

瞄准主攻方向 突出重点难点

——二论坚定不移推进供给侧结构性改革

本报评论员

单纯依靠刺激内需解决产能过剩等结构性矛盾很难奏效，而把改善供给结构作为主攻方向，减少无效供给、扩大有效供给才是治病良方。“三去一降一补”是一个有机系统，各项任务之间相互关联，必须统筹兼顾、加减乘除并用

眼下，供给侧结构性改革已成共识，在实践层面究竟应该怎么推？习近平总书记近日发表重要讲话强调，各地区各部门要把思想和行动统一到党中央决策部署上来，重点推进“三去一降一补”，不能因为包袱重而等待、困难多而不作为、有风险而躲避、有阵痛而不前。从中可见，打赢供给侧结构性改革这场硬仗，当务之急是要瞄准主攻方向，突出重点难点，坚定不移地向前推进。

瞄准主攻方向，首先要精确诊断，找到病根。当前和今后一个时期，我国经济发展面临的问题，供给和需求两侧

都有，但矛盾的主要方面在供给侧。分析起来，经济增速下降、工业品价格下降、实体经济盈利下降、财政收入下降、经济风险发生概率上升等都是病症的表象，病根却在供给侧，体现了较为严重的结构问题。因此，单纯依靠刺激内需解决产能过剩等结构性矛盾很难奏效，而把改善供给结构作为主攻方向，减少无效供给、扩大有效供给才是治病良方。

“不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域”。今年，供给侧结构性改革任务十分繁重，关系到“十三五”的开局，战略上要坚持稳中求

进、把握好节奏和力度，战术上要抓住关键点，突出重点难点，攻“碉堡”、啃“硬骨头”，抓好去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板五大任务。去产能，就要在处置“僵尸企业”的问题上不等不靠，该“断奶”的就“断奶”，该断贷的就断贷，以实质性操作确保实质性进展。去库存，就要加大改革力度，建立健全农民工进城配套制度。去杠杆，就要以可控方式和可控节奏逐步消化泡沫和杠杆问题，坚决守住不发生系统性和区域性风险的底线。降成本，就要把整体税负降下来，把不合理的收费取消掉，帮助企业降低成本。

补短板，就要做好脱贫攻坚等方面的工作，扩大有效供给。“三去一降一补”是一个有机系统，各项任务之间相互关联，必须统筹兼顾、加减乘除并用。今年以来，降成本的措施不断充实，补短板的力度不断加大，化解过剩产能、处置“僵尸企业”等措施向纵深推进……解决这些重点难点问题，既需要更加坚定的决心，也需要真抓实干的作风。各地区各部门都要迎难而上、敢于担当，把“三去一降一补”落实到位，确保已出台的政策不走样、不变形，切实取得实效。

上海迪士尼要顺应游客“三化”

冯海宁

上海迪士尼乐园将于6月16日正式开园。上海市消保委日前发布的《“体验迪士尼乐园游上海滩”消费需求调查报告》显示，希望到迪士尼游玩的消费者呈现大龄化、大众化、大型化三个特点。

目前，上海迪士尼已有相当高的知名度和人气，既出现了黄牛党炒门票现象，也出现了“天价小笼包”等争议。显然，这些现象都在提醒迪士尼运营者不断完善服务。这份调查报告呈现的“三化”特点，对迪士尼运营者和有关方面也是一种启示。

一般想来，迪士尼是一种儿童、年轻人的乐园，但从调研结果来看，希望到迪士尼游玩的消费者呈现出“大龄化”特点。45岁以上的大龄人群之所以希望到迪士尼游玩，大概是为了弥补自己童年的遗憾。这就需要认真分析研究，必要时在服务内容、服务方式上进行适当调整，以满足大龄人群的需求。当然，这并不是说要让上海迪士尼乐园完全要跟着大龄人群需求走，而是要兼顾大龄人群，在服务方式、安全保障等方面有所考虑。

再说“大众化”，在人们印象中，迪士尼乐园应该是高收入人群乐园，从门票、餐饮到购物，价格都比较高。有人测算后发现，去上海迪士尼乐园一日游的最低预算要2600元(含门票、三餐、购物)，两日游预计最低需6000元，价格的确不低。然而调查却显示，收入低的人去迪士尼游玩的热情很高。希望迪士尼运营者充分考虑“大众化”这一特点，在定价方面也能兼顾大众群体。

调研结果显示的“大型化”，是指溢出效应，即迪士尼对上海整体经济的拉动作用。根据调研发现，上海以外省区市消费者在上海逗留期间计划人均消费4215元(不含往返上海的交通费)。除上海迪士尼乐园，70.9%的外省区市消费者还会同时游览上海的其他景点，85%的外省区市消费者会在上海游玩期间购物。显然，迪士尼将对上海的经济增长、经济结构带来新的变化。但相关方面不能只算经济账，而是要想想如何保障来上海游玩的外地游客权益不受侵害，如何提供更完善的公共服务让外地游客有回家的感觉。

行业

水泥企业应抱团“走出去”

李佳霖

借助“一带一路”等战略，积极拓展国际市场，是水泥行业摆脱困境的一个思路。要推动水泥企业强强联合、形成抱团“走出去”的发展势头，减少投资的盲目性，避免恶性竞争

时令虽已进入初夏，但我国水泥行业正遭遇10年以来最严酷的“寒冬”。借助“一带一路”等战略，积极拓展国际市场，是水泥行业摆脱困境的一个思路。据不完全统计，我国企业“走出去”遇到的问题60%来自税收，既有来自投资目标国的，也有来自国内的。比如，我国水泥企业“走出去”多集中在亚洲和非洲地区，这些地区许多国家的税收制度并不完善，企业易遭受不合理、不公正的税负。另一方面，目前我国对“走出去”企业的所得税征管采用分国不分项限额法，企业往往难以享受低税负国家的税收优惠，在高税负国家企业要承担的税负也可能会上升。

“融资难”是水泥行业“走出去”遇到的另一个难题。当前国内水泥企业融资渠道主要为银行贷款，水泥行业“走出去”的目标国多集中在地缘政治风险较高的国家和地区，需求多为5年至10年的中长期贷款，回款周期长、投资风险大，许多金融机构不愿承担风险。同时，“走出去”企业的国内信誉难以得到境外银行承认，在境外融资难度也较大，且一些国家的贷款利率相比国内较高。

企业顺利“走出去”需要优秀的人才团队，但目前我国在培养和引进高端人才方面缺乏优势，不少项目所需的技术和管理人员难以实现本地化。

针对上述现状，有关部门应加强规划引导，完善配套扶持政策。通过研究制定我国水泥行业开展国际产能合作的指导意见，明确其“走出去”的战略目标、路线图、时间表，减少投资的盲目性，避

免恶性竞争。同时完善相应配套扶持政策，简化专项资金的申领程序，保证财政奖励及时到位。

应改善融资环境，拓宽融资渠道。一方面加大金融支持，鼓励商业银行对“走出去”企业实行综合授信，为企业量身订制低息金融产品，同时允许企业以资产权益抵押申请境外贷款，为企业融资提供便利并降低成本。另一方面，要拓宽融资渠道，发挥股票市场和债券市场的作用，引导实力较强的企业运用定向增发、私募债券等金融工具实现融资，同时借助产权交易市场，通过知识产权交易等方式筹集资金，引导资信良好的企业进入债券市场，发行融资债券，实现直接融资。

应加快人才引进与培养，提高项目用工本地化率。鼓励企业加强与大专院校、科研机构和国际知名培训机构合作，从国际谈判技巧、目标国法律制度、政治风险、审批制度、宗教文化等方面加强人才培养；还要简化人才引进程序，加强人才保障服务。

应健全服务体系，发挥中介平台作用。发挥好行业协会、产业联盟等中介机构的作用，推进组建水泥行业“走出去”产业联盟，加强资源、信息共享，推动水泥企业强强联合，形成抱团“走出去”的发展势头。同时，要建立“走出去”的信息服务平台，发布国外水泥行业招商项目信息、对外承包工程信息、对外劳务合作信息，以及国外水泥市场需求信息、国际水泥巨头对外投资信息等，加强中外水泥企业之间的投资信息交流。



热线变“冷”线

近日，有报道称有人连续拨打百余次东北某市市长公开电话竟无法接通，也无任何语音提示。此事被曝光后至今，有关方面仍无任何回应，让人感到遗憾。地方政府热线难拨通、难办事，说明相关方面服务群众意识已经“掉线”。“群众利益无小事”，想要真正实现“利民所谋”，相关方面应该克服权力傲慢，畅通热线、网站等下情上达渠道，切不可高高在上，怠慢了民意。

(时锋)

众声

刘俊海
中国人民大学商法研究所所长

“五证合一”产生多重利好

日前召开的国务院常务会议指出，确定持续推进商事制度改革措施，营造有利创新创业的市场环境。2015年10月起，“三证合一、一照一码”政策全面实施，大大提高了设立企业的便利化程度。在之前工商、税务、质检“三证合一”的基础上，整合社会保险和统计登记证，实现“五证合一、一照一码”，这必将产生多重利好。不仅有助于完善企业主体基础数据，提高我国统计数据的精准度和公信力，还将有助降低交易风险，避免监管真空。最主要的是，“五证合一”“证照分离”改革将进一步减少企业创立时的各种制度性成本，有助于鼓励投资兴业。所以说，商事制度改革的进一步推进，有助于更好激发市场的创新创业活力，推动增加就业和经济发展。

韩明
中国饭店协会会长

餐饮业大众化趋势明显

我国餐饮行业正处于结构升级的重点时期，并正经历三大变化。一是消费升级带来消费结构变化，大众化餐饮成为消费升级的主体市场。主要表现为对安全、健康、特色、体验的消费需求不断升级，大众化餐饮已占据餐饮行业营业额的八成。小而精的特色店、单品连锁店、婚庆喜宴以及商场餐饮等大众化餐饮，成为引领餐饮行业发展的主力。二是经济增长方式转变带来商业模式变化，包括快餐、团餐、休闲餐饮、小吃、社区餐饮、商场餐饮等在内的业态快速发展。三是移动互联网技术爆发带来的营销方式变化，线上线下餐饮模式发展迅猛，外卖市场在蓬勃发展过程中逐步得以规范。

倪鑫
首都医科大学附属北京儿童医院院长

应多措并举让儿科医生“安心”

儿科只有留住人才，才能留住儿科发展的希望。留住儿科人才，要靠感情留人、事业留人，同时也需要待遇留人。国家对儿童医疗卫生服务改革与发展有了全方位的部署，下一步，需要将这些部署落到实处，真正让儿科医生“安心”。同时，解决儿童看病难，分级诊疗是关键。相关意见提出，建立基层儿童医疗卫生机构家庭医生签约服务制度，优先与儿童家庭开展签约服务。这将有助于儿科分级诊疗的建立，实现对患者的分流疏解，也有助于加强儿童的预防保健。

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

规范基金子公司“万能牌照”正当时

周琳

日前，《证券投资基金管理公司子公司管理规定》和《基金管理公司特定客户资产管理子公司风险控制指标指引》两份文件的征求意见稿已发至各公募基金子公司。根据文件，今后设立基金子公司须满足基金管理公司成立满2年、基金公司净资产不低于6亿元等七大条件，开展特定客户资产管理业务应满足净资产不得低于1亿元、净资产不得低于负债的20%等四大风险控制指标。

这表明，监管部门有意提高基金子公司设置门槛，对开展特定客户资产管理业务实施净资产约束为核心的风控管理和分级分类监管，也意味着素有“万能牌照”之称的基金子公司可望告别“野蛮生长”。

之所以要规范“万能牌照”，与基金子公司自身的资质和发展现状密切相关。基金专户子公司产生于2012年11月，全称是专项客户资产管理计划，采取报备制。按照有关规定，基金子公司可投资于非上市交易的股权、债权和其他财产权的

业务，投资范围比信托、公募基金更广，被称为“万能牌照”。正因为有牌照优势，基金子公司在各个维度与信托、券商资管展开竞争，尤其是在争抢通道业务中，基金子公司资管规模急剧扩大。中国基金业协会统计显示，截至今年一季度末，基金专户子公司数量已达79家，旗下产品达1.7万只，资管规模近10万亿元，已远远超过诞生10余年的公募基金规模。

然而，“野蛮生长”的背后，基金子公司业务多而不精的弱点持续暴露。在业务结构方面，由于过度依赖通道业务，不少基金子公司陶醉于对信托、私募基金、股权投资基金等机构做通道发行产品、营销、承接外包服务，极少主动开发业务、独立做风险控制和投后管理等。长此以往，低技术含量、不用自担风险的通道业务，成为基金子公司资管规模“增肥”重要手段，而在自身资管产品方面则频频“踩雷”。

在资产质量方面，基金子公司的大部分资管业务来源于不满足银行信贷条件

的业务，资产质量相对较低。同时，部分银行也可能为化解流动性风险，通过资管公司来接盘不良资产，这对不清楚投资标的的投资者来说有极大风险。日前有多家基金子公司曝出多起资管产品不能按时兑付事件，导致投资者不断向监管部门投诉。

从这个意义上看，监管部门发布新规，在成立年限、注册资金、非货币基金公募规模等方面设门槛、抓风控、降杠杆，很有必要。一方面，有望将那些风控不严、非货币基金规模小、净资产较低和违法违规经营的基金公司挡在基金子公司门外；另一方面，在净资产、净资产等方面详细地设定“万能牌照”的风控指标，提高其风险控制门槛，有利于让前期“野蛮生长”的专户子公司从新审视通道业务，把更多的精力用于提高规范主动资管业务上来。从长远看，新规并未让基金子公司的“万能牌照”失色，反而给行业持续、健康发展指明了方向，可谓正当其时。

思辨

基金子公司近些年“野蛮生长”，但业务多而不精的弱点持续暴露。监管部门发布新规，在成立年限、注册资金、非货币基金公募规模等方面设门槛、抓风控、降杠杆，很有必要