

激发企业能动性②

民企：敢闯显活力

本报记者 曾诗阳

改革开放四十多年来，民营经济从小到大、由弱到强，一路闯、一路试，成为推动我国发展不可或缺的力量。当前，我国正处于经济恢复关键期，更需要民企敢闯，勇做生力军。

民企敢闯，意味着要给民营企业创造广阔发展空间，不断优化营商环境，推动各项纾困惠企政策切实落地，强化闯的信心和底气；民企敢闯，也意味着企业家要勇抓时代机遇，弘扬企业家精神，在不确定性中坚定发展信念，在依法合规中实现创新突破。

营造良好营商环境

近年来，各地区各部门积极服务市场主体发展，创新优化营商环境举措，加强公平公正监管，营造竞争有序市场环境，持续提升改革获得感，商事制度改革不断深入，法治保障更加完善。

“营商环境是企业成长的土壤、阳光和水分，只有营商环境好，企业才能健康发展，企业家才有敢闯的基础。”北京市工商联副主席、振兴国际智库理事长李志起表示。

四川谛达诺科技有限公司就是在不断优化的营商环境中发展起来的。公司创始人兼CEO许波告诉记者，创业前三年，谛达诺科技仅卖出百余台机器人，局面很难打开。机遇发生在成都市发布第一批“城市机会”清单时。经过调研审核，谛达诺科技的机器人产品进入了清单，一年内便与近500家客户达成合作。如今，谛达诺科技为全国各地2000多家学校、医院、企业提供智慧健康管理服务，成为千千万万“闯”出来的民企之一。

城市机会清单，是四川成都深化“放管服”改革、优化营商环境的创新举措，它将政府部门的项目建设、服务购买等信息及企业的产品服务、应用领域等信息进行公布，释放政企供需信息，让市场主体获得平等参与城市建设的机会。

全国工商联2021年度“万家民营企业评营商环境”调查结果显示，民营企业对营商环境满意度连续3年上升，76.86%的样本企业认为所在城市总体营商环境较上年有所改善。

营商环境的优化提升了民企敢闯的信心，稳定了企业投资的盈利预期。全国工商联《2021年中国民营企业500强调研分析报告》显示，近七成民营企业表示“经济下行压力下继续保持积极投资”。

“营造市场化、法治化、规范化的营商环境，我们还要继续努力。”李志起表示，应尊重市场规律，保障企业家经营自主权，加快全国统一大市场建设，扫除妨碍企业健康发展和市场公平竞争的各种限制，鼓励民营企业在合法合规前提下大胆创新，使市场主体活力充分迸发，为民企敢闯提供广阔空间。

全国政协经济委员会副主任苗圩表示，要切实加强企业产权司法保护，依法保护企业及其出资人的财产权和其他合法权益。同时加强普法宣传，提高企业维护合法权益的意识和能力，营造公平竞争、诚信经营的市场环境。

落实落细各项政策

民企敢闯的底气来自不断优化的营商环境，也来自各项惠企政策的出台及其体现出的国家支持民营企业更好更快发展的决心。

今年以来，受国际环境复杂演变、国内疫情冲击等超预期因素影响，经济下行压力明显加大，民营企业面临诸多挑战。面对复杂局面，各地区各部门聚焦企业“急难愁盼”问题，推出纾困减负、激活增效政策工具，助力民营企业克难前行。

减税降费力度不减，让企业轻装上阵。今年以来，已有超过20000亿元增值税留抵退税款退到纳税人账户，累计办理缓税缓费超过5500亿元，上半年全国新增减税降费5074亿元。

北京律和文化发展有限公司负责人王宁感慨：“减费、降费、阶段性缓交社保等政策，让我感到了政府无微不至的关怀。不久前我发现，我们小微企业的发票中，税费已经阶段性地降低为零了。”

加大信贷支持，助企业渡过难关。截至6月末，银行业金融机构民营企业贷款余额为58.2万亿元，同比增长11.4%；有贷款余额民营企业户数8347万户，同比增长11.4%。

“公司面临资金缺口时，我试着用手机操作申请银行线上信用贷款，很快就获批了。第一笔借了十几万元，第二笔借了80多万元，让我缓了口气。”河南周口郸城补砾户外用品有限公司负责人从驰路深有感触。

强化各类补贴，激发企业活力。数据显示，今年上半年，我国民营企业进出口9.82万亿元，增长13.6%，较全国整体增速高4.2个百分点，占全国外贸总值的比重提升至49.6%。

“政府部门派专人入驻企业帮我们解决困难，为我们顺利出货发挥了重要作用。”浙江传化合成材料公司总经理王长银表示，当地政府部门为集装箱重箱在乍浦港区出口的外贸生产型企业，给予每标箱150元的奖励补助，2021年他们公司共收到补助25.91万元。

“退、缓、补、购、奖”多管齐下，促投资、增消费、畅循环齐头并进，为民营企业送来“及时雨”。

“一揽子支持政策产生了良好的效果，有必要进一步加强落实，提升政策的透明度，让更多市场主体知晓、了解、享受政策。”中国财政科学研究院院长刘尚希认为，应梳理现有的阶段性政策安排，对其中应当长期化、制度化的政策提前明确，为稳定预期以及明年以后的经济增长发出更清晰的积极信号；同时，应将当前纾困政策融入发展大趋势，比如，数字革命将引领工业化主导的经济形态走向数字化主导的经济形态，应当大力支持数字经济发展，对数字平台企业的发展释放相应的明确信号。

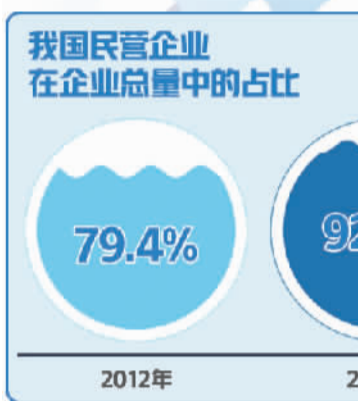
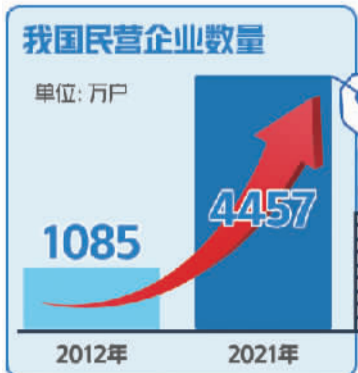
给予充分包容支持

市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。如何弘扬企业家精神，民营企业家有自己的答案。

科德数控股份有限公司董事长于本宏表示，要与国家重大战略同频共振，始终心系“国之大事”，在实业报国中展现担当。

申办了双创基地、企业孵化器和青年就业见习基地的哈尔滨鹏博普华科技发展有限公司董事长杨亚宁，一直致力于帮助创新创业者实现梦想。“自己的成功只是小为，带领大家一起成功才是大为。”杨亚宁说。

李志起表示，企业家精神的一个主要特征就是敢于创新，在没有路的情况下发现路、找到路，并且走出自己的一条路。



2019年12月

中共中央、国务院印发《关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》

两年多来

各地严格执行市场准入负面清单，按照“非禁即入”“非限即入”原则，打破各种各样的“卷帘门”“玻璃门”“旋转门”，给民企发展创造充足市场空间

来。他认为，弘扬企业家精神，还意味着要为民营企业创新发展营造更包容的环境。“闯，常常代表着对原有规则和秩序的突破和改变。鼓励民企去闯，政府就要对此给予充分的包容和支持。”李志起说。

近年来，《关于营造企业家健康成长环境弘扬优秀企业家精神更好发挥企业家作用的意见》等文件先后出台，在全社会营造激励企业家干事创业的良好氛围。

全国工商联副主席叶青表示，民营经济统战工作应发挥积极作用，促进民营经济健康

发展，

引导民营企业从

“两个大局”和新发展阶段中找准企业定位，促进民营企业融入改革发展大局；促进

民营经济人士健康成长，带动更多民营经济人士在助推乡村振兴、促进共同富裕中肩负

民企责任，作出民企贡献。

热评

多部门发文监管一盒小小的月饼，不仅是推动月饼等节日食品回归大众消费品属性、回归传统文化本源，也是在提倡节俭、反对浪费，引导形成良好社会风尚，更是防微杜渐，堵住腐败的每一扇暗门。

余颖

还有不到1个月就是中秋，消费者可能会发现一个有趣的现象——线上线下的月饼礼盒，最高价普遍定在499元。往年常跟月饼“搭班子”的高档茶叶、名贵药材等不见了，月饼礼盒里真就只剩下月饼。

“天价”月饼自降身价，是因为今年5月份，国家市场监督管理总局批准了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单，自8月15日起实施。根据这一强制性国家标准，粽子、月饼的包装层数最多不能超过3层，包装材料不得使用贵金属和红木材料。6月份，4部门又联合发布了《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》，强调月饼礼盒不得以任何形式搭售其他商品，最关键的是提出要对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管，要求经营者相关交易信息保存2年，以备有关部门依法查处；发现涉嫌违法问题，按权限移送纪检监察、司法等机关处理。

交易信息保存2年，这一条踩住了“天价”月饼的七寸。自己家买月饼吃总得讲究性价比，消费者可舍不得为里三层外三层的包装多花好几百块钱。往往是在月饼被当做礼品时，买家和卖家才乐于在包装上不惜成本地堆砌，甚至往里塞各种高档商品。前些年动辄上千元的月饼礼盒，真的在送情意和祝福吗？不是，那是在送面子，甚至是送利益。如今超过500元的月饼要被重点监管，谁还愿意为一盒月饼惹麻烦？

作为传统节日的大众食品，月饼定价原本是市场行为。多部门联合发文管一盒小小的月饼，不仅是推动月饼等节日食品回归大众消费品属性、回归传统文化本源，也是在提倡节俭、反对浪费，引导形成良好社会风尚，更是防微杜渐，堵住腐败的每一扇暗门。

其实，大多数消费者觉得500元的月饼礼盒还是贵，目前热销的月饼礼盒普遍在100元至200元之间，包装和内容已经很精致，送人自用两相宜；还有不少按块出售的散装月饼，口味从传统的五仁、莲蓉到创新的小龙虾、螺蛳粉，足以陪伴消费者赏月品茗。

要警惕的是，仍有少数豪华酒店在官方旗舰店公开销售2500多元的月饼礼盒，还有的网店可定制“天价”月饼，按客户需求搭售小电器、茶叶等高价商品。还有月饼券、月饼卡，销售渠道隐蔽、监管难度更大。对这些“天价”月饼，相关部门仍需保持高度关注。8月17日，市场监管总局宣布将在全国范围内开展为期2个月的商品过度包装、“天价”月饼和蟹卡蟹券集中整治。消费者如果发现过度包装等浪费行为，也可主动向市场监管部门和消协组织等投诉举报。生产干干净净的月饼，买的人放心，吃的人踏实，这才是月饼该有的模样。

培育钻石能否孕育千亿元赛道

本报记者 夏先清 杨子佩 证券日报记者 肖艳青

近期，培育钻石概念股持续走强，备受市场关注。Wind数据统计显示，4月27日以来截至8月17日，培育钻石指数涨幅达93.44%。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧表示，从行业发展角度来看，经过多年的市场教育，培育钻石的高性价比和环保优势已深入人心，未来市场空间非常广阔。目前市场需求旺盛，业内主要企业不断扩大产能，同时不断有新玩家被吸引进入这一赛道，应该说，供需两旺使得行业运行更加景气。从资本市场角度来看，一方面投资者看好行业的发展前景，不断加码布局培育钻石行业；另一方面业内上市公司的业绩表现亮眼。这些因素都有利于板块估值的提升。

培育钻石市场究竟有多火？从全球培育钻石加工中心印度的进出口数据可见一斑：今年上半年印度培育钻石毛坯累计进口额8.7亿美元，同比增长72%；培育钻石裸钻出口额累计8.6亿美元，同比增长81%，延续了去年的高速增长态势。2021年全年印度培育钻石裸钻出口额11.4亿美元，同比增长119%。

另据机构预测数据，2025年全球培育钻石市场规模将从2020年的167亿元增至368亿元，其中我国培育钻石市场规模将由83亿元增至295亿元。

培育钻石前景广阔，市场需求旺盛。今年以来，培育钻石上下游企业抢抓发展机遇，积极布局相关领域，其中上游企业纷纷扩产能，同时对饰品零售端进行布局。业内人士认为，

- 同样硬度、光泽、质地的培育钻石价格大约是天然钻石的1%，以前几十万元一套的天然钻石首饰，换成培育钻石只要几千元，对消费者具有极大的吸引力。
- 培育钻石的高性价比和环保优势已深入人心，未来市场空间非常广阔。当前，培育钻石价值正在不断获得消费者的认可，行业高景气度有望持续。

培育钻石最大的优势是价格，同样规格的培育钻石价格远低于天然钻石。同样硬度、光泽、质地的培育钻石价格大约是天然钻石的1%，以前几十万元一套的天然钻石首饰，换成培育钻石只要几千元，对消费者具有极大的吸引力。

“近期培育钻石概念股市场表现持续向好，前景非常值得期待。当前，培育钻石价值正在不断获得消费者的认可，行业高景气度有望持续。”清晖智库创始人宋清辉表示。

培育钻石是超硬材料人造金刚石的一种。按终端应用场景不同，超硬材料人造金刚石主要分为培育钻石和工业用金刚石两大类。我国作为全球超硬材料及其制品生产的第一大国，产量占世界产量的90%。河南是我国超硬材料发源地，产量占全国80%以上，还拥有国家级超硬材料研究机构——郑州磨料磨具磨削研究所

(简称“三磨所”)。经过60多年的发展，河南构建了以三磨所、中南钻石、黄河旋风、力量钻石、惠丰钻石、四方达等为代表的完整产业链和产业体系，形成了“世界金刚石看中国，中国金刚石看河南”的优势。

如今，河南紧抓行业发展机遇，在今年2月份出台的《2022年补短板“982”工程实施方案》中有6个纯培育钻石生产项目；7月份印发的《河南省加快材料产业优势再造换道领跑行动计划(2022—2025年)》指出，将重点发展5G、芯片制造、油气钻探等领域用复合超硬材料及制品和关键装备，加速纳米聚晶金刚石、功能金刚石等制备技术攻关，扩大在珠宝首饰、电子信息、污水处理、生物医药及器械等领域的应用，以郑州、许昌、商丘、漯河、南阳、信阳为支点打造全球最大的超硬材料研发生产基地。



8月18日，山东冠县贾镇双力农业装备生产车间，就近就业的务工农民在生产线上忙碌。当地建立龙头企业联帮帮扶机制，优先吸纳脱贫农户就业，通过推动优势产业高质量发展带动脱贫户持续增收，多措并举巩固提升脱贫攻坚成果。

郑家裕摄(中经视觉)