

产经新闻

责任编辑：刘静
新闻热线：(010)84151603
E-mail:grbcjxw@sina.com

上海消保委公布10大投诉案例 电商“猝死”成焦点

2016年以来倒闭的电商网站达到数十家，原因涉及资金链断裂、不合规等

据新华社电（记者周蕊）上海市消保委日前公布了2017年“3·15”10大投诉案例，在6件涉及网络的案例中，4件为网站“猝死”导致消费者利益受损。

返利网站是近年来新兴的电商形式，这类宣称“买多少返多少”的网站在吸引了消费者充值的金额后却往往通过更改提现条件等方式“金蝉脱壳”，损害消费者利益。比如，上海市消保委接到10余名消费者投诉微信网店舜品移动商城（上海舜品电子商务有限公司），涉及金额高达109万元之多，该商城在吸收了消费者充值金额后，商品断货、返利滞后、还修改了购物限制条件，最终还停止服务，公司电话始终无人接听。目前，执法部门已经介入调查。

10大案例中还有两例涉及旅游电商，“淘在路上”平台和“麦兜旅行”突然停业，引发了超过100起投诉。其中，麦兜网停业牵涉的旅游产品约3000份，涉及金额1000多万元。消保委及时向主管部门通报，主管部门已介入调查处置。

中国电子商务研究中心此前进行的不完全统计显示，2016年以来倒闭的电商网站达到数十家，原因涉及资金链断裂、不合规等。



绿色建筑水平亟待提高

本报记者 张翀

“到2020年，城镇新建建筑中绿色建筑推广比例超过50%，绿色建材应用比例超过40%，新建建筑执行标准能效要求比‘十二五’期末提高20%，装配式建筑面积占城镇新建建筑面积的比例达到15%以上……”这是我国《住房城乡建设事业‘十三五’规划纲要》明确提出的要求。近年来，中央政府及省市地方政府陆续出台了发展绿色建筑的政策体系，对促进我国绿色建筑的发展发挥了重要作用，发展绿色建筑已成为全社会的共识。

我国绿色建筑起步较晚，建筑业发展方式粗放，资源配置效率不高，当前绿色建筑的技术标准、工艺体系、政策举措在建筑的规划设计、施工生产、材料开发、拆除回收等各环节是割裂开来的，没有形成一套相互支撑、协同配合的工作体系，导致我国建筑绿色发展标准过低、效率不高、应用不广泛，建筑业绿色发展存在着标准不高、导向性不强、体系不完善等问题。”全国人大代表、中建三局党委书记、董事长陈华元在调研后指出。

反观发展绿色建筑较早的美国、日本、新加坡等国，均建立了较完善的绿色建筑评估体系。美国“LEED标准”注重提高资源利用率，减少碳排放，关注环境和健康问题，已是目前国际上较为成功的典型绿色建筑评估体系；日本“建筑综合环境性能评价体系”CASBEE从建筑的规划、设计、材料的选择、建设、使用、改建到报废的整个过程的环境负荷，进行建筑全寿命周期评价；新加坡“绿色建筑标志系统”，是用以评价建筑对环境的影响和建筑性能的全生命周期绿色建筑评估标准。

同时，这些国家的绿色建筑评估体系均为强制性认证标准，且政府还制定了相应的激励机制，通过税收优惠、资金支持、政府投资等多种形式，实行积极的财政政策和税收政策，对绿色建筑的发展进行扶持，并通过带头建设节能绿色建筑示范项目，有效促进了绿色建筑的发展。

通过深入调研和对比分析，陈华元在今年全国两会上，就提高建筑全生命周期绿色发展水平，带来了完善激励政策体系、提高绿色设计标准、大力发展装配式施工、促进绿色建材发展和应用、推广高效运营与使用、实施绿色拆除及回收等六点建议。

陈华元表示，随着发展理念越来越深入人心，人们对居住环境及绿色建筑的要求也越来越高，将发展理念应用于建筑全生命周期，提升建筑工程从材料与构件生产、规划与设计、建造与运输、运行与维护直到拆除与处理，各专业、各领域、各环节相互支持、协同配合的绿色发展水平，对我国建筑业绿色发展、可持续发展具有重要意义。

5年前，以谷歌眼镜为首的可穿戴设备，拉开了行业大幕，除了传统智能硬件厂商扎堆发布新品之外，小米、华为等这样的IT巨头也纷纷跨界加入。而今，时过境迁，可穿戴设备行业行情急速下滑

可穿戴设备：仅仅“酷炫”还不够

本报记者 李国 实习生 陈晞

戴上时尚小巧的计步器，就能轻松记下每日的步数、消耗热量、运动时间，最后得出运动强度的数据。每天打开朋友圈，“不服来战”的调侃比比皆是。生活中，不少人的手腕上佩戴起了颜色各异的手环，用它来监测自己的健康指数。有些人配合自己的手机品牌买起了智能手表，随即享受到更加智能化的人生。

前几年，可穿戴设备是科技领域的时尚新潮，然而从去年开始，全行业却呈现急速下滑趋势。美国可穿戴设备巨头 Pebble 这家以众筹方式起步的品牌正式消亡；而行业老大 Fitbit 的日子也不好过，股价从刚上市的每股 50 美元下跌为如今的每股 8 美元上下，面临老大位置不保；微软则暂停智能腕带的销售；众多公司去年的销量同比暴降了 50% 以上。

难道可穿戴设备的时代就这样结束了吗？

可穿戴设备弃用率高

几年前，业界普遍预测可穿戴设备将是下一个科技行业新浪潮，有望取代智能手机成为下一个主流计算平台，并扮演新一代应用软件和社交网络载体的角色。包括智能眼镜、智能手表、智能手环在内的各种可穿戴设备，都会从一个小众市场变成一个大众主流市场。

然而，当前智能穿戴设备不仅没有形成集群式规模发展，反而出现了断崖式下滑。市场调查机构 Gartner 的数据显示，智能手表的弃用率为 29%，健身追踪器则有 30%，主要原因包括使用者认为不实用、用腻了或设备本身故障。

“酷炫，是可穿戴设备的代名词！”家住重庆渝中区的刘建说，“近段时间，我体验了一把国内某牌子的智能手表，现在已把它连同‘酷炫’二字扔到了一边，关键就这两个字——没用！”

记者在调查中发现，类似刘建这种想法的消费者占了相当大的比例。可穿戴设备的高弃用率，表明大众的需求没能被很好满足——我需要，但你给我的东西不对。

一项问卷调查的结论：28% 的 70 后买了智能设备后，使用一段时间就会抛弃。80 后这一比例降为 22.9%，90 后为 21.3%，00 后仅有 13.2%。年龄越大，中途放弃使用的比例越高。

作为运动的“伴侣”，智能可穿戴设备在中国正处在一个关键拐点——向上满足高端运动发烧友，向下



消费者体验智能手环。陈昊昊 摄/中新社

满足大众运动需求。而这是两个完全不同的挑战。

对于高端用户来说，专业是第一位的。超半数使用者认为：“使用设备没有改变运动生活方式，只是多了些数据。”25.4% 的人认为有些改变，只有 14.2% 的人认为有很大改变，运动效果明显提高。

市场先驱纷纷“败走麦城”

据公开资料显示，截至目前，可穿戴技术创业投资项目已经超过 50 起。记者在采访重庆风投人士时发现，尽管许多投行都对这个新兴领域表现出了极大的兴趣，但谈及投资时，却流露出了观望的态度。

在风投人士看来，目前国内研发出的可穿戴设备正处于“新生儿”阶段——市场化时间短，认可度不高，产品能否符合市场需求很难判断。对此，智基创投投资经理刘凯告诉记者，智能可穿戴设备是近一两年才在国内兴起的新领域，仍处于起步阶段，诸多问题还不明朗。

重庆泰豪渝晨股权投资基金合伙人张晓东称：“国内的可穿戴设备现在主要分为健康安全类和通讯设备两类，但很多产品项目都面临着相同的问题，即虽然有着很好的卖相，但成熟度不够，盈利模

式也尚未确定。”

在记者的调查中，关于“不购买”的原因，比例最多的（48.2%）是“功能上用处不大”。由此可见，目前可穿戴设备在功能方面，尚无法形成“功能”方面存在的价值。与其他消费类科技一样，可穿戴设备普及需要很长一段时间，一旦用户了解了其价值，就会迅速普及。但是，目前可穿戴设备尚处于初级阶段，离全民普及尚远，市场先驱的失败就不可避免。

纵观目前的市场，可穿戴产品可能存在同质化严重、精准度差、缺乏创新的问题，在一定程度上造成了整体市场的销量增长缓慢。

一方面，在经历了狂热的硬件叠加的风潮后，厂商不停推出除 logo 之外极为相似的产品，让穿戴设备市场陷入窘境；另一方面，在产品功能上实用性不足，造成了目前消费市场认知率高，渗透率低的局面。

2016 年，全球可穿戴设备行业噩耗频传，曾经是智能手表先驱型企业的美国 Pebble 公司走到了尽头，其软件业务被廉价地卖给了 Fitbit 公司，在此之前，同为可穿戴设备巨头的 Jawbone 就已经宣布裁员 15%，且关闭了位于美国纽约的办公室。最终，被誉为“可穿戴设备鼻祖”的 Jawbone，同样不得不放弃曾经令其声名鹊起的智能手环业务。

行业前景不容小觑

对于全球市场现状，有外媒提出可“穿戴设备市场已经死亡”的观点。但实际上，仍有部分企业在该领域继续开拓疆土。

随着移动医疗可穿戴设备领域迅速发展，大量国内外 IT 技术领域的领先企业及中小型创新企业、创业者、投资者纷纷投入到可穿戴医疗设备领域。2016 年“中国健康观”的调研结果显示，在中国的数字健康趋势下，人们已经开始普遍使用互联监护技术监测自己的健康状况，并将信息与医护人员共享。

据前瞻数据库显示，中国移动医疗健康可穿戴设备市场规模已由 2014 年的 22 亿元发展到 2016 年的 228 亿元，预计 2017 年将达 300 亿元人民币。而从飞利浦在市场调整期推出健康智能手表，也能看出国际领导品牌在行业中的深刻洞察：数字与服务并行，或许是未来智能可穿戴行业最好的发展方向。

尽管可穿戴行业遭遇了“寒冬”，但业内普遍认为，在智能手机的创新空间逐步收缩和市场增量接近饱和的情况下，智能可穿戴设备作为智能终端产业下一个热点已被市场广泛认同。

业内人士认为，站在今天成熟的电子设备角度来看待可穿戴设备，或许有着各种各样的不完美，但如果站在整个物联网时代的趋势角度来看，当前的可穿戴正处于时代的风口上，正在以超越 PC、智能手机曾经的发展速度在进化。

岁末年初，在新兴产业发展上尝到甜头的重庆市政府，出台了《关于加快推进可穿戴设备产业发展的工作意见》，提出到 2020 年，通过技术创新和科技研发，引进和培育 3~5 个可穿戴设备发展创新平台、建设 5~10 个可穿戴设备研发创新中心，可穿戴设备相关产业产值达到 200 亿元以上。

事实上，早在 2016 年 11 月，重庆两路寸滩保税港区管理委员会就与仁宝计算机智能型装置事业部达成战略合作。该公司负责人告诉记者，当前智能型穿戴设备正呈爆发式增长。保守估计，到 2020 年，智能型穿戴设备出货量将达 2 亿台，成为 200 亿美元的新兴市场。

业内人士指出：归根到底，可穿戴设备无论外观和使用方法如何变化，若想立于不败之地，还是要回归一个“功能”的本质。开发新应用，拒绝“同质化”，这样才能体现其独立存在的价值，才是其强大生命力之所在。或许，开拓具有市场和应用价值的新功能，才是可穿戴设备的最终出路。

金融机构缘何不爱“进校园”

本报记者 赵昂

2016 年，面向大学生的互联网消费信贷，规模已突破 800 亿元。一些机构针对大学生的互联网消费信贷，“无门槛”、“无抵押”、“高额度”，只需一张身份证，快速到账。当然，对于缺少金融信贷信息、缺乏法律意识、不谙世事且没有稳定收入来源的大学生而言，陷入信贷陷阱，甚至为此背负高利贷的情况已时常见诸媒体。

近年来，针对高校学生的网贷平台已经达到三位数，在校园里，相关广告片经常可见。校园贷的无序扩张和野蛮发展，有待于金融监管部门进行整顿。不过，校园贷火热的背后，另一个问题则不容忽视，为什么手头紧缺了以后，大学生不去求助于正规金融机构？或者说，为什么面对大学生的金融服务需求，金融机构似乎并不动心？

如果把商业银行的布点情况进行分析，会发现

不少商业银行的网点，往往分布在两类地区，新建小区和老旧小区。新建小区里，新业主们的房贷需求是不容小觑的，高涨的房价也让还款风险降低。根据央行数据，2016 年，住户部门贷款中长期贷款同比多增了 5.6 万亿元，为增幅最大的分项。相比之下，校园贷的百亿级需求只是小数。另一类则是老旧小区，不要小看了住在这里的离退休老人，他们贡献着相当一部分个人存款和理财数额。

要能借能还，要能存能买，学生们两个都不沾边。毕竟，千百元的生活费和几十几百万元的房贷和理财相比，不值得一提。

银行尚且如此，其它金融机构如保险、券商、基金亦然。在金融机构看来，校园金融服务产生的业务量较小，但投入人力、物力却不小，加之学生作息时间和消费模式与工薪族、离退休人员不同，更提升了业务拓展难度。而今，银行业竞争加剧，对于业绩压力巨大的分支机构而言，尽管知道大学生是未来的消费群体，潜力巨大，但与其着眼于四年以后长线布局，不如完成眼前的指标。更何况，很多大学生是异地上学，银行不了解其个人以及家庭的还款能力，毕业后可能异地工作，“栽培”多年的业务也可能最终“做了别人嫁衣”。

因此，银行不愿做的“小业务”、“小市场”，才被各种网贷平台“趁虚而入”，没有了正规军，山中猴子便做了大王，各种违规情况也就随之出现了。更为关键的是，包括小额贷款、小理财业务在内，互联网平台对大学生的吸引力大于金融机构，而当越来越多的大学生通过互联网机构进行金融

业务时，他们离银行也就越来越远。毕业以后，他们也不会像父辈们一样，进行较多的银行业务操作。

今天的大学生，很可能就是明天的 VIP 客户，在这个时代，没有什么是不可能的。金融机构进校园，绝不是设个摊位办卡那么简单。一方面，要着手开发适合大学生群体的金融产品，在确保资金安全的前提下更好地满足大学生的金融需求；另一方面，则需要通过“小业务”入手，开拓渠道创新机制，真正留住学生群体的心，让他们在毕业后，依然能成为银行的客户。

所有的大业务，其实都是从一个又一个的小业务做起的。

产经观察

本报记者 陈华 实习生 陶坤

全国两会在北京召开的时候，朱小云正忙着与合肥经开区签订新的合作合同。“眼看着入驻的‘创客’越来越多，这个小地方已经容不下了。”

此前，关于民营众创空间的未来走向在业界有过多种预测，其中评论较多的一个观点是，民营众创空间即将进入一个洗牌期且同质化严重，优胜劣汰正在出现，部分没有“造血功能”的众创空间将会被市场淘汰掉。

作为纯民营的合肥云邦创新空间的主要创办者之一，曾经有一段时间，朱小云也很彷徨：她不知道未来的路怎么走。在她看来，民营众创空间的危机恐怕还不仅是“造血功能”不足，而是在于众创空间自身，因为有些民营众创空间是“挂羊头卖狗肉”，不是真正一心一意“在干众创的事”。

那么，如何“自我造血”呢？

云邦创新空间的主要做法是，将自己的前途命运与入驻企业的命运捆绑在一起。对于所有入驻云邦的企业，创新空间都将拥有 19% 的管理股份。当有一家企业运营非常艰难的时候，朱小云硬要塞给创办者 3 万元钱，并且反复地帮助创业者分析形势，寻找出路。最终，这家企业挺过来了。

最让朱小云伤心的事，莫过于有些创业企业无论怎么扶持，最终还是夭折了。“曾经有个 O2O 洗车企业已经获得天使投资，半年时间花掉一个亿，最后还是死掉了，我也很伤心。”

“即使拿到风投，如果盲目扩张，仍然有可能死掉，因为投资人往往会急切地讲求回报。”一想起这件事，朱小云就感到非常心痛。

即便创办众创空间不到一年时间，云邦还是取得了“令人惊讶”的成果。入驻云邦的企业，去年竟然一共完成了 800 万元的税收。

相对来说，朱小云的云邦创新空间起步较晚。

2016 年 2 月，当身为高校教师、管理学博士的朱小云准备创办众创空间时，周边的人普遍不太看好：人家有政府的资源和支持，你白手起家，行吗？

“双层运营”模式或可借鉴

部分民营众创空间灵活的运营模式，甚至已经引起了政府主导的众创空间的注意。

常青“创客·梦空间”是安徽省内首家政府主导的创新创业平台，也是合肥市第一批认定的众创空间。目前，这个众创空间正在采取的运营模式叫“政府扶持引导+专业团队运营+社会资本注入”，也就是政府主导、民间管理的“双层运营”模式。

常青“创客·梦空间”前身为安徽大学生创业中心，是由常青街道于 2011 年 6 月创办的众创空间，创办伊始便吸引了 70 余家创客公司前来申请，最终有 30 家成功入驻。据常青街道团委书记、“创客·梦空间”负责人史先扬介绍，该众创空间成立之初就坚持公益导向，为创客提供了很多优惠政策。

运营了一段时间后，常青街道渐渐感到“有些力不从心”。史先扬认为，单纯地靠政府部门运营的创客空间大多缺乏专业性，生存状态往往不太乐观。

与此同时，常年从事创客路演以及项目投资的安徽投资俱乐部发起人郭存露一直希望有个政府主导的阵地来推广项目。双方一拍即合，2016 年 6 月，安徽投资俱乐部加入“创客·梦空间”的运营工作。

从此，常青街道负责政策的上传下达及对接工作，安徽投资俱乐部负责“创客·梦空间”的具体运营工作。

为了保证参与运营的安徽投资俱乐部不出差错，创客空间也与其签订了非常细致的运营协议。“我们也会定期对其进行细致的考核。”史先扬说道。

期待民营众创空间的政策更加明确

无论是史先扬还是朱小云，他们都有个共同感受：众多的众创空间里确实存在着极少数“不一心一意正事”的。“如果这两年众创空间重新洗牌，那么首先被清理出去的一定是这些不务正业的。”朱小云说。

对于众创空间，合肥市政府已经拿出了“真金白银”进行支持。《合肥市人民政府关于大力推进大众创业万众创新的若干政策意见》就提出，鼓励构建创业创新平台，加大众创空间建设力度，鼓励和支持企业、投资机构、行业组织等社会力量投资建设或管理运营创客空间、创业咖啡、创新工场等新型孵化载体。

科技部的消息同样十分利好。据了解，近两年众创空间发展势头良好，优秀众创空间受到资本的青睐。截至去年底，共有 808