

## 引金融“活水” 增民企活力



民营经济发展再次迎来政策利好。近日召开的国务院常务会议提出鼓励金融机构采用续贷、展期等支持民间投资,对符合条件的项目提供政府性融资担保,抓紧推出面向民间投资的不动产投资信托基金项目,鼓励民营企业市场化债转股等具体举措。引金融“活水”为民营企业增活力,对于助力民营企业克服眼前困难、实现更好发展,具有十分积极意义。

60%以上的国内生产总值、70%以上的技术创新成果、80%以上的城镇劳动就业。然而,对民营企业的金融支持还存在一些不足,“融资的高山”依然让不少民营企业望而却步。不久前召开的中国人民银行货币政策委员会2022年第一季度例会就提出,要努力做到金融对民营企业的支持与民营企业对经济社会发展的贡献相适应。

近年来,我国民营企业、民营经济不断发展壮大,在推动发展、改善民生、促进创新、深化改革、扩大开放等各方面都发挥了不可替代的重要作用,贡献了50%以上的税收、

当新,民营企业发展面临新的压力和挑战。新冠肺炎疫情和乌克兰危机导致风险挑战增多,我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升,广大民营企业受到不同程度影响,民营企业特别是中小微

企业面临融资困难更加突出。

经济是肌体,金融是血脉。作为实体经济的重要组成部分,民营经济与金融业是共生共荣的关系。为实体经济服务是金融的天职和宗旨,在民营企业发展遇到困难的时候,金融机构更应该伸出援手、主动作为,与民营企业共渡难关、并肩前行,最终实现民营经济与金融业发展的良性循环。

一方面,要加快建立长效机制,着力提升金融机构服务民营企业的意愿、能力和可持续性。当前,以银行贷款为主的间接融资依然是我国企业融资的主要方式,银行出于风险控制考量,对抵押物、企业信用等方面要求较高。而民营企业尤其是中小微企业存在“缺抵押、缺信用”的天然短板,在获取银行贷款时往往处于不利地位。破解这一困境,就要引导金融机构打破传统信贷模式,强化金融科技手段运用,合理运用大数据、云计算、人工智能等技术手段,创新风险评估方式,提高贷款审批效率,拓宽对民营企业的信贷覆盖面。同时,发挥好政府性融资担保作用,积极开展政银担业务合作,合力破解民营企业融资难题。

另一方面,要加大金融创新力度,加快构建多层次资本市场,拓宽民营企业融资渠道。近年来,随着资

本市场改革深入推进,科创板顺利推出、北交所成功设立,为很多高成长、高质量、前景好的民营企业引入了源头活水。下一步,还要持续深化以全面实行股票发行注册制为主线的资本市场改革,进一步加强资本市场基础制度建设,引导不同阶段的企业通过不同层次的资本市场融资,为民营企业发展提供更加广阔的融资空间。

民营经济是我国经济制度的内在要素,是推动我国发展不可或缺的力量。无论在什么时候,无论遇到什么困难,我国民营经济只能壮大、不能弱化。应对经济下行压力,应对内外部风险挑战,离不开民营经济和民营企业的高质量发展。鼓励民营经济发展,政策尤需扶上马、送一程,加快为民营经济注入更多金融“活水”,有效激发民间投资活力和民营企业发展活力,让民营经济在风雨兼程中不断发展壮大,为经济社会高质量发展提供不竭动力。

·吴秋余·  
(来源:人民网)

### 权威之声

## “6·18”也是快递物流业的“期中考”

一年一度的“6·18”年中大促刚刚落下帷幕。6月19日凌晨,京东宣布今年“6·18”累计下单金额为3793亿元,超过去年3438亿元的战绩,同比增长10.3%。随后,拼多多、苏宁易购、唯品会等电商平台也纷纷发布了各自的数据。

今年的“6·18”略显冷清。往年从5月开始,各大电商就拉开架势,此起彼伏打起了营销战,今年则省去了许多“猛如虎”的操作。今年电商平台发布“成绩单”时也省去了许多喧嚣,往年“6·18”当天就按时段披露阶段性数字,今年则一概从简。

今年“6·18”,消费并不冷清。数据显示,今年家电品牌在各电商平台的战绩再创新高,尤其是万元以上高端家电销售同比增长明显,双开门冰箱、除菌洗烘一体机等高端产品销售快速增长。日化品类尤其是美妆等悦己类消费增长迅猛,健康消费逐渐成为“刚需”,营养保健与医疗器械等健康产品销售迎来较大增长。这些现象表明,随着经济发展和居民收入稳步增长,消费向品质型、多样化升级趋势依然强劲,我国消费结构升级态势没有改变。

与往年有所不同,今年“6·18”不仅是消费者的购物狂欢,也被视为商家纾困的“关键战役”。今年3月份以来,国内疫情多点散发,上游生产商、下游销售商经营都受到疫情冲击。为了增强商家信心、提升士气,各主要电商平台都采取了一系列“6·18”助力商家举措,有的从规则调整、费用减免、营销扶持等方面出台帮扶举措,有的通过金融补贴、物流疏通、流量补贴等举措为电商消费带来更多生机。总的来看,许多商家通过这场“战役”减轻了生存压力,收获了发展信心。

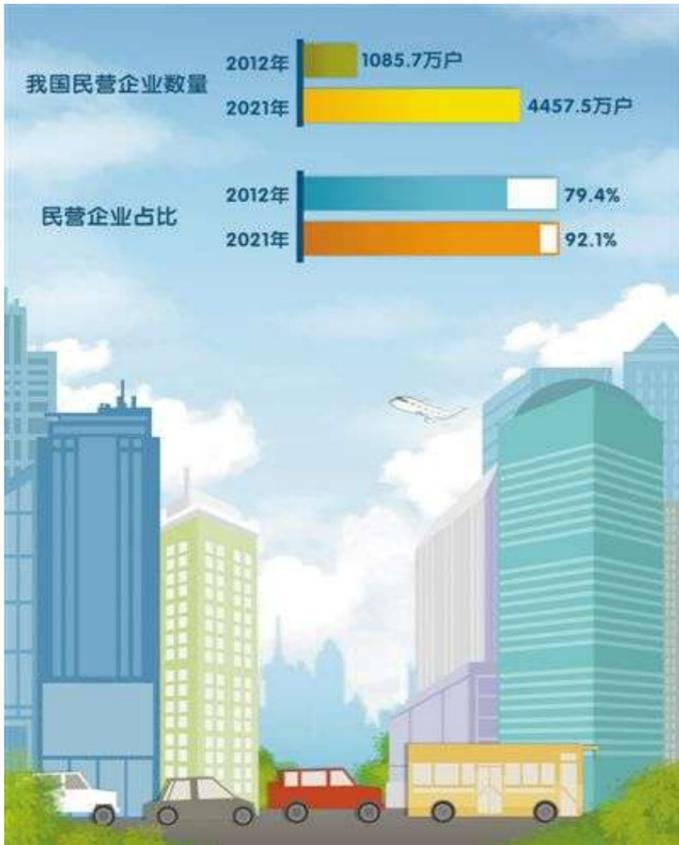
今年“6·18”被视为对快递物流业的“期中考”。受疫情影响,过去一段时间里,快递物流企业服务网络一度遭受重创,快递公司普遍存在发货、配送延迟或无法寄收快递的问题,部分地区甚至出现阶段性中断。随着疫情好转以及全国物流保通保畅工作的推进,各地货运物流有序运行。“6·18”期间,相较平时包裹量增加不少,虽然快递配送过程中仍存在一些困难,但发货物流疏通情况整体较好,快递行业通过了这次年中旺季的大考。

从某种角度看,今年“6·18”也是中国经济的“期中考”。受国际环境复杂严峻、国内疫情冲击等超预期因素的影响,二季度经济运行下行压力加大。4月份受多地疫情散发的影响,经济主要指标出现下降,吉林、上海等地的疫情接连暴发后,物流受影响的地区占比一度达到50%至60%,我国社会消费品零售总额则同比下滑11.1%。

面对困难局面,各地区各部门加大物流保通保畅力度,经济运行实现由受到疫情冲击因素出现下滑到逐步恢复的转变。5月份,经济运行出现了积极变化。随着国内疫情防控形势总体改善,生产供给逐步回升,物流保通保畅的效果不断显现。进入6月份,随着一揽子稳增长政策措施的落地见效,经济运行有望进一步改善。此时,“6·18”年中大促不仅成为提振消费的重要抓手,也是对消费复苏以及经济恢复“成色”的一次检验。

稳步增长的电商平台“成绩单”,是各电商平台、上下游商家、快递物流企业努力的战果,也是我国经济逐步克服疫情不利影响,呈现恢复态势的具体成果。目前来看,虽然受疫情冲击,国内消费仍处于恢复之中,但随着疫情防控效果不断显现,宏观政策调节力度加大,新的大力度纾困措施的落地实施,企业发展环境不断改善,未来的消费盛宴会越来越精彩。

·樊大威·  
(来源:北京青年报)



2012年至2021年,我国民营企业数量从1085.7万户增长到4457.5万户,民营企业在企业总量中的占比由79.4%提高到92.1%,在稳定增长、增加就业、改善民生等方面发挥了重要作用。继续毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展,极大激发了民营企业发展活

力。

这正是:民营企业焕生机,蓬勃发展活力显。增加就业促创新,改善民生作贡献。

曹一/图 郅延文

## “知识+带货”的另类直播 能否促进行业升级?

近日,一位自称撞脸“兵马俑”的带货主播屡屡登上热搜,他一边直播带货,一边教英语,说文识字,拼手速促下单的带货直播间,似乎变成了一节“文化慢直播课堂”。该主播的账号粉丝数一周时间突破了1000万,更有单场直播商品销售额超过四千万的佳绩。有网友留言说“我是来学知识的,顺便买东西”。

以卖货为“副业”,以讲课为“主业”,孜孜不倦地输出知识,这位主播曾是一位有着8年教学经验的英语老师。在他的直播间,成语层出不穷,传统文化与生活哲学交替,没有肾上腺素飙升的刺激和秒杀的紧张,让网友从奔商品而来转变为奔知识而来。

直播间的这一变化值得思考。“有内容”的主播是否会成为未来直播带货的“常青树”尚不可知,但却在一定程度上赋予了带货主播这个职业更加丰富的精神价值,也在一定程度上给已经固化的直播带货形式打开了新的思路。以往偏“直给”甚至有些“粗暴”的直播带货形式是不是可以有更多新

的尝试呢?而主播是否也应该除了关注货品的销售量的同时,也要在个人综合素质上有所提升?

直播卖货不仅仅是一种交易方式,也可以说是一种“社交购物”。近年来,许多明星、公众人物都涌向直播间,利用自身的流量和影响力去带动信任消费。2020年,网络带货主播以“直播销售员”成为正式工种,从国家层面的认可和管理到央视“最强带货天团”三小时直播销售五个亿助力湖北经济复苏,再到“有内容”的带货主播受网友欢迎,带货主播的业务能力已经悄然升级。

随着人民群众精神文化需求的不断提高,有内涵、有温度的知识型主播越来越被大众所接受,网友也更愿意为知识付费。没有依靠“简单粗暴”的“颜值”“喊播”“吃播”,这位撞脸“兵马俑”的主播走红并非偶然,这代表着网友在关注直播间产品的使用价值之外,也在探寻主播带给自己的心理预期。且不论“知识+带货”的另类直播能否长青,但对知识的追捧,必将是一件有益之事。

·暖山·  
(来源:人民网)

## 高考后还得过好 志愿填报这一关

高考已经落下帷幕,成绩公布后,填报志愿将是另一场大考,是考生和家长的心头大事。俗话说,“七分考三分报”,考得好,还得志愿填得好才行。在新高考背景下,志愿填报难度陡增,传统文理分科模式变成了专业科目组合,专业和录取规则不断变化,在给予考生更大选择权的同时,也提高了选择的难度。

在此背景下,各类高考志愿填报服务应运而生。既有提供一对一服务的教育博主,也有专门的高考志愿填报机构,甚至还有所谓依托大数据、人工智能等的填报服务,号称只要输入个人高考成绩,系统就会智能匹配符合考生情况的报考院校,“填报志愿一键搞定”“分分钟选出专业”。数据显示,截至今年6月,我国现存高考志愿相关企业2033家。

但从现实情况来看,高考志愿填报市场还非常不规范。各类服务收费不等,少则几百元多则几千元,服务质量也参差不齐。一些所谓的“志愿规划师”其实是临时招募的社会人员,只经过几天培训就匆匆上岗,还有一部分“志愿填报专家”没有扎实的专业训练和背景,按培训过的“台词”给考生和家长辅导。一些人号称拥有相关职业资格证书,但实际上国家从没发过“高考志愿规划师”等职业资格证书。一些培训机构出示的证书上,甚至有明显的英语翻译错误。而所谓的大数据填报,其实都不去分析背后的数据是否靠谱。志愿填报本质上是在综合考虑个人成绩、职业规划、兴趣爱好等因素下做出选择,数据顶多可以提供一定的参考,又如何能决定考生的专业和院校?市场背后的荒唐,由此可见一斑。

考生和家长如果把志愿填报完全交给所谓的规划师或者机构,结果很可能是花了钱,但是却被这些机构和人员误导,从而遭遇高考志愿填报的“滑铁

卢”,没有被理想的高校和专业录取,造成了诸多遗憾。面对这种情况,考生和家长应当保持警醒,谨慎选择、科学甄别、综合运用各类第三方信息和服务,避免了智商税还付出了巨大的机会成本。但也要看到,志愿填报服务市场之所以快速发展,正是源于巨大的信息不对称、服务不对称,由此催生了专业服务的需求。

因此,一方面,要规范志愿填报服务市场,建立相应的行业标准和市场准入门槛,让考生能够享有优质的专业服务。另一方面,还要认识到,志愿填报服务不能单纯靠市场机制来解决,它要求各地各校积极运用信息化手段,为考生提供志愿填报的政策解读、参考信息和咨询指导。比如,湖南要求全力以赴做好招生政策宣传解读及高考志愿填报咨询服务工作,切实为考生和家长排忧解难,包括开展覆盖全体师生的志愿填报培训、开展志愿填报指导专家讲座,进行志愿填报模拟演练,“手把手”指导考生志愿填报操作,及时发布招生录取预警信息,提醒考生及家长切勿轻信所谓的“天价”志愿填报指导服务等。这些要求,都直击志愿填报服务的痛点。

当然,还需要让家长有一个清晰的认识,即不要以为花钱就能给孩子做好专业和院校的选择,就能确定孩子的人生发展方向,那是对孩子极大的不负责任。说到底,考生是志愿填报的第一责任人。填报志愿的时候,考生首先要把自己的人生方向考虑清楚,必须结合兴趣、能力、性格、求职意愿和就业前景等要素填报志愿,绝不能把命运选择的权利交到他人手中。

·杨三喜·  
(来源:光明网)

### 热点时评

## 踏入职场的00后, 需要被平视

“00后整顿职场”的话题频频引发舆论关注。然而这样的“整顿”行为初露锋芒,“职场”就出手了。

据媒体报道,广东一公司专门设立名为“新一代”的新部门,将00后员工全部纳入其中进行统一管理。据了解,成立该部门的起因是一个00后员工工作效率比较低,当领导质问时,他顶嘴说:“那你叫别人做。”公司表示,成立这样的部门并不是00后表现不佳,而是公司的00后和目前管理制度的大框架有不太契合的地方。

设立新部门,专管00后,尽管这个部门有一个好听的名字——“新一代”,但我们读到的却是表面的强势与背后的紧张。面对不仅会写“单个作品播放700W+”“点赞50W+”,还敢于在简历上写“有一定的法律咨询经验,曾在闲鱼小法庭决策超过10次”的00后,面对坦坦荡荡表示“参加不了团建,请假,要健身”的00后,现有管理层发出“难管”的感慨不难理解。

凡事都有两面。初出茅庐的00后或许真的难“管”,但也许“管”本身已变得不那么合理。近现代以来的典型工作场景是车间和公司,由此才催生了一套“管”的思路。而当典型的工作场景早已突破了车间与公司的边界,越来越倾向于线上化、可随时随地聚散的社群。00后伴随这个场景成长,那么我们是否该反思,曾经有效的“管”,还管用吗?当管理逻辑已经失效,忍受传统意义上的职场辛苦还有意义吗?

2022年,是第一批80后正式走入职场的第20年,是第一批90后开启职业生涯的第10年,也是第一批00后进入社会的元年。每一代都带着代际标签的年轻人登上舞台,都会给社会带来各种影响与冲击。这种冲击,既包括了社会结构权

力的变化,也包括了社交方式、合作模式和社群生态的变化,关注新生代所带来的风险与挑战,本就是社会创新的一环。

我们也要看到,今天的00后,是喊着“现实者不功利,理想者不空谈,仁爱者不软弱,刚直者不偏激”进入职场的,是怀着“希望每个人都能为他们的幸福拓展纵深,只要我们往前走一步,这个国家就会往前走一步”的想法踏入社会的。在“不听话”“不服管”“太倔强”的另一面,正是创新、平等与执着。他们所呈现的精神特质,是互联网时代所赋予的,很大程度上也有赖于前辈打下的物质基础与精神基础。珍视00后在职场中表现出来的某些性格特质,因为他们所重视的价值,其实也在每个人的心底。

踏入职场的00后,需要的是平视。这样的平视,既包括构建相对平等的职场关系,也包括站在00后的角度给予一份清晰的职业规划,更包括制定在法治框架内的职场运行规则。其实,在现实生活中,00后未必是职场中的强势群体。应届毕业生总人数和城镇青年失业率的再创新高是职场生活的大背景,正因他们的非强势地位,才导致“00后整顿职场”这样的“爽文”频频在热搜榜上出现,这正符合了传播学上的弱定律。而这背后,其实寄托了更多群体的社会诉求。

当00后长大,有了更多的羁绊与负重,他们的我行我素也许会有所变化。但起码现在,我们在他们的身上看到了不愿轻易接受变化的执着。当00后在职场的比例超过了一定的阈值,也许改变的将是他们。但在此之前,请多花些时间去倾听,为00后解决一些真正的职场难题。

·张焱·  
(来源:光明网)