

# 做好“僵尸企业”退出人员安置

刘兴国



对于“僵尸企业”退出问题，有些人对是否会引发“下岗潮”非常关注。对此，国家有关部门已经出台了一些举措。要看到，目前我国所处的经济社会环境比十几年前发生了巨大的变化。截至2015年底，全国国有企业营业总收入45.5万亿元，资产总额119.2万亿元。与1998年相比，营业收入增长了6倍多，资产总额增长了7倍多，国有经济的体量与容纳能力显著增强。1998年国有企业职工人数为6565万，2015年已下降到3000万左右，人员分流与再就业压力明显减轻。而且这次去“僵尸企业”改革所涉及的面要窄得多，真正陷入“僵尸”困境的，只是国有企业中的一小部分。此外，从就业吸纳能力看，2015年我国新增就业岗位1300多万，宏观经济

处置“僵尸企业”，应全面考量改革可能遇到的困难，坚持把人员安置作为重中之重，通过内部分流、与“双创”相结合、政府兜底等方式予以解决。既要授之以鱼，帮他们解决好眼前生活困难；更要授之以渔，通过转岗培训提高再就业能力，使得他们能够自谋生路、自我发展

自身持续创造新岗位、化解就业压力的能力显著增强。

处置“僵尸企业”，应按照国家要求，坚持把人员安置作为重中之重，全面考量改革可能遇到的困难，以多措并举安置企业人员为前提，稳妥推进“僵尸企业”的清理整顿。

首先，企业应积极通过内部分流等方式解决人员再就业问题。“谁家的孩子谁抱走”，应是大型国有企业集团处置下属公司中“僵尸企业”时人员安置问题的首选策略。大型国有企业集团业务领域多、经营范围广，具有自我解决人员安置问题的条件与能力；对那些财务上有一定困难的企业集团，可以通过政府稳岗资金适度给予补贴。对整体性陷入“僵尸”化困境的国有企业，应优先考虑

并购重组，尽量少破产清算，然后由并购方在整合过程中以内部分流等措施自我化解人员压力。

其次，要与大众创业、万众创新相结合，通过扶持创业在一定程度上缓解“僵尸企业”处置带来的人员再就业压力。政府应将创业作为解决“僵尸企业”人员安置的重要补充手段之一，应出台针对性的创业扶持政策，将因为“僵尸企业”处置而产生的失业人员优先纳入免费创业培训范畴，为其创业提供全方位辅导，并给予必要的税费减免和资金、场地方面的支持。对这些分流创业人员，政府不仅要带他们带上创业之路，还应切实关心他们创业发展中面临的困难，帮助他们平稳度过创业初期困难阶段。

最后，政府兜底是去“僵尸企业”改革中人员安置的最后防线，要切实做好人员安置工作。既要授之以鱼，帮他们解决好眼前生活困难；更要授之以渔，通过转岗培训提高再就业能力，使得他们能够自谋生路、自我发展。要让那些不能转岗再就业的人员看到未来生活的新希望：建议允许企业为接近退休年龄的人员办理提前退养，政府应为之提供必要的资金支持；对其他因故无法自我再就业人员，应为其提供基本生活保障；对具有一定工作能力而且愿意继续工作的失业人员，应有针对性地开展免费转岗技能培训，为其再就业提供上岗机会。对这些失业创业和转岗再就业人员，政府应妥善处理其身份转换和相应医疗养老保障等问题。

## 行业

# 银行转型重在细节

周慧虹

据报道，中国质量协会今年在北京、上海、深圳等13个城市近3000名银行业客户中进行了一项调查，结果显示，银行业客户满意度较上一年度有所下降。客户的抱怨主要集中在营业厅服务方面，其中48%是因为在营业厅等候时间长。

长期以来，在银行网点办理业务等候时间过长屡遭诟病。尽管多家银行在渠道整合和自助设施建设等方面加大投入，但从此次调查的结果看，客户对营业厅服务的需求仍未得到有效满足。

与互联网金融等新型金融业态相比，传统银行的优势更多体现在拥有实体网点，从而得以依托营业厅的柜面服务，使一些特定客户群体的业务需求获得更好满足。如果银行的营业厅服务水平一直徘徊不前，客户排队等候的焦虑无从缓解，由此带来的结果，不仅在于增加了银行处理客户投诉、维护声誉等的成本支出，而且势必引发一些客户“用脚投票”，选择其他金融机构。

随着互联网的飞速发展，大数据应用于广泛，银行的大数据探索也在深入推进，如今已有不少银行围绕大数据构建支付、理财、交易、信用卡等信息生态圈，试图从中掘金。但是，银行不仅要立足长远着眼于业务转型，更应当直面当下切实解决好服务细节问题。像客户抱怨营业厅业务办理等候时间长问题，就有必要充分利用移动互联网技术，借助于大数据分析使之得以较好解决。

对于银行而言，在优化网点布局基础上，不妨建立自身的业务客户端，进一步整合、完善客户端功能，使得客户除了可以办理手机银行、网上理财等业务之外，还可准确定位周围究竟有多少个银行网点，能够清楚获知各个网点的客户数量、业务办理进度；同时为了减少客户的等候时间，客户端最好能够具备客户业务办理的网上预约功能，并且可以根据客户位置、出行方式、道路拥堵状况及时提醒客户启程赴约，帮助客户选择最佳的行进路线等，从而提升自身服务质量，提高客户的业务体验。



张勇 阿里巴巴CEO

## 大数据给电商带来颠覆性变化

在中国消费升级大环境下，越来越多的品牌企业开始将电子商务作为业务重点，投入力量进行全渠道的探索和推进。实现全渠道销售非常重要的一个前提是能够实现全渠道的用户管理。目前人口红利已经走到末端，如何提高整个用户消费的质量，给用户全路径的完美体验，这是品牌电商可以大力去做的地方。大数据的运算和使用，会对整个商业带来颠覆性的变化。电商也会从原来习惯的货架式销售走向场景式销售，走向“内容和商品融合”的阶段。

姜小鹰 中华护理学会副理事长

## 优质护理服务“呼唤”更多投入

随着“全面两孩”政策实施，护理需求日益增加，不少医院护理资源紧张。对于医院来说，不能把利润的最大化放在第一位，社会效益才是最重要的。从政府部门到医院都要加大护理人力资源投入，因为只有在这一基础上，才有可能为患者提供更高水平的护理服务。加强护理投入，更重要的还在于应对正在来临的老龄化社会，专业的护士队伍将发挥更大作用。

张冠梓 中国社科院人事教育局局长

## 要用市场主体主导人才评价

发挥人才评价的指挥棒作用，必须深化改革，科学制定评价标准，规范和减少对人才的行政评价，充分发挥市场和社会评价机制的作用。其首要任务，是发挥市场主体在人才评价中的基础作用和主导作用，减少政府对用人主体的干预。

詹先豪 安徽省盐务管理局局长

## 盐业改革需做好市场监管

从指定区域内的独家专营，变为跨区域的多元主体共同竞争的行业专营，是盐业改革一大特点。行业专营的参与主体增多，区域限制被取消，生产性企业也可进入流通环节，这意味着竞争会非常激烈，盐业公司市场份额和收入都有下降趋势。在看到盐业改革激发市场活力的同时，也要警惕私盐贩子浑水摸鱼，建议尽快出台与改革相配套的监管体制。盐务管理部门将加大案件查处力度，通过打源头、打网络，加强市场巡查，从严查处，从重处罚，保障消费者权益。

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

本版编辑 马洪超 杨开新

# 基金业“网红”可休矣

周琳

从知名网络红人为公募基金路演站台打气，到部分微信公众号发布基金圈“网红”估值排行榜，再到基金从业资格考试明星学生及其私募基金被频频曝光，近期基金投资行业俨然成为娱乐新闻的重要产地。这种泛娱乐化的传播方式，看似给行业发展带来更多关注度，实际上不但与一贯严谨、务实的资产管理行业作风背道而驰，而且很可能不符合监管部门倡导的营销方式和投资者教育方式，基金业的“网红”营销术该停停了。

所谓“网红”一般是指火爆于社交媒体平台的网络红人。他们通过微博、微信、网络视频平台等发布各类信息，吸引粉丝和网友关注。时下流行的基金公司“网红”营销术，更多的是通过粉丝营销，意在提高基金公司知名度和基金产品销售额。

之所以说“网红”营销术不适合投资行业，是因为资产管理行业与生俱来的属性与之格格不入甚至完全矛盾。有人曾引用医疗界著名的“希波克拉底誓言”，将基金管理公司（管理人）与投资者之间的关系比作医生与病人——投资者将个人财富交予管理人，就像病人将生命交予医生。面对基金持有人的血汗钱，基金管理人应该像医生对待生命一样对待受托资产，管理人的诚实守信、运营资本充足以及内控制度的健全有效，应该成为保障基金有效运营基石。这样的行业属性决定了，营销不应该成为基金公司安身立命之本，管理人更不应该以夸张的手段或者娱乐噱头为诱饵吸引投资者，不应该以“网红”估值来衡量自身投研力量的价值，更不能以完全虚假的手段进行非法集资和非法投资行为，这些举动应该被当做非法行医、医院违规营销一样，受到严厉打击和制裁。

更为重要的是，外部制度和舆论所营造的大环境，已经给全行业一个相对理性、公平、客观的营销场景，娱乐化的“网红”营销术与其他金融机构、核算机构、托管机构、信息披露机构完全不在一个工作频率上。此前，部分互联网公司通过娱乐化的方式违规公开营销高收益基金被罚、多家私募基金公开向不特定多数人群宣传产品被罚等，都是很好的例证。离开了各方共同打造的行业基础设施，离开了行业法律法规，基金行业不可能赢得公众的信任，没有公众的信任，行业不可能获得真正发展。

互联网时代，“网红”营销术也不能绕过监管，凌驾于法律法规之上。那些醉心于短期基金规模膨胀的基金管理人，在发掘互联网基金蓬勃兴起的经验之余，不应该押宝在网络红人身上。做好自身投资研究、合理合法地为基金持有人赚到真金白银，才是立足行业的长久发展之道。



## “任性”

**点评** 据报道，在海南省三亚市规划信息中心，打印一张A4纸大小的图少则50元、多则上百元，交费者纷纷认为“太黑了”。当被问到为何这么贵时，工作人员表示：“一直都是这样收费的，而且墨也需要成本。”该中心不但未公示收费项目，而且所参照的收费文件已被废止，目前三亚市物价局已介入调查。政府及相关机构提供的公共服务不应以营利为目的，即便是经营服务性收费也应该综合考虑成本因素和社会接受程度，且必须明码公示以便接受社会监督，不能因为“任性”而出现离谱现象。（时锋）

# “杂音”干扰不了中欧双赢主基调

陈建

欧洲议会近日通过一项非立法性决议，不支持给予中国市场经济地位，依据是担心承认中国市场经济地位后，将有更多中国商品进入欧盟市场，从而威胁欧盟企业生存、影响欧盟就业。这项决议无视客观事实。当前，作为世界上最大的发展中国家和最大的发达国家集团，中欧已经成为发展之路上的利益共同体，“杂音”干扰不了中欧双赢的主基调。

根据《中国加入世界贸易组织议定书》第15条规定，世贸组织成员应于2016年12月11日，终止在对中国出口产品反倾销调查中使用“替代国”价格的做法。这是世贸组织成员必须遵守的国际条约义务，任何成员都不应以国内法或者国内标准为由加以曲解、规避甚至拖延。

对于该条款的执行，欧洲议会内部一直存有争议。在一些欧盟企业、产业协会以及工会组织的强力游说下，欧洲议会持续发出非理性的声音，成为欧盟给予中国正面回应的“绊脚石”。有些欧洲议员宣称，承认中国市场经济地位将导致大量廉价中国产品充斥欧洲市场，给欧盟国内生产总值造成至少一个百分点的损失，使工

作岗位流失达到350万个。也有部分议员认为，欧盟承认中国市场经济地位将会“得罪”美国、加拿大和日本等贸易伙伴，对欧美之间的“跨大西洋贸易和投资伙伴关系协定”谈判产生不利影响。

这些消极态度反映出，欧洲议会罔顾了一个至关重要的事实：中欧已经成为发展之路上的利益共同体。正如欧盟委员会第一副主席弗兰蒂·默曼斯所说，中国的市场经济地位问题攸关欧盟的经济发展和国际贸易前景。

中国与欧盟经济具有高度互补性、互惠性，互利共赢的合作模式为双方带来了实实在在的好处。2015年，欧盟已连续11年成为中国第一大贸易伙伴，中国则连续12年是欧盟第二大贸易伙伴，中欧之间的日贸易额超过10亿欧元。中国市场的开放为欧盟众多企业和品牌获得利润的重要来源。欧盟委员会的研究报告显示，对华出口仅在2011年就为欧盟创造了约300万个就业岗位。与此同时，中国对欧盟国家的直接投资呈现爆发性增长，中国经济转型也为欧洲企业创造出更多机遇。自2012年，中国每年对欧盟国家的

投资已经超过欧盟国家每年的对华投资，为欧盟国家创造就业、摆脱危机作出了贡献。

展望未来，中欧都处在发展的关键时期，双方合作空间巨大。按照各自的发展战略，中国提出到2020年全面建成小康社会，而欧盟也正加紧实施“欧洲2020战略”。尽管双方的战略规划和改革方略不尽一致，但却存在大量可以对接的领域，比如中国的“一带一路”倡议、欧洲的容克投资计划等。承认中国市场经济地位将有助于中欧之间进一步打开双方的市场准入大门，带动彼此在贸易、投资、金融、产能合作、基础设施建设、新能源以及科技创新等领域的全面合作。

把中国当作“替罪羊”终究是站不住脚的。中国的经济发展取得了举世瞩目的成就，中国市场化改革的进展与成果得到国际社会的广泛认可。欧盟作为世贸组织的重要成员，更应模范遵守世贸组织规则，放弃贸易防御心理和短视利益诉求，如期履行中国入世议定书第15条条约义务，推动双边关系实现长期良性发展。



作为世界上最大的发展中国家和最大的发达国家集团，中欧已经成为发展之路上的利益共同体，“杂音”干扰不了中欧双赢的主基调。

中国市场化改革的进展与成果得到国际社会的广泛认可。欧盟作为世贸组织的重要成员，更应模范遵守世贸组织规则，放弃贸易防御心理和短视利益诉求