



QILU EVENING NEWS

齐鲁晚报

www.qilwb.com.cn

本报地址  
济南冻源大街2号

邮编  
250014

传真 (0531)  
86993336 86991208

报纸发行 (0531)  
85196329 85196361

报纸广告 (0531)  
82963166 82963188 82963199

差错投诉  
96706

发行投诉 (0531)  
85196528

邮政投递投诉  
11185

即时互动平台



“壹点”官方APP



新浪官方微博  
weibo.com/qilwb



齐鲁晚报微信  
qiluwanbao002

# 让市场逼着运营商“薄利多销”

要想让普通用户敢消费,还是得让电信企业感受到足够的压力,让“不降不行”成为真正的市场选择。只要实现了这一点,提速降费是水到渠成,既不需要网友铺天盖地的“吐槽”,也不需要总理语重心长的督促。



国务院总理李克强13日主持召开国务院常务会议,会议确定了加快建设高速宽带网络的措施,并鼓励电信企业尽快发布提速降费方案,推出流量不清零、流量转赠等服务。

对于常常拿着手机找WiFi的人们来说,这的确是个好消息。只不过好消息要变成实实在在的优惠,不是那么简单的事。说到底,企业提供什么样的产品服务、设定怎样的价

格标准,其决定因素是市场。如果电信企业凭借现有的资费标准仍能够保持相当水平的利润,政府催促得再紧,恐怕也没有多少提速降费的动力。

平心而论,李克强总理在会议上提到的薄利多销,是个最简单不过的经营策略。流量资费之所以始终维持在一个较高的水平,只能说明电信企业即便提供低质高价的服务,仍有相当大的利润空间。一方面,手机已然成为生活必需品,电信服务是刚需;另一方面,可供选择的运营商就三大巨头,消费者面对垄断几乎没有讨价还价的余地。就拿剩余流量清零这个明显不合理的条款来说,虽然被议论批评了很久,却没有一家运营商主动做出改变。

所以,对于电信企业来说,政府在网络建设方面的部署影响有限,真正的提速降费,还是得靠市场竞争格局的改变。不妨举一个例子,在流量资费居高难下的同时,作为硬件的手机却花样百出地讨好消费者——配置越来越高,价格却越来越低。造成这种局面的原因很简单,那就是开放的市场、充分的竞争,教英语的、做软件的、搞视频网站的、造家电空调的,营造了一个“是个人就能做手机”的市场氛围。于是,这家厂商刚刚把制造成本和盘托出,那家就做出了“硬件免费”承诺。

从这一反一正的对比中不难看出,要想实现产品或服务的提质降价,最关键的还是要让企业感受到不变不行的生存压力。否则的话,就

算政府出面督促,企业也只是戳一戳才动一动,挤牙膏般把高额的利润“施舍”一点给消费者。为了应付压力,相关企业说不定还会玩花样,比方说推出换汤不换药的流量“季包”和“半年包”,却要宣称在改变流量清零方面实现了突破。对于普通的消费者来说,弱势地位没有本质上的改变,只能减少流量使用,能省一点是一点。

总而言之,要想让普通用户能消费、敢消费,还是得让电信企业感受到足够的压力,让“不降不行”成为真正的市场选择。只要实现了这一点,提速降费是水到渠成,既不需要网友铺天盖地的“吐槽”,也不需要政府三番五次的督促,运营商们肯定争先恐后地把方案公之于众了。

## 舆论场

### “军团”炫游

当中国三军仪仗队在莫斯科红场昂扬行进时,另一支6400人的民间旅游“军团”,则用一系列眼花缭乱的豪奢和狂热,成功“占领”了法国。其一掷千金的做派,以及背后的“直销”商业模式,让这次出游成为舆论场热议的焦点。

崔滨

《新京报》慷慨地用大幅版面勾勒出这次“军团”出游的盛况:他们乘坐84架次的商业航班抵达巴黎,在巴黎入住140家酒店的4000多个房间。连一向定于晚上8点多关门的老佛爷商场都为他们开到了10点。其间,这次总花费达1300万欧元旅行的出资人,天狮集团的董事长李金元,还租赁了70多辆二战时的吉普车,检阅了这个全部由其公司员工组成的旅行团。

对于中国旅行团如此的大手笔,钱包大幅缩水的欧洲人艳羡不已,纷纷在社交媒体上吐槽:“我工作的每一任老板都没带我出去旅游过。中国,干得好!”“中国人已经把法国变成明信片上的国家了,一个仅为游客而存在的国家。”

相比外国友人情绪简单的或黑或粉,中国人对这次豪华出游的情绪则复杂得多,而“直销”这个始终笼罩着争议的商业模式,成为这种复杂情绪的主要来源。

比如用最多篇幅描绘“土豪”

出游的《新京报》,也同样通过评论员陶短房之口,亮出最鲜明的态度批评:“六千多人的旅游团在法国招摇过市,绝非仅仅是一次休闲或旅游,而更是又一次直销企业的例行‘奋斗’或‘出差’。接下来他们该回国‘创造员工’了。倘若有一天,一个直销企业热心地向您推销他们的‘事业’,并将其‘军团式旅游’资料作为论据时,您就该好好掂量掂量了。”

面对以陶短房为代表的质疑,舆论中心的天狮集团董事长李金元也是反应激烈,《当代商报》称其表示,“做任何事总会有不同声音。但这次活动百分之百成功。公司员工在尼斯聚会时井然有序,把垃圾都带走了,很好地纠正了过去欧洲人认为中国人脏乱差的印象。”

在直销领域纵横多年,李金元此时的气场让他收获了不少支持,央广网的评论员许新霞就是其中之一。“此次堪称盛大的旅游在经济普遍不景气的今天,释放出一个积极的信号,那就是:不是所有行业都下滑,除了房地产,我们还有

许多行业值得期待。”

相比之下,《环球时报》少有地对“直销军团”出游表示了中立。其评论员单仁平撰文称,“对‘直销公司’合法性的质疑影响了国人对超级旅游团的感受,但外国人对中国内部的这些争议似乎不感兴趣。各国更关心这些公司能给它们带去多少消费。中国国内的很多现象会不可避免地通过出国游呈现到国外,我们需对此保持坦然。”

不过,并不是所有人都像单仁平一样平静“围观”。财经刊物《中国企业家》便巧妙用一篇“天狮集团6000人豪华欧洲行,由非洲人民买单?”提出质疑。“天狮在南非,以及东非的乌干达、埃塞俄比亚和津巴布韦等非洲国家都有分公司。或许可以这么说——非洲人民赞助了天狮的这次豪华欧洲游。这种‘多层次传销’,旨在从众多人手里榨取钱财满足少数人,并且不具有可持续性。”

《成都商报》则通过中南财经政法大学教授乔新生之口评价:“任何行业都有成功者和失败者,直销行业一些公司组织这样的活动,免不了会利用‘成功学’效应来宣传自己。实际上,世界各大公司都会利用‘成功学’效应,比如巴菲特每年举行的股东年会吸引众多人参加,也是利用这种效应。但我们应该鼓励可复制的‘成功学’,而不能鼓励歪门邪道的‘成功学’。”

对于商业模式的质疑,以及出国游与国民素质、国家形象间的密切关联,“直销军团”豪华游到底是激励鼓劲还是洗脑蛊惑的争论,也许仅仅是个开始。

## 公民论坛

### 别让保送生成权力“衍生品”

时言平

南方一所高校相关领导向记者透露,该校梳理总结10年“保送生”情况时发现,绝大多数“保送生”为厅局级领导干部的子女。(5月14日新华网)

并非说官员子弟不优秀,不可以被保送。怕就怕这些被保送的官员子女,不是凭能力而是“拼爹”。当考生家长任性的权力发挥到保送当中,保送也就背离了举贤荐能的初衷,还容易成为特权滋长的藏污纳垢之地。

推荐、公示、审核,是保送的三道关口。任何关口失守,都可能为钻营者留下漏洞。不少教育界人士都认为,“保送生”制度漏洞明显,人为操作空间很大,出现权力渗透也是必然。

要铲除保送制度上的特权土壤,眼前要做的,应该是加强规范,把好“关口”,以公开透明压缩暗箱操作的空间。保送之弊并不在保送方式本身,而是在于教育无法摆脱权力魅影,无法摆脱行政化的纠缠。因而从长远来看,推动高校去行政化改革,摆脱权力之手的干预,教育才能够从纷繁复杂的利益博弈和不科学的制度安排中走出来,回到教育本身,实现教育公平。

■本版投稿邮箱:  
qilupinglun@sina.com



第25届

山东国际教育展

敬请期待 盛大开幕

时间: 2015年6月14日上午8: 00~下午15: 00

地点: 济南舜耕国际会展中心 ( 市中区舜耕路28号 )

咨询热线: 0531-85196195 / 85196197 / 85196575 ( 学生家长免费入场 )

权威人士全程掌舵 金牌顾问坐镇现场 招生官面对面交流 精准规划为您导航

通过优质留学机构展示、权威留学信息发布、优质院校现场推介、金融服务等多种活动, 为广大学生、家长与各类留学中介之间搭建一个可靠、便捷、放心的面对面咨询平台。

参展范围: 出国留学、移民、雅思、托福、小语种培训、出国金融

