

疫情冲击有多大，取决于如何应对

□ 连俊

每周经济观察

上周，联合国秘书长古特雷斯在第75届联合国大会一般性辩论上呼吁，国际社会应加强团结，共同应对新冠肺炎疫情。在他看来，疫情造成了“前所未有的健康危机以及大萧条以来最严重的经济损失”，给人类社会敲响了警钟，也成为应对未来挑战的一次演练。

古特雷斯这番讲话引出了一个重要问题——新冠肺炎疫情给本已脆弱的世界经济造成了重创，随着对疫情的认识不断加深，越来越多的人开始思考，疫情对世界经济负面影响有多大？正确的应对方式又是什么？

今年以来，一个较为普遍的看法是疫情对世界经济的负面影响可能持续相当一段时间，甚至有观点认为，“新冠肺炎疫情大流行将导致全球化步入永久性倒退”。不过，更多迹象表明，实际情况并

新冠肺炎疫情给人类社会敲响了警钟，也成为应对未来挑战的一次演练。疫情对经济的冲击是个变量，取决于各国如何应对疫情，以及如何正确对待经济全球化这个大势。须知，世界退不彼此封闭孤立的状态，更不可能被人为割裂。面对疫情冲击，像鸵鸟一样把头埋在沙里假装视而不见，面对经济全球化大势，像堂吉珂德一样挥舞长矛加以抵制，都违背了历史规律

非如此。

德国智库基尔世界经济研究所近期分析了2008年至2009年国际金融危机导致的经济衰退数据，发现全球贸易今年的反弹速度要比2008年国际金融危机之后快得多，“当时贸易额花了13个月时间才恢复到今年仅用2个月就恢复到的水平。”该研究所所长加布里埃尔·费尔贝迈尔说，今年的贸易萎缩主要由人为障碍而非需求长期崩盘造成，“这意味着当各国政府重新开放边界并放宽对社交活动的限制时，进出口将迅速复苏。”

这项研究很有价值，更有一层意思言犹未尽：开放边界并放宽对社交活动限制的前提，在于真正将疫情防控和复工复产复商复市抓紧抓实，而不是“口惠而实不至”，甚至罔顾事实，编造谎言，无端指责抹黑。

目前，在疫情防控做得较好的国家，经济贸易改善情况非常明显。德国伊福经济研究所24日公布的数据显示，经季节性调整后，德国9月份商业景气指数从上月的92.5点升至93.4点，为连续第5个月环比上升。欧洲中央银行一份研究报告则指出：“中国经济快速复苏主要得益于政府切实有效的应对政策和内需拉动。”

与之形成鲜明对照的是，美国疫情防控被《时代》周刊形容为“一场美国式失败”，更给美国经济走向带来了高度不确定性。9月22日，美联储主席鲍威尔出席美国国会听证会时强调：“只有当人们确信可以安全地重新参与广泛活动时，经济才有可能全面复苏。”美国经济前景将取决于疫情发展以及美国政府采取的政策行动。

不难看出，疫情对经济的冲击是个变

量，取决于各国如何应对疫情，以及如何正确对待经济全球化这个大势。须知，世界退不彼此封闭孤立的状态，更不可能被人为割裂。面对疫情冲击，像鸵鸟一样把头埋在沙里假装视而不见，面对经济全球化大势，像堂吉珂德一样挥舞长矛加以抵制，都违背了历史规律。

采取政策行动，说来简单做起来难。但是，“千里之行，始于足下”，只要愿意做总会有收获。不过，从年初到现在，本届美国政府在疫情防控问题上，可谓“嘴行千里，屁股还在白官里”，似乎在公众面前讲几句漂亮话，把黑锅往别国身上扣，然后在社交媒体发上几条“金句”，疫情就会消退了。

这恰恰应了中国一句俗语，叫作“人哄地，地哄人”。如若不信，过一些时日，你再看看吧。

消费扶贫离不开企业力量

□ 许贵元

近年来，消费扶贫已成为助力贫困群众脱贫致富的一种重要手段。各地企业纷纷主动认购贫困地区和贫困农户的农产品，以实际行动帮助他们在全面小康路上“不掉队”，让贫困地区和贫困农户感到温暖。这也说明，企业在消费扶贫中大有可为。

目前，各地正集中力量抓好脱贫攻坚收官工作。即便时间紧、任务重，仍不能采取集中“送钱送物”等急于求成的简单做法。拿消费扶贫来说，除了向贫困地区、贫困群众定购农产品，还应该充分调动各方面扶贫、助贫的积极性。具体到企业参与消费扶贫，应在以下方面主动作为。

一是发挥企业人才、技术、管理方面的优势，帮助贫困地区因地制宜兴办一些农业产业和涉农企业，并根据市场需求，利用先进科技手段孵化特色产业，培育优质产品，拓宽农民就业创业空间，让他们

有事干、有钱赚，安居乐业搞生产，脚踏实地奔小康。

二是企业主动对接贫困地区，建立名副其实的扶贫车间，或建立长期帮扶联系点，建立重点联系户名单，随时掌握农民群众的需求，健全完善服务体系，帮助农民搭好线上平台，并发挥农村电商以及“带货直播”作用，做到有的放矢、精准帮扶。尤其是对那些刚走出贫困、实现脱贫摘帽的贫困地区和贫困群众，要认真做好扶贫帮困“后半篇文章”，千方百计防止返贫。

三是企业可派出技术人员进驻贫困地区，协助搞好农业技术培训，开展“技术充电”，在“智力扶贫”上下足“绣花功夫”，积极引导贫困群众消除“等靠要”等消极依赖观念，帮助他们牢固树立自力更生求发展、艰苦奋斗谋幸福的斗志，最大限度地激发他们脱贫致富的内生动力。

从严治理金融营销乱象

□ 郝冬梅

由于自媒体日渐增多，一些金融营销企业不仅在传统媒体上做广告，还通过自媒体“爆款”文章方式，推广理财产品。此类营销“投资少、见效快”，只要花钱推广，就能“精准投放”，出现在朋友圈和微信群等社交工具上。

随着经济社会发展进步，我国居民投资理财意识也在快速增长。可是，不少金融营销理财产品都是“王婆卖瓜”，自己夸自己，有的还夸大宣传。此类营销行为不仅侵害了金融消费者的合法权益，影响金融机构的企业形象，还会破坏金融秩序，甚至产生金融犯罪行为。

对此，监管部门多次发布风险提示

示，自媒体平台门槛低、发布主体多、内容审核不够严格，消费者在接收此类非官方渠道发布的销售信息时，应提高自我保护意识，避免冲动消费。同时规定，金融营销不得引用不真实、不准确的数据和资料，不得对过往业绩虚假或夸大表述，不得对资产管理产品未来效果、收益或相关情况作出保证性承诺，不得使用明示或暗示保本、无风险或保收益等不当营销宣传手段。

但是，再好的提醒都不如强有力的监管。一方面，监管部门要大力整治自媒体乱象；另一方面，需要严厉打击“营销吹牛皮”现象，不断提高违法成本。



程 硕作(新华社发)

“瘦身”调整

据报道，安徽省日前发布《安徽省省级涉企收费清单（2020年）》，对省级涉企收费清单“瘦身”调整。该省涉企行政事业性收费项目由62项下降到26项；行政审批前置服务收费项目通过进一步精简，由80项下降到35项；政府性基金由19项下降到17项，阶段性免征民航发展基金、进出口货物港口建设费、文化事业建设费和国家电影事业发展专项资金，并对船舶油污损害赔偿基金实行减半征收。这些措施有助于进一步优化营商环境，切实为市场主体减负，推动创新创业活动，值得借鉴。

(时 锋)

擦亮供销社为农服务金字招牌

□ 刘 瑾

近年来，供销社创新服务，用改革和实干证明了供销社在新时代仍是农民的“贴心人”、乡村振兴的“护航人”，为农服务能力不断提升。供销社应始终牢记为农服务根本宗旨，加强为农服务体系，扎实有力深化综合改革，发挥优势加快发展壮大

下，全国供销合作社几经辗转、沉浮，但实践证明，改革是发展的“点火器”，供销合作社有能力和实力在深化改革中解决各种遗留问题，与时俱进，加强基层供销社建设，根据市场需求加快建立现代流通服务网络，使农民身边这个“老朋友”焕发出新生机。

现代农民还需要供销社吗？近年来，供销社创新服务，用改革和实干证明了供销社在新时代仍是农民的“贴心人”、乡村振兴的“护航人”，为农服务能力不断提升。近年来，供销合作社探索土地托管服务模式，并将其作为为农服务的重要抓手。目前，供销社系统土地托管面积超过1

亿亩，真正成为了农民的好管家。供销社不断推动农产品流通领域健康发展，农产品市场布局更加优化、功能更加完善，连接产地到消费终端的农产品市场网络初步形成。全系统亿元以上农产品批发市场达到了237家，数量约占全国的15%。

供销社如何面对开放的市场？众所周知，基层社是供销社直接面向农民开展生产生活服务的主要载体，是为农服务的“最后一公里”。2015年以来，供销社系统基层社从2.5万家增加到3.2万家，在全国基本实现涉农乡镇全覆盖。与此同时，社有企业发展稳中有进。各地整合本级社有企业资源，推动企业集团化发展，全国

20个省级社成立了供销集团，营业收入50亿元以上的企业达到了28家。2019年，供销社系统企业实现营业收入1.8万亿元、利润总额466.6亿元。

供销社有着60多年的发展历程，从成立起就明确的为农服务这一根本宗旨始终没变，初心未改，而且服务广度、深度不断拓展。随着我国发展进入新时代，特别是要深入实施乡村振兴战略，加快推进农业农村现代化，都给供销社的发展提出了更高要求、开辟了更为广阔的空间。

下一步，供销社应始终牢记为农服务根本宗旨，加强为农体系建设，扎实有力深化综合改革，发挥优势加快发展壮大。做好“供销社+”这篇大文章，加快形成全产业链服务体系；大力实施供销社合作社培育壮大工程，开启综合改革新征程；坚持“改革强社、服务立社、夯基建社、以企兴社、从严治社”，加快建设新时代综合性合作经济组织。

行业

加快发展现代服务业是推进产业结构调整的重要途径，也是迈向高质量发展的必然要求。当前，西部欠发达地区现代服务业发展不平衡不充分，整体水平较低。笔者认为，补齐这一短板，这些地区应注重推进产业空间集聚，尽快形成集聚效应。

西部欠发达地区地域辽阔，与发达地区相比，人口密度小。一般而言，在达到适度人口密度前，人口密度增大，服务业发展潜能就会增加。以新疆为例，其面积占全国约六分之一，地形地貌多样，分布着高山、沙漠、戈壁、森林、湖泊，全区2500万人口分散生活在片片绿洲上，是典型的“绿洲经济”。这样的地理条件和人口分布，服务业不易形成集聚。因此，需要加强规划设计，注重从空间上谋划现代服务业发展。

一方面，实施政策引导，建立和完善促进现代服务业发展的政策体系。西部欠发达地区应围绕新时代推进西部大开发形成新格局目标，抓紧制定并适时出台服务业发展“十四五”规划，科学谋划现代服务业集聚区、特色小镇发展等，推动服务业形成空间集聚。规划还应着眼于优化服务业发展环境，创造公平竞争、企业间良性互动的氛围，放大政策支持的杠杆效应。

另一方面，推进差异化发展，统筹考虑产业布局。对新疆而言，乌鲁木齐、昌吉、喀什、石河子、伊宁、库尔勒等中心城市要有大局观和协同思维，承担不同发展功能，推动本区域形成特色鲜明的主导产业，从而在全区各地形成各具特色、互为补充、错位发展、竞相赶超的产业发展良好局面。同时，完善配套人力资源、基础设施等规划，通过培育现代服务业集聚要素，推动产业集聚发展。

空间集聚是手段，产业发展是目标。西部欠发达地区在旅游产业、康养产业、物流产业、文化产业等方面潜力巨大，相信通过政策引导，谋划集聚区、差异化布局，推动现代服务业实现空间集聚，产业发展一定会带来倍增效应，推动区域经济迈向高质量发展。

众声

徐直军

华为公司副董事长、轮值董事长

新基建是推动数字经济重要动力

新基建以信息技术为基础，是推动数字经济的重要动力。近期看，新基建可为稳经济、稳增长助力；长远看，新基建作为信息社会的基础，将会激发更多新需求、创造更多新业态，释放增长潜力、推动经济转型升级。一是必须认真评估数据中心建设条件，不能一哄而上。二是需要智慧城市运营商提供持续服务。智慧城市离不开技术更新、运行维护、实时管理，需要智慧城市运营商负责投资、建设、运营，持续提供服务。三是重视应用软件开发和使用。智慧城市要靠应用软件实现各种功能，只有尊重软件价值，明确软件的商业模式，才能促进智慧城市长期发展。四是用人工智能提升生产效率。人工智能技术不仅能让生活更方便，还能进入生产流程，帮助各行业大幅度降低生产成本，提升生产效率。

王晓东

中国人民大学商学院贸易经济系主任

加快现代流通体系数字化建设

在当前经济高质量发展和构建“双循环”新发展格局形势下，现代流通体系建设具有更加突出的意义，需要关注几个方面的趋势性变化。一是流通体系数字化转型。当前，数字化零售体系已现雏形，下一步批体系数字化重构是重中之重，特别要重视传统批发组织数字化改造。二是流通体系与生产过程更好融合。在数字经济时代，流通体系与生产过程的融合，要更多发挥由市场反向引领柔性生产的先导作用，使生产和流通共同服务于消费需要。三是交通运输和物流配送体系是现代流通体系中先进生产力的代表，在互联网和数字经济时代，物流体系建设更要先行。

关利欣

商务部研究院流通与消费研究所副所长

多措并举促进新型消费发展

新型消费发展不仅能够从需求端满足多样化、个性化的消费需求，通过拉动最终消费带动经济增长，而且能够从供给端发力，通过网络数字技术更好地发挥市场配置资源的作用，从而实现供需匹配，消费与投资良性互动，释放内需潜力。新型消费不仅包括基于新业态、新模式的消费对象和消费方式，还包括适应数字经济发展变化的新消费环境和消费政策。围绕进一步促进新型消费发展，一方面需要鼓励市场主体加快创新，消除新业态、新模式发展面临的制约因素，增强经济恢复性增长动力，更好地释放内需；另一方面需要完善适应新型消费发展的政策和治理规则，深化包容审慎监管，健全用户权益保护、产品追溯、算法审查等机制，营造安心放心诚信的消费环境。

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