点不科学、引用标准不当、结论重大笔误……这些低级错误频繁出现在各地环保部门对环评机构的通报批评中,都是独立性不足的体现。

社会机制正常运转的关键在于互相制约互相监督。环评机构在给别人评价的同时,自己也得接受社会的专业评测。企业受评测的是污染,而环评机构受评测的则是自己的信誉。当监管还不足以防止漏洞时,不妨引入公众、同行、利益相关方、甚至是反对方的参与。而对于一份明显存在问题的报告,也要查一查背后的利益联系、腐败问题,不正常的现象背后常常有着很正常的逻辑,有利益关系,当然立场也不可能公正。