“国进民退”是个伪命题

——坚持“两个毫不动摇”系列谈之一

本报评论员

最近有报道说，我国首枚由民营企业研制的火箭将在今年上半年发射。来自民营企业与之类似的好消息着实不少。这些新闻与社会上一度流传的“国进民退”舆论形成巨大反差。矛盾现象的背后，凸显值得深思的问题。

所谓“国进民退”的说法，是一种缺乏严谨理论依据的感性表达，说到底是个伪命题。在经济运行中，企业经营面临的市场压力来自方方面面，把它简单归结为国有与民营之间的“零和”博弈，是一种直线式思维，根本无法解释今天公有制为主体、多种所有制经济共同发展的丰富实践。

以民营创业公司研制火箭为例，从全球范围看，世界上能造火箭的国家寥寥无几，但我国已形成了非常好的航天工业基础和制造业基础，这是民营企业能够涉足这一尖端领域的中国优势。民营企业之所以能够迅速进入这一领域，绝不是国有与民营的“进退”所决定的，而是中央大力推动“军民融合”、积极发展混合所有制经济的必然结果。按照这家火箭公司创始人的说法，他们虽是一家民营创业公司，但合作单位却包括中国兵器、航天科工在内的多家军工企业。换言之，在我国现阶段，没有强大的国有经济和科研实力为基础，单靠民营企业自身的资本实力和技术积累，很难在短时间实现重大突破。

典型个案的背后，包含了新的思维与实践逻辑。按照合作竞争的理论来解释，创造价值的本质是合作的过程，增进互补者可以使企业的产品和服务变得更有价值。同样道理，国有企业与民营企业，并不是此消彼长的“进退”关系，两者都是社会主义市场经济的重要主体。国有资本、集体资本、非公有资本等相互融合、同场竞技，共同促进我国经济社会持续健康发展。

进一步分析，还可看到，改革开放近40年的伟大实践，彰显了社会主义基本经济制度的独特优势。经过不懈探索，我们成功地把公有制经济与非公有制经济有机统一于社会主义市场经济体制之中，两者相辅相成、相得益彰，形成推动经济社会持续健康发展的强大合力。国有企业成为壮大国家综合实力、保障人民共同利益的重要力量；民营企业在稳定增长、促进创新、增加就业、改善民生等方面持续发挥重要作用。国有民营携手共进，不仅取得了令世界瞩目的历史性成就，而且拓展了发展中国家走向现代化的前行路径。

多年来，社会上总有些人固执地把国有企业和民营企业对立起来，认为私有制更“有效率”、更“清廉”。但国际金融危机以来的大量事实一再表明，这种观点是错误的。这些年，中央反复强调要毫不动摇巩固和发展公有制经济，毫不动摇鼓励、支持、引导非公有制经济发展。任何想把公有制经济否定掉或者想把非公有制经济否定掉的观点，都是违背我国改革发展要求和损害最广大人民根本利益的。在这个问题上，认识必须清醒。

在中国特色社会主义事业的新时代，我们要不断深化对“两个毫不动摇”的理解与认识，努力形成各类市场主体共生共赢的良好局面。各地区各部门要切实把中央扩大非公有制企业市场准入、平等发展的重大改革举措贯彻到具体实践中。国有企业要遵循市场规律、创新体制机制，加快建设中国特色现代国有企业，理直气壮做强做优做大；民营企业要顺应经济发展新时代的新要求，弘扬企业家精神，发挥企业家作用，坚守实体经济，落实高质量发展。唯此，我国社会主义基本经济制度才能在改革中不断完善，在发展中彰显更大活力。

专家洞见

曾刚谈银行监管①

规范股权管理有助于源头防风险

编者按 一段时间以来，某些机构违反规定未经批准持有银行股权、入股资金来源不符合自有资金要求、违规代持、违规开展关联交易、利益输送以及滥用股东权利损害银行利益等现象不时发生，损害了商业银行存款人和其他客户的合法权益，给商业银行安全运行和金融业健康发展带来了负面影响。日前，中国银监会印发《商业银行股权管理暂行办法》，对规范商业银行股东特别是主要股东行为，加大对违法违规行为的查处力度等提出了相关管理举措。为此，本报特邀中国社科院金融所银行研究室主任、国家金融与发展实验室副主任曾刚对《商业银行股权管理暂行办法》作出系列评析。

随着国内银行业改革的推进，社会资本大量进入银行业，商业银行股权管理中存在的一些问题日益凸显。主要包括：法律层面关于商业银行股东资质审核、股权结构披露和行为监管等方面的规定不够完善，导致股东违规使用非自有资金入股、滥用股东权利损害银行利益等情况时有发生；监管层面关于穿透式监管和关联交易等方面的界定不够清晰，产生非公允关联交易、利益输送等问题。

为加强商业银行股权管理、弥补监管短板、防控金融风险，银监会曾在2010年和2017年先后颁布《关于加强中小商业银行主要股东资格审核的通知》和《关于切实弥补监管短板提升监管效能的通知》。2018年1月5日，银监会再次出台了《商业银行股权管理暂行办法》（以下简称《办法》），延续既有思路，完善监管办法，旨在对商业银行股权管理行为实施更为精细化的监管。

《办法》提出了“分类管理、资质优良、关系清晰、权责明确、公开透明”等五大原则，包括总则、股东责任、商业银行责任、信息披露等七个章节，其核心内容主要涉及对股东行为实施穿透式监管、规范关联交易行为、设置金融产品入股限额、对股东持股实施分类管理以及加强社会资本资质审查等五个方面。

为保证监管执行的效力，《办法》还明确了监管部门对股东的延伸调查和惩处权力。在商业银行股东出现违法违规行为的情况下，银监会可以采取责令限期整改，对逾期不改正或者其行为严重危及该商业银行的稳健运行、损害存款人合法权益的，可采取限制股东参与经营管理的相关权利、责令商业银行控股股东转让股权等监管措施。同时，通过信息披露、联合惩戒等方式，借助市场力量共同做好股权监管工作。

总体上，《办法》的出台是加强金融监管的措施之一，也是落实中央经济工作会议关于“打好防范化解重大风险攻坚战”“加强薄弱环节监管制度建设”等要求的重要工作内容。通过规范商业银行股东特别是主要股东行为，加强股东资质的穿透审查，加大对违法违规行为的查处力度，保护商业银行存款人和其他客户合法权益，可以从源头控制重大风险的形成，为商业银行安全稳健运行创造更为良好的制度条件。

（下篇请看《对银行股东实施穿透式监管》）

网约家政须纳入监管视线

杨玉龙

如今,不少上班族为了解决打扫家庭卫生的苦恼,会通过手机软件下单,预约家政人员上门服务。最近媒体调查发现,“网约家政”隐患重重，比如网上注册门槛低，服务质量难保证；有的家政公司提供的家政人员只是挂靠在公司,未签订劳动合同,一旦发生纠纷,就很难解决。

网约家政作为一种新型家政服务模式，符合当下市场需求，也可以实现多赢。一则，可以解决居民无时间和精力清扫家庭之难题；二则，免去了去实体店雇人的不便；三则，可以为一部分人提供就业岗位。

但是，网约家政存在的问题也不容忽视。比如，未签订雇佣合同，也就埋下了消费隐患；家政服务人员素质和能力良莠不齐；有些从业人员未与挂靠的公司签订劳动合同，不仅自身权益难以保障，而且也为消费者日后维权设置了阻碍，等等。这都让消费者在使用网约家政服务时心里忐忑。

网约家政作为一种实体店的延伸,绝不能逍遥于监管之外。一方面,相关部门应出台适应新形势的家政服务规范性办法,建立家政服务企业、从业人员信用记录等,将网约家政纳入监管视线。另一方面,应充分发挥好行业自身监管的作用。通过行业协会的管理,提高家政企业和服务人员的准入门槛,开展有针对性的培训,以及实行红黑名单制度,让不法家政服务企业以及APP及时得到曝光，并以此倒逼行业自身规范化发展。

目前，网约家政主要是通过APP选购服务。这就需要有相应的管理机制跟进，促使家政服务APP以及相关平台把好平台监管关。

期待“弹性离校”能扩容

奚旭初

中国青年报日前所作的一项调查显示，91.4%的受访家长常因接送孩子上下学而苦恼，94.8%的受访家长希望推广南京等地的“弹性离校”做法。

如此众多家长为这件事烦心,可见这个问题之面广量大;大多数家长期待采取“弹性离校”做法,可见此举已为人心所向。小学放学早,孩子年纪小,家长下班晚,孩子放学后两三个小时的“真空期”谁来管,一直是困扰很多家长的问题。

“弹性离校”，让放学后无法回家的小学生不再无处可去，解决了上班族家长的后顾之忧。南京规定，学生留校期间安排专人照管其复习、作业、预习和课外阅读等，所需经费由财政部门提供，严禁收取或变相收取任何费用，严禁“搭车”搞其他有偿服务。这既为家长排忧解难，又防止集体补课偷梁换柱，更是把好事办好办实了。

民生民本,国之根本。增加收入是民生,健康医疗是民生，造桥修路是民生。同样，放学后照顾服务学生也是民生。乍看之下，这是“鸡毛蒜皮”的小事,但对于个人、家庭来说,却是大事,也直接影响到他们的生活。小民生关乎大宗旨。党的十九大庄严承诺:“从人民群众关心的事情做起，从让人民群众满意的事情做起，带领人民不断创造美好生活!”放学后看护服务学生这种“小民生”，无疑有利于提高市民的幸福感、增加获得感。民有所呼，我有所应，期待更多地方能推行“弹性离校”的好举措。

朱慧卿作

“转嫁”

据报道，近日有网友反映，在湖南长沙一些KTV唱歌，会被收取5元版权费，且不开发票。对此，中国音像著作权集体管理协会回应称，版权费针对的是以营利为目的的KTV场所，KTV并没有权力向消费者收取这笔费用。为保护知识产权，有关部门收取版权费，在一定程度上造成KTV的经营成本增加，但经营方完全可以提高综合收费价格，不能直接向消费者收取版权费。如果KTV向消费者收取版权费，就难免有重复收费之嫌。

（时 锋）

来论

信用重建帮贫困户脱贫

周慧虹

据报道，陕西铜川金融机构推出贫困户信用重建机制，针对有发展意愿的贫困户，探索构建“优惠+谅解+救济”的信用重建机制。自开展试点工作以来，当地已为1100多户信用重建农户发放4800万元贷款，其中为542户信用重建贫困户发放1743万元贷款。

现实中，一些贫困户之所以沦为失信户，许多情况下并非有意为之。由于不少贫困户文化程度不高，对于个人信用维护及金融服务等方面的专业知识了解不多，很容易出现诸如因一时疏忽忘记按时还款、家境所限无法正常履约等情况。对于类似非有意为之的失信人群，不宜“一棍子打死”，而是有必要具体问题具体分析，适当提高信用宽容度。

有关地方的实践表明，信用重建为相关农户尤其是贫困户的生产、生活带来了转机。通过信用重建，一些失信贫困户不致被排除在金融精准扶贫视域之外，从而使得他们有机会获得国家的普惠金融政策扶持，平等地享受普惠金融资源的润泽，金融服务的可得性与可持续性也有了稳固的落实根基。

当前，我国各地信用体系建设开展时间不长，在具体做法上不宜“一刀切”，而是应分类施策，循序渐进。对于一些并非本人恶意失信，失信行为后果不算严重，并且有意愿改过的人群，不妨将其纳入信用重建范围，为其提供一次信用救赎的机会。

看神龙汽车能否“重回赛道”

杨忠阳

行业

今天中国汽车市场已从过去的高速增长进入微增长阶段。随着市场日趋饱和，竞争也更加激烈，如果没有快速市场反应能力，如果不能及时推出符合和引领市场需求的产品，即便是高端品牌也会感到力不从心。企业在发展中难免会遇到这样或那样的问题。有问题并不可怕，可怕的是不能正视问题，从而贻误大好发展机遇。此次神龙已认识到了问题的严重性，决意加快变革

由于销量大幅下滑，神龙公司近日被舆论推上了风口浪尖。有数据显示，2017年神龙汽车全年仅交付37.8万多辆，没能完成年初预定目标。在中国这一全球最大市场，在汽车这一以销量论英雄的行业，神龙的这份成绩单，引发社会热议并不意外。

作为我国较早成立的轿车合资企业，神龙有过辉煌。在上世纪很多家庭并不宽裕的年代，其推出的“富康”，一度成为人们谈论最多的话题。它操控稳定、做工厚实，至今仍被人们津津乐道。2015年，神龙年销量曾突破70万辆，大有腾飞之势。然而，与快速上量的一汽大众相比，如今神龙的跌落显示出其在发展中遇到了更大挑战。

人们对神龙销量下滑原因的分析各有千秋，但所有问题的关键在于一点，那就是神龙对中国汽车市场的变化反应不够快。今天，中国汽车市场已从过去的高速增长进入微增长阶段。随着市场日趋饱和，竞争也更加激烈，如果没有快速市场反应能力，如果不能及时推出符合和引领市场需求的产品，即便是奥迪等高端品牌，也会感到力不从心。况且，围绕市场变化和消费需求升级，创新产品，变革组织，提升效率，本来就是企业积极进取，保持竞争力的重要手段，但神龙做得似乎并不到位。

客观地讲，作为具有百年历史，规模仅次于德国大众的欧洲第二大汽车制造商，标致雪铁龙集团不乏技术实力。比如，前些年在涡轮增压还没有成为发动机主流技术之时，就已率先开发出了领先全球的1.6THP系列涡轮增压发动机。即使在中国市场表现不尽如人意，去年该集团在全球依然实现了363.23万辆的销量，同比增幅达15.4%，这很值得深思。

面对市场的快速变化，企业在发展中难免会遇到这样或那样的问题。有问题并不可怕，可怕的是不能正视问题，从而贻误大好发展机遇。令人欣慰的是，此次神龙已认识到了问题的严重性，决意加快变革，誓言“重回赛道”。

据媒体报道，神龙为此制定了新的“三步走”战略路径，并确立了“重回赛道”阶段的三大核心目标：市场份额实现3%，即2020年销量实现70万辆以上；经营利润率在5%以上；质量达到行业前三水平。与目标相对应，神龙开始自我“手术”。从采购领域实行“全体起立，竞聘上岗”，到渠道领域实行“重新划区，集中锁边”，可谓力度空前。近期逐渐回暖的销量，似乎也预示着“疗效”可期。

神龙要真正“重回赛道”并实现腾飞，除了实行供应链和销售渠道变革外，还需要强化双轮驱动。

一方面，要加快新产品的本土化开发和投放。产品，是一家企业创新能力的重要载体，也是品牌实力的重要体现。过去，外方即使导入相对落后的产品，也因中国市场大，增速快，不愁卖。但现在情况发生了较大变化，随着中国成为全球竞争最激烈的汽车市场，企业要想抢占市场先机，就得围绕中国消费者需求，及时开发出好产品。

另一方面，还要加快提升营销力。好的营销，既能提高产品的销售速度，又能让产品赢得消费者口碑，进而提升品牌溢价能力。长期以来，神龙的品牌、市场部门分居北京、上海、武汉等三地，缺乏战略协同，营销整合可谓势在必行。应该说，此次神龙将分散的品牌部门统一迁至武汉总部集中办公，有助于总部和两个品牌之间形成更好的互动与协同，提高运营效率。这对于一个竞争激烈、瞬息万变的市场，是非常必要的。当然，在实现品牌、市场部门搬迁整合的同时，神龙不仅要向自己的同门兄弟东风日产取经，更要向从巅峰到低谷再强势反弹，重回全球手机销量前五位的互联网企业小米学习。

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