

政策协同支持普惠金融

近日,2025年中央财政支持普惠金融发展示范区名单公布,厦门市、山东省泰安市等90个地区入选。这些地区将获得中央财政的可观奖励,支持发展普惠金融,缓解普惠群体融资难、融资贵问题。作为金融“五篇大文章”之一,普惠金融的发展不仅要强化货币信贷政策引领,还需加强财政、监管、产业等政策支持引导。

普惠金融发挥“雪中送炭、服务民生”的重要作用。近年来我国普惠金融发展取得长足进步,金融服务覆盖率、可得性、满意度明显提高。不过,切实做好普惠金融大文章,还有很多难题待解。普惠金融特点在于“又普及又惠”,致力于满足小微企业、民营企业、涉农等薄弱领域,脱贫地区等欠发达地区以及老年人、残疾人、妇女等特定群体的多样化金融需求,具有一定的公共性,财政支持和引导在其中扮演重要角色。

2019年7月,财政支持深化民营和小微企业金融服务综合改革试点城市工作启动,促进民营和小微企业融资“增量、扩面、降本、提质”取得初步成效。2022年起,这项试点升级为中央财政支持普惠金融发展示范区奖补政策,通过发挥财政资金引导激

励作用,支持地方因地制宜打造各具特色的普惠金融发展示范区,增强金融普惠性。除了财政奖补,政府性融资担保,小型企业、微型企业及个体工商户小额贷款利息收入免征增值税等各项税收优惠政策,也是支持普惠金融的重要财税政策工具。财政真金白银支持普惠金融,宝贵的资金必须真正用在刀刃上,充分发挥应有作用。资金运用要确保高效,政策实施要强化协同。

资金运用确保高效。实施全过程预算绩效管理,发挥绩效考核“指挥棒”作用,将绩效评价结果作为完善政策和资金分配的参考依据,建立绩效问责机制,从而推动财政资金有效促进普惠金融高质量发展。中央或取消盈利要求,重点考核小微企业和“三农”融资担保业务规模、服务质量、风险管控等情况,引导政府性融资担保深耕普惠领域,充分发挥“增信、分险、中介”功能。

政策实施强化协同。普惠金融涉及面广,需要加强货币政策、信贷政策、财税政策、监管政策、产业政策等之间的协同配合以及部门间的联动协作。在财政支持的同

时,金融机构要创新金融产品和服务,健全敢贷、愿贷、能贷的长效机制。相关政府部门加强信息特别是小微企业、个体工商户、农户、新型农业经营主体等重点群体相关信息共享,提高金融服务质效。发展农业保险则需要保险监管、财政、农业农村、林草部门等密切合作,推动持续“扩面、增品、提标”,实现精准投保理赔。

做好普惠金融大文章,需要各项政策握指成拳、形成合力。发挥财政激励约束作用和财政资金乘数效应、杠杆作用,将有力促进普惠金融高质量发展,更好满足人民群众和实体经济多样化、普惠性的金融需求。

也要看到,现有考核体系虽已涉及服务国家重大战略、承担重大专项任务等部分考核内容,但覆盖面和导向还不够,在引导国有企业服务国家整体发展履行战略使命方面略显不足。例如,在应急领域,国资央企不讲条件、不计代价,在西藏定日6.8级地震、内蒙古阿拉善新井煤矿坍塌等一系列灾难事故面前,积极参加抢险救援,对国有企业来说更多的是投入、展现的是担当,需要在评价方面予以考虑,引导国有企业在国防、减灾、救灾和生产安全保障方面更好发挥战略支撑作用。再如,在科技领域,国资央企肩负着推进高水平科技自立自强、建设现代化产业体系、发展新质生产力上走在前、作表率的重要作用,兼顾当前和长期,需要通过评价机制引导国有企业更好履行战略使命。

围绕优化国有企业考核评价,国务院国资委和各级国资委做了不少有益探索,以“一利五率”为主的考核指标体系不断健全。比如,创新实施了“一业一策”“一企一策”考核,出台了针对19个行业的考核实施方案,根据企业功能定位、行业特点、承担重大任务等情况,综合考虑了企业的共性量化指标和个性化差异,引导企业努力实现高质量发展。又如,将国有企业承担的战略性新兴产业发展任务视同主业管理,降低战略性新兴产业短期投资回报要求和经济效益指标权重,引导企业加快布局新赛道、塑造新优势。下一步,以评价机制引导国有企业更好履行战略使命,可以从四方面进一步加快探索。

明确评价目标,突出战略使命导向。将服务国家战略需求作为评价机制的核心目标,改变以经济效益为导向的考核模式,结合国有企业功能界定、行业领域及分类改革,对国有企业履行战略使命任务情况展开评价,继续推进“一类一策”“一业一策”“一企一策”,引导国有企业将资源向关键领域倾斜。例如,对承担“卡脖子”技术攻关的企业,强化长期技术突破的评价导向。

科学选取指标,构建多维评价指标体系。着眼于建立科学、客观、量化的指标体系,对国有企业战略使命任务完成度设置相应指标。充分发挥国有企业出资人部门或行业主管部门作用,对战略使命任务完成情况进行定性判断和评估,增强评价客观性和科学性。

创新评价机制,完善动态管理。延长评价周期,对重大战略使命任务开展定期评价,结合年度评价与战略使命任务周期评价,引导企业长期行为。建立评价结果动态反馈机制,针对战略使命执行偏差及时提出改进要求,形成“评价—反馈—改进”的闭环管理,确保国有企业履行战略使命评价机制与国家战略政策衔接一致。

强化机制保障,推动应用落实。国有企业履行战略使命评价既要避免因重复考核加重企业负担,又应防止出现包含或替代关系,确保两者相互补充、协同增效。对战略使命任务履行成效突出的企业,与企业资源配置、负责人晋升、薪酬激励等挂钩,激发国有企业主动服务国家战略的积极性,切实强化评价结果的刚性约束力与战略导向性。

(作者系中国宏观经济研究院经济体制与管理研究所副研究员)



用好价格杠杆引导车网互动

翟大伟

随着我国新能源汽车规模快速增长和智能电网技术发展,车网互动作为电力系统灵活调节手段越来越受到重视。在国家发展改革委等有关部门指导下,多地正积极开展有序充电和反向放电等形式的小范围试点应用,并同步完善车网互动价格机制,探索通过价格信号引导新能源汽车主动响应电网调节需求,激活分布式资源价值,助力电力系统安全稳定运行,实现车网协同发展。

有序充电是当前车网互动的重要形式。多地实施并逐步完善分时电价政策,有效引导新能源汽车用户在电力供应充足时段充电,辅助电网“削峰填谷”,更好促进风电、光伏发电消纳。比如,上海市对居民社区个人充电桩执行峰谷电价,谷段(22时至次日6时)电价每千瓦时0.331元,仅为峰段电价的约52%,有效缓解了电网调节压力。

新能源汽车向电网反向放电是车网互动的关键所在,可充分利用闲置储能资源,提升电力系统灵活调节能力。多地已开展小范围试点,推动市场化应用。比如,今年1月份,山东省出台全国首个基于现货市场的公共场景下车网互动价格政策,明确电动汽车充电(含换电)设施运营单位可自愿申请参与,向电网反向放电

价格按照实时市场发电侧加权平均电价执行,真实反映电力在不同时间、不同节点的供需关系和调节价值。其可行性已通过国网山东电力协同政府开展的大规模车网互动验证活动得到技术路线与应用场景的实证支撑。居民充电桩是充电应用场景的重要组成部分。近日,山东省进一步扩大试点参与主体范围,在济南市、淄博市创新性地将反向放电价格机制延伸至居民充电桩,打通了“最后一公里”,在深化电力市场化改革、激活用户侧分布式储能资源、促进新能源消纳方面迈出了关键一步,具有重要的探索和示范意义。

下一步,要更好发挥价格机制的引导作用,通过市场化手段推动车网互动规模化产业化发展。一方面,持续优化分时电价机制,根据电力供需、净负荷曲线特征等不断完善工商业分时电价机制的时段设置、峰谷价差,鼓励居民充电桩实行分时电价机制,引导新能源汽车低谷充电,深度挖掘调节能力,保障用户权益。另一方面,鼓励各地先行先试,积极探索完善反向放电价格机制,通过市场化手段充分反映新能源汽车调节价值,拓展参与主体范围,充分挖掘用户侧分布式储能的巨大调节潜力。



王 锋作

网购服装的监管如何破解

前段时间,“为什么衣服越来越难买”的话题登上网络热搜,评论区网友现身说法,“以前一件衣服穿3年,现在洗两次就变形”“图片上是仙女裙,实物像抹布”……质量不佳、款式趋同、货不对板、尺码混乱是消费者不满的主要原因。此外,服装退货率居高不下,库存、物流、人力等成本不断挤压利润空间,也让商家苦不堪言。在网购愈加便利的当下,为何出现这样的双重困境?

这折射出当下服装行业的结构性问题。对消费者来说,由于担心质量等问题不敢轻易网购高价服装;对商家来说,不高的售价也使其没有动力提升品质。

快时尚潮流作祟。近年来,快时尚模式席卷全球,服装成了快消品,商家为抢占市场,极限压缩生产周期,有的国际快时尚品牌每年甚至能推出超1.2万款新品。这种“以量取胜”的模式导致服装企业使用廉价面料、简化工艺,不足为奇。

电商追逐热点爆款、沉迷数据算法,将大量成本花在刷好评、修美图上。大部分商家设计趋同、抄袭流行,真正沉下心来投入时间和金钱做原创和提升品质的企业反而难以存活,最终劣币驱逐良币。一些网店为了博人眼球,甚至尺码标准不统一,消费者在选尺寸时如同“开盲盒”。

平台的规则制定加剧了消费者和商家之间的矛盾。诸如“仅退款”“退货险”等规则不完善,一定程度上对商家造成了伤

费,但也需设定相应的规则防止部分消费者恶意“薅羊毛”,如此才能维持行业的长期可持续发展。

当前,亟需修复服装商家和消费者之间的互信,服装行业不妨对症下药,迈出第一步。

依赖流量不如提高质量。将成本花在追爆款、刷好评、修美图上,不如精进版型、提高质量。在穿两次就变形的衣服和用料扎实、做工讲究的衣服之间,消费者无疑更愿意选择后者

进行复购。相较于“走捷径”买来的流量,实实在在的口碑为商家吸引的客流才能更长久。这其中不仅需要商家和行业的自律,也需要平台发挥监管作用,堵上用低劣产品赚快钱的路。找准用户群体打造优质品牌。当前服装市场呈现“低端劣质”和“高端天价”的两极分化,中间品质断层严重。针对不同年龄段、不同穿衣场景,商家可细分消费群体、扩展新赛道,根据新兴市场需求开发功能型产品,培育差异化优势,填补市场空缺;也可以通过加强原创、提供定制服务来打造自身品牌,或与热门IP加强联动,在社交平台打造传播矩阵,扩大品牌效应。

优化平台规则让买卖更安心。不久前“仅退款”规则落幕,电商平台对纠正不公平退换货机制进行了有益探索,未来应进一步优化平台规则,让规则不仅能保护好消费者权益,也能维护商家的长远利益,更能助力平台经济的可持续发展,营造健康积极的平台生态。

来稿邮箱 mzijc@163.com

购买临期食品盲盒需谨慎

在社交平台上,一种临期食品盲盒,或者叫剩菜盲盒的东西正成为年轻人追捧的新消费方式,探店博主沉浸式拆盒的视频播放量超百万次。近来,越来越多餐饮商家试水剩菜盲盒,将当天没有卖完的食品打包出售。这类盲盒通常价格优惠,也代表一种环保消费理念,符合当代年轻人的消费特点。食品与盲盒相结合,更是精准击中了追求新奇体验的消费爽点。不过,这一模式也引发食品安全问题的争议,如是否符合保质期要求、储存条件是否有保障等。消费者在购买时,要仔细查看保质期等信息,选择信誉良好的商家进行购买。商家要诚信经营,确保食品质量。此外,还需建立更规范的运营标准,包括更具体的食品安全标准以及盲盒相关规则标准。

(时 锋)

环保产业怎样从“有没有”转向“好不好”

刘峙垭

日前,第三轮第四批中央生态环境保护督察集中通报一批典型案例,涉及内蒙古、陕西、宁夏等地。在生态文明建设处于压力叠加、负重前行的关键期,如何以更高站位、更宽视野、更大力度来谋划推进新时代生态环境保护工作,值得探讨。

近年来,生态环保产业含金量稳步增长,有力提升了我国经济发展“含绿量”。数据显示,我国95%以上煤电机组实现了超低排放,截至2023年底,全国在统计范围内的污水处理厂14620家,生活垃圾处理场(厂)2843家,2024年全国地级及以上城市PM_{2.5}平均浓度降到30微克/立方米以下,地表水优良水质断面比例超过90%。生态环保产业支撑重大生态修复工程建设,企业和社会资本参与“三北”防护林工程,蒙草生态公司先后中标“三北”工程相关项目15个,参与“三北”治理面积达95.81万亩,“三北”工程区森林覆盖率已由20世纪70年代的约5%提高到13.84%。

也要看到,生态环保产业发展仍面临规模性、结构性、体制性瓶颈,制约着其高质量发展的深度与广度。随着大规模环境基础设施建设退潮,传统生态环

保产业规模增量空间相对有限。加大技术创新,培育新质生产力,调整产业结构,寻找新赛道已成为突破生态环保产业发展瓶颈的关键。生态环保项目普遍具有投资大、周期长、收益低的特点,需要建立资金的可持续投入机制,一些地区已建成的污水处理项目因地方财政配套不足处于闲置状态。资源环境要素市场发展不健全,市场价格发现功能未能有效发挥。

从“有没有”转向“好不好”,我国生态环保产业正处于从规模扩张向质量跃升的关键期。对此,需坚持系统观念,从政策供给、技术突破、市场培育三个维度协同发力。

加强支持政策供给。加大中央预算内投资对生态环保基础设施的投入,将更多重大生态环境保护工程纳入“两重”建设。用好“两新”政策,首台(套)政策、出口信用保险等支持国产装备替代。不断健全资源环境要素市场化配置体系,利用碳排放权、用水权、排污权交易提升企业绿色低碳转型积极性。鼓励金融机构开发适合生态环保企业的绿色信贷、绿色债券、绿色保险等金融产品。加强对企业“走出去”的服务支持,打造具有核心竞争力的跨国企业。

日前,国务院国资委在广东深圳举行专题推进会,聚焦深化国企改革,破解体制机制障碍,大力推动科技创新和产业创新深度融合,培育发展新质生产力。如何更好推动国有企业高质量发展、更好服务国家战略,是题中应有之义。其中,加快建立国有企业履行战略使命评价机制是重要一招。

近年来,国有企业考核体系以国资监管机构对国有企业负责人的经营业绩考核为主,推动优化布局、保值增值、科技创新等方面取得明显成效。聚力优化布局方面,设置专项考核指标,引导国有企业布局战略性新兴产业和未来产业,2024年中央企业战略性新兴产业投资2.7万亿元,占总投资比重首次突破40%。推动分类考核方面,加速“一企一策”考核探索,2024年对中央企业经营业绩考核中,个性化指标占比达77%,促进企业在各自领域充分发挥优势。助力科技创新方面,引导研发经费投入,中央企业2022—2024年研发投入连续3年突破万亿元,有效激发企业创新活力。

也要看到,现有考核体系虽已涉及服务国家重大战略、承担重大专项任务等部分考核内容,但覆盖面和导向还不够,在引导国有企业服务国家整体发展履行战略使命方面略显不足。例如,在应急领域,国资央企不讲条件、不计代价,在西藏定日6.8级地震、内蒙古阿拉善新井煤矿坍塌等一系列灾难事故面前,积极参加抢险救援,对国有企业来说更多的是投入、展现的是担当,需要在评价方面予以考虑,引导国有企业在国防、减灾、救灾和生产安全保障方面更好发挥战略支撑作用。再如,在科技领域,国资央企肩负着推进高水平科技自立自强、建设现代化产业体系、发展新质生产力上走在前、作表率的重要作用,兼顾当前和长期,需要通过评价机制引导国有企业更好履行战略使命。

围绕优化国有企业考核评价,国务院国资委和各级国资委做了不少有益探索,以“一利五率”为主的考核指标体系不断健全。比如,创新实施了“一业一策”“一企一策”考核,出台了针对19个行业的考核实施方案,根据企业功能定位、行业特点、承担重大任务等情况,综合考虑了企业的共性量化指标和个性化差异,引导企业努力实现高质量发展。又如,将国有企业承担的战略性新兴产业发展任务视同主业管理,降低战略性新兴产业短期投资回报要求和经济效益指标权重,引导企业加快布局新赛道、塑造新优势。下一步,以评价机制引导国有企业更好履行战略使命,可以从四方面进一步加快探索。

明确评价目标,突出战略使命导向。将服务国家战略需求作为评价机制的核心目标,改变以经济效益为导向的考核模式,结合国有企业功能界定、行业领域及分类改革,对国有企业履行战略使命任务情况展开评价,继续推进“一类一策”“一业一策”“一企一策”,引导国有企业将资源向关键领域倾斜。例如,对承担“卡脖子”技术攻关的企业,强化长期技术突破的评价导向。

科学选取指标,构建多维评价指标体系。着眼于建立科学、客观、量化的指标体系,对国有企业战略使命任务完成度设置相应指标。充分发挥国有企业出资人部门或行业主管部门作用,对战略使命任务完成情况进行定性判断和评估,增强评价客观性和科学性。

创新评价机制,完善动态管理。延长评价周期,对重大战略使命任务开展定期评价,结合年度评价与战略使命任务周期评价,引导企业长期行为。建立评价结果动态反馈机制,针对战略使命执行偏差及时提出改进要求,形成“评价—反馈—改进”的闭环管理,确保国有企业履行战略使命评价机制与国家战略政策衔接一致。

强化机制保障,推动应用落实。国有企业履行战略使命评价既要避免因重复考核加重企业负担,又应防止出现包含或替代关系,确保两者相互补充、协同增效。对战略使命任务履行成效突出的企业,与企业资源配置、负责人晋升、薪酬激励等挂钩,激发国有企业主动服务国家战略的积极性,切实强化评价结果的刚性约束力与战略导向性。

(作者系中国宏观经济研究院经济体制与管理研究所副研究员)