



面对如此汹涌的互联网金融热，理性的态度应是一方面要充分尊重互联网金融发展的自身规律，因势利导积极鼓励其健康成长；另一方面也要冷静观察，正视其中可能出现的风险，通过更严格的标准和更有效的监管，规范其发展——

对互联网金融热的冷思考

马志刚

近一个时期，一场前所未有的互联网金融热潮正在席卷中国，阿里巴巴发布“余额宝”，新浪发布“微银行”，腾讯发布微信5.0与“财付通”打通，做游戏的巨人网络推出“全余额宝”，多家基金公司的淘宝直营店陆续开业，各大银行、保险纷纷成立电子互联网金融平台。面对如此汹涌的互联网金融热，理性的态度应是一方面要充分尊重互联网金融发展的自身规律，因势利导积极鼓励其健康成长；另一方面也要冷静观察，正视其中可能出现的风险，通过更严格的标准和更有效的监管，规范其发展。

包括互联网支付、P2P、众筹融资等种类的互联网金融，是移动互联网时代金融业创新不可逆转的大趋势。截至2013年6月底，我国网民规模达5.91亿人，网络购物网民规模达到2.71亿人，网络购物使用率达45.9%，互联网已经成为影

响我国经济社会发展、改变人民生活形态的关键行业，与各行各业均出现了融合发展趋势，金融与互联网“联姻”势不可当。在这种背景下，P2P贷款平台、网络信贷机构、网络支付等各式各样的互联网金融“金”风生水起。如今，不仅互联网企业对金融化青睐有加，越来越多的传统金融企业也已加入到这场金融与互联网融合的新的“抢滩登陆”之中。据不完全统计，2012年真正从事互联网支付的企业有97个持有央行支付牌照，还有150多家是预付卡业务，而最近可能还有一批牌照即将发放。

互联网金融突破了时间和空间的限制，有着传统金融难以比拟的优势，不仅迎合了我国互联网普及和信息消费升级的新趋势、满足了消费者和企业希望获得更多便利金融服务的迫切需要，而且能通过大数据、云计算等手段让那些无法从银行

贷款的中小企业和个人受惠，通过竞争刺激传统银行跟上时代和科技的步伐，最终带给客户更好的产品和服务。因此，很多互联网金融产品一经推出就受到了“追捧”。有报道称，余额宝上线18天，累积用户数就超过250万，存量转入资金规模达到57亿元。

互联网金融是个新生事物，在凸显诸多优势和便利的同时，也存在风险控制的问题。当前，互联网金融产品及模式创新速度很快，但相当多的互联网金融公司本身不具备必须的合规机制，缺乏风控能力，监管相对薄弱甚至出现“真空”。也正因为如此，使得个别P2P平台有机可乘，举着“创新”旗号行非法吸收公共存款、非法集资之实，累积了不可小觑的金融风险。

金融风险往往是把“双刃剑”。从世界资本市场来看，雷曼兄弟的“迷你

债”、“麦道夫理财事件”等的崩溃及国际金融危机爆发，都无不警示我们，任何创新和发展都要在合法和合规的前提下进行，否则金融创新有可能成为脱缰的野马，给创新企业自身乃至更大范围造成损失。促进互联网金融发展应以史为鉴，不仅要在鼓励创新上做文章，同时也要在防范风险上做文章，不断更新规章制度和监管标准，同时还要掌握好监管的分寸，既防范风险，又不能管得太死，以至扼杀了创新。只有这样，才能使金融业保持健康发展方向。据悉，一个由央行牵头的互联网金融与发展监管小组最近在上海、杭州实地调研，对互联网金融企业的业务模式、风险体系等进行考察，为待解的发展与监管问题开了个好头。一定要认识到，只有处理好监管和发展的关系，互联网金融才有可能真正成为新的增长点。



如何看待“在家上学”

事件回放 各地学校陆续开学。某教育机构近日发布一份研究报告称，全国约有1.8万名学生选择“在家上学”，多集中在广东、浙江和北京等经济发达地区。报告显示，这些选择“在家上学”的孩子主要处于小学阶段，多数源自家庭不认同学校的教育理念。

未必是明智之举

因为不认同社会主流教育理念和模式，有些父母就将孩子接回家中。在笔者看来，这种选择未必明智。首先，孩子上学不仅是为了学习老师教授的书本知识，更是为了学会与人相处，学到包容、友爱等优良品质。其次，有些家长因为学校教学进度不一而选择在家加速“培养”，无异于拔苗助长，当孩子长大后进入社会，很可能出现不适应。

还有些家长仅仅因为孩子厌倦学校生活就作出类似决定，而不是找出原因对症下药。父母需要做的，并不是盲目地帮助孩子“逃离”学校，而是要帮助他战胜困难、重新融入学校。正所谓，“父母之爱子，则为之心深”。

(闫芳 河南开封 教师)

以包容心看待

“在家上学”作为一种另类教育模式，是以家庭为主要教育场所、通常由父母或家庭教师组织开展的教育活动。其实，国人对“在家上学”模式并不陌生，古时候就有私塾，聘请教师单独授课，或者家长亲自上阵，而目的都是一致的：给孩子传道授业解惑，为社会培养人才。“在家上学”是极少数家庭的自主选择，并不会对社会主流教育模式造成太大冲击，不妨用包容心去看待。

条条大路通罗马，信息化时代的来临，使网络上拥有丰富的教育资料，这为“在家上学”打开了机会大门。笔者认为，只要是养成良好的自主学习习惯，真正用心去学习，自学成才的道路也会越走越宽，“在家上学”一样大有可为。

(江德斌 浙江台州 市民)

不要片面解读

对于这份报告，我们需要理性对待。我国小学生人数约有1亿人，万分之一左右的学生有特殊求学途径并不奇怪。反思主流教育模式也是好的，但如果片面解读，无限放大1.8万人这个数字，甚至引起一些家长盲目效仿，赞同孩子“逃离”学校，很可能导致不良后果。

现代教育分工明细，家长与教师角色合二为一有极大的难度，完整的教育非一两个家长能完成的。家长是否具有好的教育素养，成为“在家上学”有无危机的关键因素。进一步说，个别家庭与主流教育体制相抗衡，其力量与功效微乎其微。小学阶段离开主流、中学重回主流，也表明“在家上学”无法提供连续的教学。

(龚明俊 湖北襄阳 教师)

涉及相关法规完善

“在家上学”引起广泛讨论，论争焦点之一在于此举是否违法。《义务教育法》规定：“适龄儿童、少年的父母或者其他法定监护人无正当理由未依照本法规定送适龄儿童、少年入学接受义务教育的，由当地乡镇人民政府或者县级人民政府教育行政部门给予批评教育，责令限期改正。”

然而，就受教育权利的实现情况来看，正常的“在家上学”并不等于辍学或失学，孩子的受教育权并未受到侵犯，而是通过在家接受个别化教育这一特殊形式得以保障。因此，在法律层面上，需要在适当的时机开展以下两项工作。第一，对《教育法》、《义务教育法》中的“入学”概念出台司法解释，明确“入学”的形式不仅是“入校”。第二，修改完善有关办学条件与教育管理的规定，建立一套规范的“在家上学”管理体系，防止家庭教育权的滥用行使，损害少年儿童的受教育权。

(董平 江苏盐城 法律工作者)

拒豪华月饼 过节俭中秋

张琳

距离中秋节不到一个月，很多超市、商场开始上架月饼。往年此时，月饼券已在送礼者、受礼者、“黄牛”中流转。但据报道，今年准备中秋送礼的少了，连月饼券的销售也清淡了许多，上海的一些月饼券“黄牛”对此抱怨道：“生意越来越不好做了”。

近年来，有些月饼的价格越来越离谱：一是在馅料上大做文章，加入名贵中药材或海鲜等；二是在包装上费尽心思，使用不锈钢、镀金、红木等盒子，让人有买椟还珠之感。这些以中秋为噱头的豪华月饼层出不穷，几乎演变成奢侈品或送礼的道具，不仅引起广大群众的反感，也是奢靡之风和铺张浪费的具体表现。

中央纪委常委会日前召开会议强调，要坚决刹住中秋节、国庆节公款送月饼送礼、公款吃喝和奢侈浪费等不正之风，过一个欢乐祥和、风清气正的中秋和国庆节。这一明确要求与月饼券遭冷遇，让人看到了治理奢靡浪费之风的希望。月饼虽小，蕴含的意义却不小。我们实在不该因为过节而放松节约意识，让群众路线教育实践活动和厉行节约反对浪费行动的成果打折。

其实，商家大可以拿出研究包装的劲头研究一下原料的改良，使口味更多元化，还可以推出形状各异的月饼模具，销售专做月饼的面粉，促使消费者自制干净卫生的月饼，如此送亲朋好友也有浓浓的心意和新意。厉行节约、反“四风”不能只是说说而已，应该表现在我们生活的方方面面，让今年的中秋更纯粹一些、月饼也更简单一些。



朱慧卿作

抢“饭碗”

近年来，城市建设“贪大求快”之风在一些地方愈演愈烈，甚至一些地级市也提出要建设“国际化大都市”。这些地方贪大求快，没有考虑到地方实际能力和民生服务配套，占用了大量耕地，不仅造成了巨大资源浪费，更潜藏着系统性风险。

(时锋)

怎可奖励公务员“按时签到”？

陈兵

前不久，安徽省长丰县一乡政府出台了新的机关考勤制度，规定按时上班签到的每天奖励10元。挑战的是公务员的职业准则和底线。涣散之风不除，管理乱象难净，公务人员的规则意识势必淡化。

《公务员法》规定，全面考核公务员的德、能、勤、绩、廉。作为政府工作人员，“勤”的基本要求，

就是按时上班，这也是其职责所在。奖励按时签到明显违法违规，

挑战的是公务员的职业准则和底线。涣散之风不除，管理乱象难净，公务人员的规则意识势必淡化。

该乡乡长解释说，规定能加强政府对工作人员的管理，实施以来有一定的效果。笔者认为，这种荒唐逻辑的“笑果”更明显。这类随

意制定政策的行为，是对规则的无视与突破。

在外部压力之下，该乡紧急开会，取消了这一规定，称规定试行期间的奖金尚未发放。笔者认为，在迅速改正的同时，还要对消极怠工、迟到的行为加大督查和抽查力度，并使相关责任人承担相应责任，才能赢得群众的支持。

环境信息公开须建长效机制

杨传智

近期以来，《经济日报》刊发多期首批淘汰落后产能企业名单，涉及印染、化纤、制革、味精、柠檬酸等10多个行业。将淘汰落后产能企业名单公布于众，有助于公众对国家环保政策有清晰的认识，有利于增强公众环保意识，还可以引导打算进入此类行业的投资者，审慎地选择符合环保政策要求的行业。

持续公开发布环境信息，是保障公众环境知情权、参与权和监督权的前提和基础，是更好地推动我国环境保护事业发展的有效举措，值得进一步推广。笔者认为，必须建立环境信息公开的长效机制。

首先，要形成较为固定的公开发布平台。根据信息的性质、内容、公布的时间、范围，来确定相对固定的发布渠道。也可根据网络资源的长期可查性、电台广播的及时性传播性、报纸刊物的特定人群性等属性特点，有选择性地选择一些媒介，作为企业环境信息公开发布的有效载体。如此一来，公众可以根据需要，很便捷地查询到所了解的相关环境信息。

其次，要规范环境信息收集发布的相关责任。按照谁获取谁公开、谁制作谁公开、谁受益谁公开等原则，进一步明确相关部门、企业、媒介在环境信息公开发布中应承担的责任和义务。

再次，要进一步探索拓展发布信息的深度和广度。应将项目立项、环境影响评价、日常排污信息、执法检查结果、违法整改情况等企业环境信息，全方位地向社会公开。要切实做好社会意见征集的收集、办理和反馈工作，及时回应公众所问所需所盼，切实保护好公众参与环境保护工作的积极性。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 马洪超 杨开新



利率市场化倒逼银行转型

吕诚

日前，中国人民银行行长周小川在谈及何时推进存款利率市场化改革时表示，央行已经做好准备，存款利率的放开按照原定的设想计划推行。这意味着取消银行存款利率上限已正式列入改革日程表。

结合利率市场化的国际经验看，世界各国大都经历从放开货币市场利率，到逐步放开大额、定期存款利率，最终实现全部利率市场化的过程。照此规律，中国金融业的改革只差放开存款利率“最后一跳”。笔者认为，中国银行业的竞争已经来到了拐点，信贷市场正从银行垄断的卖方市场步入买方市场，从银行审批企业的“单对单”变为企业挑选银行的“单对多”和“多对多”局面，企业的议价能力得到提高，银行低风险、高盈利的“幸福时光”已接近尾声。

很多小微企业主由于过往“不愉快”的贷款经历，并未觉察出或正确看待这种深刻的变化。尽管利率市场化改革如火如荼

随着利率市场化的推进，信贷市场正从银行垄断的卖方市场步入买方市场，企业的议价能力得到提高，银行低风险、高盈利的“幸福时光”已接近尾声

茶，银行也开发了针对小微企业的金融产品，但企业和银行间落地的借贷协议并不多，利率改革对信贷市场的正向传导效应不明显。

从银行的角度来说，尽管其普遍意识到了利率改革所带来的变化，却担心自己会成为改革的“炮灰”，迟迟不迈出实质性的步伐。一方面，银行担心自己对小微企业贷款的创新尝试可能导致大的风险发生。另一方面，银行也担心自己的成功模式容易被对手复制。“失败是自己的，成功是大家的”，使银行对小微贷款创新的积极

性不高。实际上，银行独立承担存贷款的市场利率风险是迟早的事，“背水一战”在所难免。谁越早相关领域迈出脚步，谁就能在激烈的市场竞争中占领先机。

日常生活中，买家总希望买到“质优价廉”的商品。资金作为一种特殊商品，期限和利率反映的是其价格，贷款流程的简便程度和存续期间的服务水平反映的就是其质量。利率市场化后，存贷款利率将由资金市场供求关系决定，信贷市场中的企业会用脚投票，选择心仪的银行和贷款产品。这样一来，以银行为代表的金融机构，单纯利用利

率工具所进行的价格竞争就难以持久。其需要更加精细化的管理风险并进行利率定价，这将是未来银行的核心竞争力本源所在——在确保守住审慎监管的底线、遵循风险与成本定价原则的同时，注重保持利率管理的弹性，在细分市场上创立优势，以差异化的竞争优势来赢取客户和市场。

当前，银行信贷市场的水火不容并不明显。对于大型银行来说，其优势在于资产实力雄厚，但由于受利率保护已久，市场化定价经验较为欠缺；而中小银行尽管资本规模小，其灵活性和定价能力并不输给大银行。“用好增量、盘活存量、优化结构、提高质量”成为摆在所有商业银行面前的转型任务。随着金融市场管制的进一步放开，银行唯有主动变革创新，打造自己独特的核心竞争力，才能满足市场日益增长的多元化、个性化金融服务需求，实现有质量、有效益、可持续的发展。