“资本下乡”考验银行智慧

李 晓

经济时评

长期以来，由于农业、农村产业利润回报率较低，导致金融资本不愿意进入农村市场。然而，“资本下乡”可使城市工商资本回流农村，商业银行无疑走到了十字路口，是否需要重归或进入农村市场

今年的中央一号文件提出，鼓励和引导城市工商资本到农村发展适合企业化经营的种养业。在新一轮“资本下乡”的号角吹响时，我国银行业既迎来了发展的机遇，又面临转型的挑战。

从我国宏观经济形势来看，传统的投资拉动型和出口导向型经济的潜力日渐缩小，迫切需要培育新的经济增长点，而“三农”正是我国经济发展的增长点和拉动力。城市工商资本进入农村为“三农”造血和城镇化战略的实施，蕴藏着巨大的消费和投资潜力。

从信贷需求来看，“三农”领域的贷款需求旺盛。近年来，监管部门不断强调，信贷投放要向涉农领域倾斜，确保涉农贷款增速和信贷增量的增长。截至2012年末，我国银行业金融机构涉农贷款余额17.6万亿元，同比增长20.7%。

中央一号文件明确提出，要改善农村金融服务，稳定县（市）农村信用社法人地位，继续深化农村信用社改革；探索农业银行服务“三农”新模式，强化农业发展银行政策性职能定位；鼓励国家开发银行推动现代农业和新农村建设。中央一号文件对政策性金融和合作性金融既提出了要求，也给予政策上的扶持。

长期以来，由于农业、农村产业利润回报率较低，导致金融资本不愿意进入农村市场。广大商业银行将主战场放在城市，甚至一些国有商业银行还曾撤销原有的农村网点，逐渐削弱或退出农村布局。在城市，银行间竞争激烈，争相向工商企业筹融资，并分享工商行业的高利润回报。然而，“资本下乡”可使城市工商资本回流农村，商业银行无疑走到了十字路口，是否需要重归或进入农村市场？进则面临巨大的投入成本，退则失去一部分客户。

同时，商业银行进军农村市场，势必加剧竞争并对现有的中小农村金融机构形成冲击。当前，以农信社为首的中小农金机构仍承担着农村地区主要的金融服务，在农村市场占据相当的份额，在当地享有良好的口碑。然而，与商业银行的资金、技术、人才等优势相比，中小农金机构的实力却相差甚远。因此，“资本下乡”带来的大行回归也成为农金机构寻求自身突破的动力。

在各自谋求转型之时，由“资本下乡”带来的一些问题和风险却是所有金融机构必须应对的，如要合理创新金融产品和服务，满足“三农”信贷需求。还有一些工商企业打着“涉农”的旗号，把贷款投向其他领域，如从事房地产行业等，出现信贷资金被挪用的风险，因此，严格控制涉农贷款的不良率至关重要。

速评

“弃富逐贫”怪状需要机制纠偏

徐 达

事件回放：

近日媒体报道，山西大同县在成为“小康县”16年后，主动要求“返贫”并取得成功，开始享受“贫困县”待遇。

三言两语——

曾是小康县的大同县，何以会“弃富逐贫”戴穷帽？仔细思考，人们不难发现，较之贫困县，小康县不仅失去了大量扶贫资金、项目和各方支持，而且相关配套支出还带来沉重负担。相比之下，穷帽子得钱、得项目，实际更“实惠”，于是一些地方政府就越来越“有动力”去追逐这些穷帽子。

穷帽子的抢手，折射出政绩观的偏差。这些地方本应从当地实际出发，想方设法发展经济，带领百姓致富奔小康。而在个别地方的政绩考评观念中，“富”是政绩，“穷”也是政绩。“富”的政绩，可为地方争得荣誉；“穷”的称号，则可以争取到扶贫资金，争取得越多，“政绩”越大。其实，戴上穷帽子绝不是什么光荣事，只有当地经济发展了，群众充分享受到改革发展的成果，人们丰衣足食、安居乐业，这才是真正的政绩。

这样的“弃富逐贫”也暴露出我国扶贫制度还存在弊端。长期以来，我国对贫困地区的扶贫多为送钱、送物，这种“输血式”扶贫不可能从根本上实现贫困地区脱贫，反而还使其他不是很贫困的地方心生“羡慕”，甚至人为“制造贫困”，以得到相关资金。这无疑会加剧公共财政分配的不公，扭曲了扶贫资金的本义。笔者认为，对贫困地区，国家既要给予资金扶持，更要帮助他们用好扶贫政策，帮他们发展产业，恢复“造血”功能，这才是治本之策。

新闻漫谈

破解“用工荒”还要多关爱

郑 文

春节长假和元宵节过后，不少城市的企业和用人单位又开始遭遇了“用工荒”困局。

近年来，“用工荒”频频出现，亦喜亦忧：喜的是，一些原本是劳务输出中西部地区，经济发展迅速，用工需求上升，很多农民工在家门口就可实现就业；忧的是，一些沿海省份劳动密集型产业面临用工不足的困境。于是，在不少城市，都出现了“抢农民工”的现象。

笔者认为，要想留住农民工，关键在于留住他们的心。随着我国经济社会的发展，农民工越来越成为城市发展的重要力量，关心关爱农民工已经是时代发展的必然。

多年前，深圳市就实施农民工融入社会计划，让农民工顺利成为新市民，千方百计关注、关爱和关心农民工。因此，在“用工荒”下，深圳用工缺口并不是很大。

破解“用工荒”，其核心就体现在农民工如何融入城市和城市如何接纳上。笔者认为，城市当以最大的胸襟接纳农民工，以最有力的举措吸收他们成为新市民，使他们能够在城市里安心工作和生活，并能够留得住、留得好。

如何留住农民工，不仅考验着企业和用人单位，同时也考验着城市以及城市管理者的智慧。

尊重得人心

2月25日是元宵节后的首个工作日，浙江台州一企业的高管们在厂区门口以列队鞠躬的方式欢迎员工上班。从2008年开始，该企业每逢重大节假日后，高管都会以这样的方式欢迎员工返厂。据介绍，实行这种特殊的欢迎方式后，公司上下关系更为融洽，员工流失也明显减少。

这样的事情让人很欣慰。近年来，招工难成为困扰不少企业的现实问题，如何留住老员工更是当务之急。不少企业各显神通，有的提供集体宿舍，有的给按时到岗上班的发放红包，还有的为员工子弟提供幼托服务，千方百计留住员工，收到了良好效果，让员工对企业的忠诚度明显提升。

高管给员工弯腰鞠躬，显示出资方对工人的诚意。这也提醒更多的企业，要建立和谐的劳动关系，除了满足员工合理的报酬和物资需求，还应该体现出更多的人格尊重和精神鼓励。

（宗 编）

来论

破除过度包装 丢掉“面子”虚荣

李英锋

有资料显示，目前我国城市生活垃圾里有超过三分之一是包装性垃圾，包装废弃物体积占固体废弃物的50%，每年废弃价值达4000亿元。

包装只是内装商品的从属品，主要功能是延长商品的保质期，便于商品的储存、运输、携带，给有关的商品信息提供附着媒介，也有美观促销的功能。但无论如何，包装都不能脱离其实质功能，其价值在整个商品的价值中所占的比例不宜太高，否则有“喧宾夺主”、“椟”贵于“珠”之嫌。

俗话说，没有买的就没有卖的。企业为了实现利益最大化而实施的包装营销，是过度包装的一个重要病根，而消费者的“中国式面子”更是主要原因。不少消费者在自己消费时往往会选择包装简单实惠的商品，但在为他人购买礼品时，就青睐外表“豪华、美丽、名贵、大气”的过度包装商品，消费者明知商品华而不实，但为了面子，为了显示诚意，为了显示礼品的档次，也愿意购买，或者不得不购买。“中国式面子”抬高了对过度包装商品的消费需求，给过度包装商品的畸形生存发展提供了土壤。

要破除过度包装乱象，除了抓紧健全完善有关限制商品过度包装的法律规范，加强监管，从源头对企业的过度包装行为进行遏制，更需要消费者破除“面子”。消费者的需求和选择决定着市场的风向，决定着商品生存发展空间的大小，也能够对企业的营销行为产生反向影响力。如果消费者能够放下“面子”，抵制过度包装，用自主选择权理性消费，那么，消费者就会形成“用脚投票”效应，过度包装商品的市场就会逐渐萎缩甚而会最终消失。

厉行节约，反对浪费，人人有责。大吃大喝是“舌尖上的浪费”，过度包装则是“包装上的浪费”，其危害也不容小视。我们有必要拿出遏制“舌尖上的浪费”的力度来遏制“包装上的浪费”。遏制“包装上的浪费”的选择权和主动权就掌握在消费者手中，全体消费者要共同努力。

（作者单位：河北省滦南县工商局）

树立科学理性消费观 ②

莫把“浪费”当“消费”

欧阳优

> 有些铺张浪费耗费的是公共财富，挤占的是扩大居民消费的空间和能力。我们需要的扩大消费，是提升老百姓在衣食住行上的合理正常需求，我们所追求的消费升级，是希望老百姓在养老、旅游休闲、文化娱乐等方面舍得花钱，都是正常消费，而非浪费

中央提倡节俭，狠刹奢侈浪费、公款吃喝等风气，很多高档餐厅、会馆顿时冷落，一些高端礼品也销售乏力。有调查显示，春节期间，许多城市高档酒店的鱼翅、海参等餐品销售额下降了七成。对此有部分人担心：没有适度地提前消费，或者过于严格地控制浪费，是否会破坏某些行业的发展，是否会影响到扩内需、促消费？

看来，厘清“浪费”和“消费”之间的区别，实在很有必要。

浪费与消费，一字之差却有着本质区别。“浪费”即滥用、无谓的消耗，而“消费”则是人类为了生活需要而消耗生产品。也就是说，同是“消耗”，一为“无谓”，一为“需要”，性质截然不同。

消费是拉动经济增长的“三驾马车”之一，是扩大内需的重要内容。但刺激消费并不等于“鼓励奢靡浪费”。我们需要的扩大消费，是提升老百姓在衣食住行上的合理正常需求；我们所追求的消费升级，是希望老百姓在养老、家政服务、旅游休闲、文化娱乐、体育健身等方面舍得花钱，实现人的全面发展。所有指向，都是正常消费，而非浪费。

据有关机构统计，我国一年仅餐饮浪费的食物蛋白质就达800万吨，相当于2.6亿人一年所需；每年“三公”消费高达9000亿元之巨，大量财政资金被严重浪费；各地在资源浪费特别是城市建设上的铺张更是触目惊心：比如，花费5000万元打造豪华天桥、耗资6000万元建孙大圣故里却只建成了一座接待中心、耗资巨大的“梁祝故里”如今一片荒凉，一些城市重复建设不断，“马路拉链”几乎天天都在上演……与此形成鲜明对照的是，我国尚有1.25亿人口没有脱贫。从根子上说，这些铺张浪费耗费的都是巨量公共财富，挤占的都是广大居民消费的空间和能力，相比于扩大内需的实质，严重妨碍了民生问题的解决，是增加消费、扩大内需的“大敌”。

诚然，禁绝大吃大喝，高端餐饮行业必然走低；喊停奢靡排场，相关产品和服务肯定少了销路。但这也是制止畸形消费必须付出的一些成本，其目的在于更好地拉动有效消费。只有挤掉浪费泡沫，真正将扩大消费的着力点下移，把省下来的钱更多地投入到提高居民收入占GDP之比、加大对公共保障的投资、用公共财政兜底贫困人口的基本生活上，让老百姓的“钱袋子”鼓起来，消费信心涨起来，才是真正拉动经济可持续发展的重要力量。

本版编辑 张 伟 周颖一
本版邮箱 mzjjgc@163.com