尊重规律 科学调控

本报评论员

新常态·新趋势 系列评论

科学调控要做到尊重规律、精准发力、创新手段。要解决好政府与市场的关系，切实转变政府职能，更好发挥政府作用，该管的管起来，该放的放下去；要善用调控手段，慎用调控手段，做到有理、有利、有节、有效。只有尊重规律、顺应规律，宏观调控才能事半功倍

今年立春，央行宣布下调金融机构人民币存款准备金率0.5个百分点，同时对小微企业贷款占比达到定向降准标准的城商行、非县域农商行额外降准0.5个百分点，被市场称为是给小微企业和三农发了“压岁钱”。

近年来，类似这样的政策预调微调、定向调控并不少见，也充分体现了宏观调控思路和方式的醒目变化：发力更为科学精准，手段更为丰富多样。以前，经济下行压力一旦显现，市场就要“活水”，地方就要项目，政府救市、央行护市的呼声四起。然而，通过大规模投资刺激经济增长的方式在过去取得了良好的调控效果，却不再适应当前的经济特征，宏观调控从“大调”转向“微调”、从“规模”转向“精准”，是必然举措。

这一转变的背景，是中国经济运行的“新常态”。先看国际，世界经济仍处于金融危机之后的深度调整期，总体上的“体质虚弱”难有改观。再看国内，经济增长的传统动力正在消退，出口乏力，投资拉动的边际效应日渐萎缩，人口红利日益消减，创新的贡献尚显不足，经济增长点处于“青黄不接”的特殊档口。同时，完成结构调整任务，解决产能过剩难题，保障民生就业底线，都是当前面临的挑战。总而言之，中国经济所处环境变了，发展阶段变了，“旧引擎”无法带动新增长，“发动机”迫切需要更新换代、转型升级。这些都要求在宏观调控上转变思路、创新手段、深化改革、提升水平，用科学的宏观调控、有效的政府治理，推动中国经济爬坡过坎、行稳致远。

科学调控要尊重规律。“新常态”是当前中国经济发展的大逻辑，能否认识新常态、适应新常态、引领新常态，直接决定了调控的质量和水平，乃至经济社会的未来走向。具体来看，就是要解决好政府与市场的关系，切实转变政府职能，更好发挥政府作用，该管的管起来，该放的放下去；要善用调控手段，慎用调控手段，做到有理、有利、有节、有效。只有尊重规律、顺应规律，宏观调控才能事半功倍，到达经济运行预期的“目的地”。

科学调控要精准发力。“大水漫灌”、“海量刺激”、“天量信贷”等，都已不适应眼下的中国经济。必须抓住重点领域和关键环节，针对中国经济的“特殊体质”，依靠改革的办法，运用市场的力量，有针对性地实施“喷灌”、“滴灌”，边走边看、边看边调，抽丝剥茧、稳中求进。去年以来，国家支持三农、民生、小微企业、重点基础设施项目的定向调控就深谙此道。

科学调控要创新手段。去年以来，央行调控流动性的手段令市场津津乐道，一些小工具接连被纳入宏观调控的“工具箱”，担任“最佳配角”，起到了“四两拨千斤”的作用。事实上，除了传统的财政、金融、投资、消费等领域的相关政策，制定规划、调整分配、明确标准等也都可以作为宏观调控的手段，从不同侧面发挥作用，统筹施策。在这方面，抓得住老鼠的猫，就是好猫。

“体质”变了，“病因”变了，“药方”就要变。对正处于“三期叠加”阶段的中国经济来说，增长的目标要调整、结构要转变、动力要转换，宏观调控贵在科学、贵在灵活、贵在创新。我们定好经济波动的合理区间，划好保民生保就业的底线，谋划好的调控方向，就要有底气坚持下去。克服“成长痛”，培育新动力，在“苦口良药”中“强身健体”，打造中国经济更加强健的体魄、更加美好的未来。

微信红包撬动信息消费

龚晓峰

在刚刚过去的春节长假中，网上抢红包成为热度最高的一项活动。仅除夕当天，QQ红包收发总量就达6.37亿个，抢红包人数为1.54亿。而去年春节，除夕到初八共有800多万用户参与这项活动，被领取的红包也只有4000多万个。一年的时间，微信红包就呈现出几何级数的增长，其中原因值得深思。

首先，智能终端伴随着移动互联网的发展而迅速普及，为发放微信红包提供了设备基础。数据显示，2014年我国移动智能终端设备达到10.6亿台（部），同比增长231.7%。其次，“宽带中国”战略和一系列促进信息消费扩大内需的措施，为实现信息消费铺就了高速路。2014年11月15日，国务院常务会议提出加快发展云计算，打造信息产业新业态，积极支持云计算与物联网、移动互联网等融合发展。正是有了云计算和大数据作为支撑，1亿多人及百亿次“摇一摇”才能实现。第三，互联网金融发展条件基本成熟。微信支付系统使用便利，在绑定银行卡以后，发红包、收红包及其他各种交易和操作简单明了，实名认证和密码认证也基本消除了消费者在支付安全上的担忧。

微信红包的核心不在于微信，也不在于红包，而在于收发微信红包必须绑定银行卡。据腾讯初步统计，仅除夕当天绑定的银行卡就超过了2亿张。而在绑定银行卡以后，消费者就可以利用微信支付“我的钱包”进行各种消费，买机票火车票、滴滴打车、网上购物、信用卡还款等都能轻松实现。

正因如此，微信红包实际上成为连接拜年方式、娱乐方式、消费方式、营销方式，以及生产方式的一根金色链条，不仅能让传统文化与现代信息技术紧密结合，还可以带动信息产品生产和信息消费发展，特别是能让“移动互联+”变成现实。由此，移动互联网的渗透性、倍增性和带动性得以充分显现，将不断创新出新业态，带动传统消费产业升级，优化供给能力，进一步扩大内需。

当然，任何新生事物的发展都有一个过程。在这个过程中，尤其应做到兴利去弊。对于企业而言，还应在使用便利化上做出更大努力，特别是要尽量消除年龄偏大的消费者对科技产品的恐惧感；对于政府部门而言，要引导消费者尽快转变消费理念和消费习惯，在构建更加安全可信的信息消费环境上下功夫，依法治网，严厉打击移动互联网领域的各类违法犯罪行为，让消费者更加放心地使用移动互联网，主动拥抱信息消费时代。

（作者系工业和信息化部国际经济技术合作中心主任）

纠正旅游劣习须有刚性措施

屈正州

刚刚过去的春节假期里，有游客开车到云南泸沽湖“洗车冲浪”，引发网友谴责；在河南巩义宋陵公园内，不少孩子和成年人爬上甬道旁的石像上，进行各种摆拍；北京地坛庙会上，有人践踏草坪，随地乱扔垃圾，百年历史文物古迹遭到踩踏。

个别游客在春节期间的不文明行为，暴露出一些人文明素养的缺失。这不仅只关乎其个人修养，迈出国门，更与国家形象息息相关。日常生活中一再发生的不文明旅游行为，表明公民文明旅游素质的提升绝非朝夕之功。

为提高国人文明旅游素养，近年来国家出台了旅游法等法律法规，每逢重大节点还会发出倡议，相关制度渐趋完善。不过，从事实来看，单靠舆论苦口婆心的引导，缺乏刚性约束力的规范，难以让一些游客彻底摒弃那些不文明劣习。从某种意义上说，文明旅游既要靠游客的自觉，更要靠制度化、刚性化的监督与约束。这是一项系统工程，政府部门的监管、旅行社的有效制约和游客的自律等，都不可或缺。同时，有关方面要制定旅游法的实施细则，能够对不文明旅游行为进行有效的惩戒，并将影响恶劣的不文明行为记录在案，对屡教不改的不文明游客进行“黑榜”公示，加大惩罚力度。旅行社也要将文明旅游的条款纳入旅游合同中，承担起引导游客文明旅游的义务。

宽容看待“奇葩年俗”

苑广阔

春节假期结束了，进入正常工作和生活状态的人们纷纷通过微博、微信等吐槽在过年期间遭遇的各种“奇葩年俗”。比如，有些地方出嫁的女儿不能在娘家过年，有些地方则是正月初一不能洗澡扫地，有些地方女性不能上桌吃饭，等等。

客观地说，网友把这些年俗冠之以“奇葩”之名，是因为其中的很多年俗与现代生活理念和生活方式已格格不入。但也应看到，有些地方的年俗虽看似“奇葩”，但却有着深厚的群众基础，有些已经延续了几百上千年，想一朝改变并不是一件容易的事儿。

比如，一些地方正月初一不能洗澡，并不是说当地人不讲究卫生，而是因为过去很多年当地生活条件有限，特别是北方地区过年的时候天气寒冷，不适合天天洗澡。对于这样的年俗，我们应该给予必要的理解与尊重，不能简单地把其视为“陋习”。如果因为当地的年俗不符合自己的生活习惯，就当成“奇葩”强烈抵制，很可能会影响人际关系、家庭和睦与社会和谐。

事实上，一些传统年俗并非铁板一块，会随时代的变迁逐渐改变甚至消解。比如，出嫁的女儿不能在娘家过年的年俗，随着独生子女的增多，已经越来越没有人遵守了。现在很多年轻夫妻是今年过春节去婆家，明年过春节回娘家，照顾到了双方父母的感受，年俗自然也就在不知不觉中被消解于无形。

生命通道

刘 军作

近日，各地公路客运迎来返程高峰。由于雅西高速冕宁段发生车祸，堵车数十公里，不少车辆占用应急车道，导致运送伤员前往重庆的凉山州紧急救援中心的救护车也被堵，医生反复喊话恳请让道，却仍有人听而不闻。对于抢救病人的救护车来说，时间就是生命，堵死救援车道，就堵死了病人的生命通道。杜绝占道抢行的交通陋习，需要营造良好的交通规则意识和道路文明，而这既要依靠个人文明素质的提升，也需要通过严格的交通执法加以保障。（时 锋）

年货新气象折射消费新变化

吴 锋

年货市场一派新气象，折射出新常态下我国消费转型升级的新变化。顺应消费新常态新变化，充分释放潜在的消费能量，对我国经济来说是惠当前利长远的“一石二鸟”之策，对企业来说则是值得重视的难得商机

刚刚过去的羊年春节年货市场红红火火、看点多多：“土得掉渣”的土鸡、土猪等“农家货”和“洋味十足”的牛排、红酒等“进口货”走俏，年货销售出现“土洋两头热”；互联网元素大行其道，网络红包给节日消费注入新活力、新动力；高档烟酒、礼盒销售大幅降温，以往靠送礼交易支撑的消费市场悄然发生逆转……

年货市场一派新气象，折射出绿色消费、网络消费、大众消费、个性化消费正在成为主流，我国加快步入消费转型升级的新常态。

绿色消费是绝对的“大明星”。与前几年仅属于“小众”消费不同，随着城乡居民收入水平的提高，过年“吃个健康、吃个放心”已变为共识，土鸡、土猪等纯天然的绿色食品，成了城乡年货市场上都买不着的稀罕货，“留着自家吃，再高的价钱都不卖”现象在农村大量出现。与此同时，新能源汽车、空气净化器等与“绿色”沾边的产品，成为近一年多来的消费热点。据监测，2014年上半年以“环保”为主要卖点的新能源汽车销售量同比增长220%。

网络消费则是消费市场的另一个热词。春节期间，不少人都退出到商超购买年货的行列，转战“线上”，范围从新衣新帽新鞋新袜到各式电器，从各地土特产到海外名牌产品。国家统计局数据显示，2014年全国网上零售额同比增长49.7%，快递业务量增长51.9%。

大众消费回暖势头也格外明显。每逢过年，送礼走动、表达一些感情，曾是很多人的选择。这导致有些商品一“出生”就是为了送礼，往年那些天价烟、天价酒大抵如此。这两年，随着“反四风”的推进，消费有明显向大众消费回归的趋势，“家常味”成为羊年市场的主打和新常态。在各大商超百货年货专区里，已鲜见“送礼首选”的字样，商品说明开始侧重性价比高、质量好等卖点。

与此同时，私人定制的个性化消费也渐渐多了起来，文化消费更是爆发出惊人潜力。据统计，正月初一至初五，我国电影市场总票房近15亿元，比去年同期增长36%。

消费需求是最根本的需求。顺应消费新常态变化趋势，采取正确的消费对策，充分释放新消费的潜在能量，对我国经济来说是惠当前利长远的“一石二鸟”之策，对企业来说则是值得重视的难得商机。令人欣喜的是，眼下已有不少行业企业行动起来。比如，今年过年，一些电商迎合网络消费新风尚，联合不少商家推出春节“摇红包”活动，送出金额数十亿元的卡券红包，将礼券、产品和消费者“绑定”，实现消费者娱乐休闲与购物消费双促进。又如，有的商家打“文化牌”，推出全民打年糕、杀年猪、开酒窖、腌腊肠等传统过年方式，消费融入了过年的文化记忆，附加值和吸引力直线上升。“早起的鸟儿有虫吃”是商界成功的一条“铁律”，期待越来越多这样的“鸟儿”出现，期待我国消费市场越来越红火。

大家谈

黄 瑜
中国指数研究院常务副院长

“以稳为主”成楼市新常态

纵观近两年中央对楼市的调控措施，以“稳”为主是突出特点。中央更关注民生保障和顶层制度设计，并通过货币政策调整、户籍改革、棚户区改造等长效机制保障合理购房需求。各地则灵活调整，行政干预趋弱，并通过信贷、公积金等多轮政策调整刺激住房需求，加快去库存化。在楼市调控“去行政化”的同时，政府更加注重事关楼市长远发展的“制度供给”，这势必给楼市健康发展提供稳定的政策预期。

胡怡建
上海财经大学公共经济管理学院教授

扶持小微企业不能松劲

尽管当前我国经济下行压力较大，但就业仍实现了稳定增长，其中国家扶持小微企业发展的定向激励政策功不可没。目前，我国众多小微企业还处在发展的关键期，国家的政策扶持只能加油不能松劲。从眼前看，小微企业是吸纳就业的“主战场”；从长远看，通过扶持小微企业，鼓励大众创业、万众创新，也是推动中国经济持续发展的重要一招。

李国杰
中国工程院院士

政府公开数据须算经济账

作为公共财产的政府数据，本质上属于全体公民，应该在保障国家安全、个人隐私和企业商业秘密的前提下，让这些数据回到群众中去。政府应当公开的数据主要分为操作业务信息、管理信息、研究和决策信息等三类。政府公开共享大数据，不是单纯登记政府现有数据，而应以公众需求为导向，以促进国家治理为目的。同时，要算经济账，不是越多越好，而要能带来信息化成本的节约。

徐 婧
农行重庆分行分析师

外出务工者不妨买份保险

春节假期已过，很多人将背起行囊赴外地打工。在关注收入的同时，外出务工者往往忽视外出打工的保险问题。外出务工者常常是家庭的“顶梁柱”，一旦风险来临不能及时应对，对一个家庭的继续发展会产生毁灭性的打击。有了保险，可以用较少的保费规避风险事件带来的损失。

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 祝 伟