

金融体系要为创业创新再加一把火

梁 睿

深度观察

大众创业、万众创新的一大特点是许多小微企业轻资产、少抵押物，其现金流和信用难被银行承认，大量的创业创新企业处于“求贷无门”的困境。因此，要更深入地推进创业创新，亟须进一步深化金融结构改革。具体来说，就是要继续做好存量改革文章，让更多的信贷资源流向创业创新企业；要积极做大增量，促进市场竞争，增加金融供给

国务院日前印发《关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》，提出以众智促创新、以众包促变革、以众扶促创业、以众筹促融资等重大发展方向和30条重点举措。可以说，构建支持创业创新的金融体系，是有效推动“四众”新模式、新业态创新发展的应有之义。

长期以来，我国金融体系一直是银行业一家独大，国内所有券商资产和利润加起来敌不过一家工商银行。而在银行业，国有四大行又占据了市场大头。以银行业为中心的金融体系，决定了贷款是企业获得融资的主要途径。在央行公布的上半年8.81万亿元新增社会融资规模中，银行贷款就占了近四分之三。

当下，大众创业、万众创新的一大特点是许多小微企业轻资产、少抵押物，其现金流和信用难被银行承认，通

过知识产权进行融资也很难落实，大量的创业创新企业处于“求贷无门”的困境。尽管近一年半以来平均每天新增上万家新企业，但其对经济发展的贡献显然还未完全显现。因此，要更深入地推进创业创新，推动“四众”新模式、新业态发展，亟须进一步深化金融结构改革。

一方面，要继续做好存量改革文章，让更多的信贷资源流向创业创新企业。

近年来，各地各部门在这方面下了功夫，财税、信用担保、融资中介、银行等部门和机构也相继推出新举措，为创业创新企业解除了后顾之忧。在多方合力下，今年上半年小微企业在银行新增信贷中的占比突破三成。但是，创业创新企业往往经营风险较高，银行贷款定价较难，融资难、融资贵的局面还未被根本改变。在存量改革方面，应进一步引导银行设立面向小微企业的专营机构，将其与普通银行信贷业务进行区

分，在绩效考核、损失拨备和处置、风控流程等方面进行再造，免除银行工作人员后顾之忧，为创业创新营造更便捷的融资环境。

另一方面，要积极做大增量，促进市场竞争，增加金融供给。

一是要进一步放开金融市场准入，加快推动具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构，让更多外资、民营银行进入，壮大支持创业创新的金融力量。目前，首批5家民营银行已推出各具特色的业务，在扶持小微方面发挥了应有作用。如果有更多的民营银行开业并开展相关业务，无疑能为推进创业创新再加一把火。二是要进一步推进直接融资体系建设。积极发展投资银行、风险投资机构，引导天使投资、创业投资基金等支持“四众”平台发展，支持符合条件的企业在创业板、新三板上市挂牌，让更多创业创新企业通过股权转让、发债、基金等方式获得直接融资。

值得一提的是，作为直接融资的新形式，我国众筹行业近年来呈爆发式增长态势。在电子商务龙头企业的引领下，实物众筹规模迅速扩大，覆盖消费电子、艺术出版、影视娱乐等创意领域。另外，在股权众筹方面，今年上半年成交额超35亿元。面对众筹行业发展的新形势和新问题，《指导意见》明确要稳健发展众筹，拓展创新创业融资；提出要稳步推进股权众筹融资试点，鼓励小微企业和创业者通过股权众筹融资方式募集早期股本；鼓励互联网企业依法合规设立网络借贷平台，为投融资双方提供借贷信息交互、撮合、资信评估等服务。有关部门必须积极行动起来，将各项政策落到实处，构建支持创业创新的金融体系，为大众创业、万众创新提供便捷、高效、安全的金融支持。

行业

水泥业推行碳交易势在必行

祝君壁

国内外多家媒体日前报道，中国将在2017年推出全国碳排放交易系统，涵盖发电、钢铁、水泥、化工等行业，以帮助实现碳排放量在2030年前后触峰后逐步减少的目标。

在国内广泛推广碳排放交易，是功在当代、利在千秋的好事。具体到水泥行业，2014年我国水泥产量达到24.8亿吨，生产企业有3500家，是我国碳排放的重点行业。随着今后国家对行业碳排放控制指标的分解，几乎所有水泥企业都面临减排任务。水泥行业生产以煤为主，又缺乏能源和资源约束，更加需要以碳交易机制和方式促使行业转型升级。水泥企业只有及早作准备，及早转方式、调结构，才能在未来国民经济大转型、大调整中借助碳交易赢得先机。

当然，无论对国家、行业还是对企业，推广碳交易都并非易事。

首先，行业协会应发挥积极作用，帮助完善制度、引进人才，水泥企业也要提升认识，加快融入碳交易市场。今年5月，中国水泥行业协会成立了碳减排专家委员会，为政府和企业提供与水泥行业碳减排相关的政策、标准、技术、培训等专业咨询服务，引导水泥企业融入碳交易市场。

其次，为配合水泥企业参与2016年全国碳交易市场的试运行，当前急需开展水泥行业碳交易能力建设。比如，培训企业管理者和碳核算等专业人士，促使企业了解掌握碳交易有关政策法规、操作规则等，为水泥企业开展减排工作奠定基础。为此，中国水泥协会日前宣布，将在今年底开展水泥行业碳交易能力建设培训活动，并将联合省市水泥协会和各大水泥企业集团共同推进培训工作。只有提升水泥企业参与全国碳交易市场的能力，适时引入拥有水泥行业特色的碳金融业务模式，才能将水泥企业碳交易推向更高层次。

对于已经开展碳交易试点的广东、湖北、重庆等省的水泥企业来说，则要积极分享成功经验。相信在国家政策引导、政府支持、协会和企业配合下，碳减排技术的推广、碳减排交易的应用必将为水泥行业化解产能过剩、转型升级作出贡献。

来论

预防节日腐败要常抓、长抓

田 鸿

有人说：“廉不廉看过年，洁不洁看过节。”很长时间以来，节日腐败是一种官场陋习，隐蔽性、渗透性强，表现顽固，既败坏了社会风气，也损害了党和政府在人民群众心目中的形象。

自中央八项规定出台以后，节日腐败行为大为减少，社会风气明显好转。但有些领导干部仍然积习难除，游走于高压线边缘，且腐败形式、内容、手段越来越隐蔽，一些人躲进了机关食堂、高档会所、农家院，大吃大喝公款消费，全社会对此种行为深恶痛绝。

要想预防和根治节日腐败问题，节日“禁令”虽是重要手段，却并非是包治百病的“灵丹妙药”，还需要开拓思路。比如，通过设立便捷、通畅的举报

警惕“黑校车”死灰复燃

桑胜高

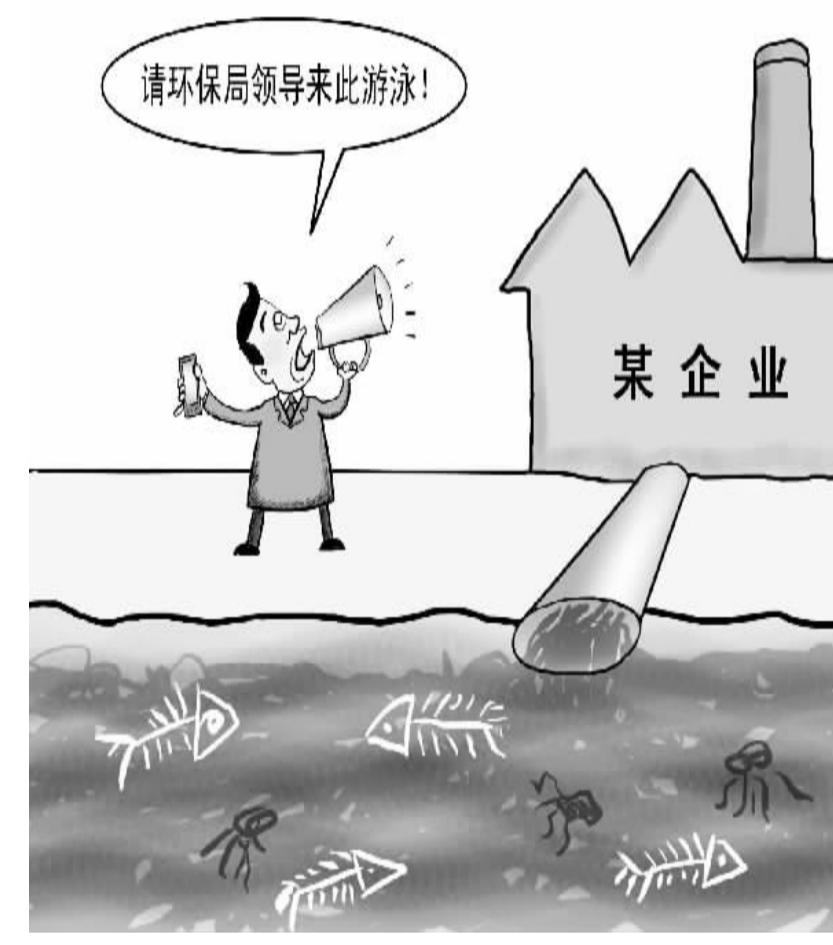
近日，安徽六安交警查处了多起严重超员的“黑校车”违法行为。

多地去年因“黑校车”引发的安全事故至今仍让人心有余悸，如今，“黑校车”的再次出现，着实令人担忧。这一方面说明，相关职能部门的监管还有不到位的地方，让“黑校车”有机可乘；另一方面也说明，正规校车还没有实现对有需求学生的全覆盖，保障供给不足，而“黑校车”恰恰满足了学生乘车的需求。

近年来，在“黑校车”事故频发的背景下，社会各界对“黑校车”的潜在隐患并非不了解。然而，在学校与家庭之

间距离较远且正规校车不到位的情况下，鉴于接送孩子人手不足、精力有限等原因，很多家长迫不得已选择“黑校车”。试想，在有安全保障且经济实惠的正规校车面前，谁愿意甘冒风险让自己的孩子乘坐这些毫无保障的“黑校车”？

为此，相关部门应切实担起责任，加强监督检查力度，让“黑校车”营运者不敢妄为，直至销声匿迹；家长及学校应提高对学生的安全保护意识，自觉抵制各种“黑校车”，使其没有市场。更重要的是，政府应加大投入，尽快普及正规校车，让“良币”将“劣币”彻底驱逐。



赵顺清作

“污河”再现应问责

日前，有网友爆料称，广东惠州小金口兴隆西二街靠马岭路段的小河一片猩红。细看后发现，红色污水由一个排污管流出，不知道是什么物质，网友建议环保部门赶紧去查一查。更有网友高呼：“邀请惠州市环保局领导来此游泳！”近年来，在要经济不要环境的利益驱动下，一些地方将高污染项目招揽进来，先拉升GDP再说。如若发生污染事件，态度一般十分诚恳，往往也会采取措施补救。但是，如果一次次的污染事件都靠事后补救，“学费”未免过于昂贵。面对污染，希望监管部门真正担起预防监管的重担，严格执法；希望企业能够承担社会责任，还百姓以健康的生活环境。

(时 锋)

明星代言应负连带责任

从今年9月1日起，新《广告法》正式实施。近日，国家工商总局首度曝光2015年涉嫌违反新《广告法》的十大典型案例，多位明星涉嫌违法代言。

【微评】明星代言广告是一种商业行为，只要合乎法律法规，便无可厚非。但是，如果明星在不了解代言产品的情况下一味夸大其词、误导公众，就不仅仅是缺德，而是违法。国家工商总局此次公开曝光违法广告十大典型案例，一些演艺明星“榜上有名”，再次给明星代言敲响警钟。在代言之前，明星必须识别产品真伪、了解产品质量优劣；一旦接受代言，便承担了相应的责任。对于明星违法代言，不能止于公开曝光，还应严格按照《广告法》相关规定，给予处罚。唯有如此，才能规范广告代言行为，维护广大消费者的合法权益。

发展农村电商不能急功近利

据报道，陕西省宝鸡市扶风县人大常委会为了响应某电商达成的“农村淘宝”电商协议，要求工作人员每人网购至少1000元金额物品。经媒体核实，扶风县人大确实于日前下发此通知，但只是倡议，未做强制要求，县人大29名工作人员大多网购消费100多元，总计9600元左右。

【微评】农村淘宝作为农村电子商务的一种形式，对于破解城乡壁垒、最终实现大众创业万众创新具有重要的支撑作用，理应得到地方的支持与响应。然而，以文件或通知的形式，要求工作人员网购商品，这种方式未免有些急功近利，值得商榷。发展农村电商最终要依靠市场的力量，相关职能部门要做的是营造良好环境，为农村淘宝项目的实施扫除障碍。比如，可以提供必要的场地设施、优惠的创业政策，做好项目宣传等。

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 牛瑾 马洪超

思辨

当前，推进“一带一路”建设，更应重视文化的力量，推动文化交流。具体来说，既要通过文化传承、修复等方式，保护好已有的丝路文化遗存；还要通过大力创新，为一些古老的文化地标赋予新的内涵，增添新的文化魅力。

随着“一带一路”建设的推进，越来越多沿线城市积极谋篇布局，寻找商机。但笔者在一些城市调研发现，各地干部谈贸易、谈投资、谈产能输出的多，谈文化交流、交往、交融的少。其实，在古老的丝绸之路上，文化交流曾发挥过大作用。丝绸之路不仅是国与欧亚非各国之间商业贸易的通道，更是沟通东西方文明的桥梁。正是在丝绸之路的引领和推动下，世界开始了解中国，中国开始影响世界。丝绸之路在推动东西方思想交流、文化交融、全球经济一体化、人类文明多样化方面发挥了十分重要的作用。正是文化这个“软力量”，促进了不同文明交织交融，从而推动了经贸、投资等经济要素流动。

当前，推进“一带一路”建设，更应重视文化的力量。注重文化交流，才能为“一带一路”建设注入文化内涵。

王 晋

沿线国家深层次合作奠定基石。“一带一路”的战略构想契合沿线国家的共同需求，为各国优势互补、开放发展创造了新机遇。国之交，在于民相亲。加强“五通”的构想中，民心相通是最需下功夫推动的一个。要加强沿线国家的“硬件”合作，必须得到各国人民的支持，必须加强人民的友好往来，增进了解和传统友谊，为开展区域合作奠定坚实民意基础和社会基础。“一带一路”建设倡议提出后，受到了沿线国家和国际舆论的高度关注，沿线很多国家的人民给予积极响应，展现出“文以化人”的软力量。

加强文化交流，需以文化为魂，发挥文化先行作用。文化的交融交流有利于凝聚共识，有利于推动合作。当前，应发挥文化先行的优势，制定规划、整合资源、形成合力，进一步推动中国与沿线国家全

方位、多领域的交流合作，增强文化产业竞争力。在文化交流与合作中，要加强顶层设计和战略部署，推动政府间文化交流与合作深入发展。同时，精心打造新的文化交流品牌，举办形式多样、丰富多彩的文化论坛、展览、演出等活动，激活文化资源。

只有推动文化交流，才能在深层次扩大我国的影响力。文化是城市之魂，更是国家之魂。“一带一路”战略的实施，离不开文化资源、文化发展的支撑。一方面，要通过文化传承、修复等方式，保护好已有的丝路文化遗存；另一方面，要通过大力创新，为一些古老的文化地标赋予新的内涵，增添新的文化魅力。同时，充分发挥移动互联网和新媒体在促进交流与沟通中的作用，打造线上线下交流的新平台。