

金融支持小微企业要“两手抓”

财金视野

2021年《政府工作报告》提出,今年务必做到小微企业融资更便利、综合融资成本稳中有降。其中,涉及大型商业银行普惠小微企业贷款增长30%以上、适当降低小微企业支付手续费等多项举措,为市场广泛关注。

为市场主体纾困、缓解企业融资难和融资贵问题,是金融机构不可推卸的任务。今年落实这项任务的特殊之处有两点:一是在去年已采取较大力度支持企业恢复元气的基础上,再加码金融系统让利、信贷导向、存款利率等环节,这对机构自身的经营管理能力和风险控制是一场更大的考验;二是站在稳就业和维护金融安全的高度看,金融行业尤其是商业银行既要服务好小微企业,切实降低融资成本、提升融资便利,又要避免片面理解政策带来不良资产大幅增加,危及自身生存并引发金融系统连锁反应,这对“处理好恢复经济与防范风险的关系”提出更高要求。

服务实体经济是金融的天职和宗旨,是金融健康发展的基本前提,也是防范金融风险的根本举措。助力小微企业纾困和金融机构自身发展,不是“有你无我”的零和博弈关系,只要坚守初心,实体经济和金融业必将携手发展得越来越好。

商业银行不良资产占比是衡量金融风险的核心指标。目前,虽然小微企业不良贷款额的整体占比较小,但这些企业不良贷款率、不良贷款增幅一旦快速变化,对部分中小商业银行乃至整个金融系统的影响不容小觑。有效化解不良资产对于防控系统性金融风险、保证经济平稳运行至关重要。这就需要监管部门、金融机构、小微企业等各方形成合力,一手抓服务实体经济,一手抓完善不良资产处置机制、精准防控风险。

从宏观视角看,要充分体现各项金融政策的灵活性,一方面,继续深化金融供给侧结构性改革,改善融资结构,提升直接融资比重,缓解银行信贷压力。特别是加强资本市场基础制度建设,提高针对中小微企业的股

权融资占比;另一方面,增加有效信贷供给,优化信贷结构,严格查处小微企业融资中的不合理收费问题。统筹金融发展与金融安全,尤其要做好存量风险化解和增量风险防范,守住金融风险底线。在此基础上,继续落实小微企业贷款延期还本付息的政策,可继续提升小微企业的无抵押信用贷款占比。

从金融机构自身发展角度,要继续优化小微企业贷款的风险分类制度,加快产品和服务创新,建立健全商业银行业务、信贷和能贷的长效机制。同时,积极引入金融科技手段,创新供应链金融服务模式,通过更丰富的数字经济工具,全面提升针对中小微企业的信息识别能力和风险控制水平。既避免错过真正“缺水”的小微企业,又要防止资金流入不当领域。

对部分大型企业而言,可考虑顺应产业数字化发展趋势,探索设立供应链金融平台,立足产业链,服务上下游中小微企业。所谓供应链金融,即围绕整个供需闭环的核心企业,对上下游企业进行资金支持,保证供应链上的各类企业资金顺畅融通的一种融资模式。以汽车行业为例,传统点对点的信贷融资模式下,银行只偏爱少数核心汽车制造企业,而在供应链金融模式下,银行或供应链金融平台可以让金融“活水”滋润到汽车业上游的钢铁企业、轮胎企业以及下游的中小汽车销售企业、汽车服务企业等,有利于整个汽车生态圈健康发展。

服务实体经济是金融的天职和宗旨,是金融健康发展的基本前提,也是防范金融风险的根本举措。遵循这一逻辑,就不难理解眼前金融机构让利实体的长远用心。助力小微企业纾困和金融机构自身发展,不是“有你无我”的零和博弈关系,只要坚守初心,实体经济和金融业必将携手发展得越来越好。

周琳

2020年,我国国内生产总值迈上百万亿元台阶,按可比价格计算同比增长2.3%,在世界主要经济体中唯一实现正增长。上述成绩的取得离不开宏观政策的逆周期调节,特别是更大力度积极财政政策的果断实施及时提振了市场信心,使经济运行在疫情之下迅速恢复。

今年《政府工作报告》提出,保持宏观政策连续性稳定性可持续性,保持必要支持力度,不急转弯。考虑到疫情得到有效控制和经济逐步恢复,今年赤字率拟按3.2%左右安排,不再发行抗疫特别国债。这是党中央、国务院在正确研判的基础上做出的科学决策。

透过相关数据我们发现,当前经济运行中仍存在一些有待优化的地方。首先,消费一直是我国近年来经济增长的主引擎,2020年尽管受到疫情冲击,最终消费支出占GDP的比重依然达到54.3%,虽然中等收入国家70%、发达国家80%的平均水平相距甚远,但这也说明我们仍有较大提升空间;2020年社会消费品零售总额比上年下降3.9%,促进消费恢复需要再加力。其次,从投资来看,2020年资本形成总额拉动GDP增长2.2个百分点,GDP的增量基本是依靠投资实现的,在新时期新形势下,经济社会发展需要维持一定的GDP增速,否则高质量发展将失去基础。再次,疫情变化和外部环境仍然比较复杂,正处于恢复之中的经济需要继续注入确定性,确保“十四五”开好局、起好步。

因此,今年的积极财政政策要按照中央经济工作会议和《政府工作报告》的要求,要提质增效、更可持续,既不能搞大规模投资刺激政策,但也不能减力过猛,保持一定的支出强度,拉动有效内需,并将扩大内需战略与深化供给侧结构性改革有机结合起来,以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求,为构建新发展格局提供源源不断的发展动力。同时,要更加精准有效,既要保持一定的扩张属性稳增长,但绝不能局限于某些短期政策,要努力实现短期稳定目标与中长期高质量发展目标的有机结合。

第一,建立消费持续增长的长效机制,多渠道增加居民收入。要立足于保就业,通过增加财政补贴补偿企业的稳岗成本,提高企业吸纳就业的能力。进一步加大对教育、医疗、社会保障等基本公共服务的支出力度,重点向农村和社会弱势群体倾斜,推进基本公共服务均等化,缩小地区和城乡间的收入差距,让消费需求具有持续扩张和创新能力。

第二,继续保持一定的投资力度和强度,充分用好中央预算内投资和地方政府专项债券,引导资金重点投向惠及面广的基础设施短板、先进制造和民生建设等领域,推进“两新一重”建设,适时启动一批教育、医疗、养老、育幼、保障性住房等公共服务项目和重大交通、能源、水利工程项目。创新财政投入方式,积极为民营企业参与公共投资项目建设创造条件,保障重点项目和优势产业投资需求。

第三,完善保障农民工基本公共服务的财政转移支付制度,确保进城农民工及其子女在就业、医疗、教育、养老、住房等方面逐步享受与城镇居民同等待遇,促进农业转移人口市民化,加快推进新型城镇化这一最大内需。

第四,深化供给侧结构性改革,加强财政资源统筹,集中财力支持科技创新等重大战略实施,提升自主创新能力 and 全要素生产率。全面落实制度性减税和新的结构性减税政策,确保市场主体应享尽享。

第五,建立常态化财政资金直达机制,落实好2.8万亿元中央财政直达资金,确保资金管得严、放得活、用得准,更好发挥积极财政政策效能。

(作者系中国财政科学研究院

研究员)

积极财政政策如何更可持续

于长革

疏堵结合推进绿色包装

周慧虹

在各地商超,礼盒装的水果、糕点比比皆是。这类礼盒除了外包装手提袋,里面还有两到三层的包装。不只线下实体店如此,随着电商的快速发展,包装盒、快递盒等过度包装问题也很突出。

商品过度包装,不可避免地带来垃圾增量,资源浪费,环境负担加重。“羊毛出在羊身上”,由商品过度包装带来的成本增加,最后自然还得由消费者埋单。如此情形得不偿失,亟需以简约绿色包装取代过度包装。

这首先离不开法规约束。今年全国两会期间,有全国政协委员指出,目前我国包装行业涉及的法规散见于环保及其他行业的法律条文中,还没有一部完整的包装法。这位全国政协委员建议抓紧推动完善国家层面的包装立法,可依据我国国情,结合环境相关法律的原则性条款,制定商品包装法等专门性法规,保障司法及执法等活动有效开展。

法规约束之外,专业化的标准亦须跟上。此前,我国已对商品包装发布过相应标准,2010年实施的《限制商品过度包装要求食品和化妆品》国家标准,就对食品和化妆品销售包装的空隙率、层数和成本等指标作出强制性规定。目前来看,有必要在此基础上,结合市场变化情况和材料工业技术的发展趋势,针对各个门类商品进一步细化标准,使标准与法规相辅相成,构建起完善的法律框架以供推进落实。

防范过度包装,还需要加强引导。一方面,要鼓励绿色包装。有关方面可适时出台相应的奖励政策,激励企业做好技术研发与设计,带动企业推崇简约绿色包装理念。另一方面,社会各方也要积极响应与推动,加强相关议题的讨论与宣传,促使反对商品过度包装理念深入消费者内心,并使绿色包装成为产品生产与营销者的自律行为。

“贷款冷静期”是可贵创新

何勇海

日前,为避免消费者“冲动消费”“过度信贷”,河南省一家消费金融公司推出“贷款冷静期”:用户首次借款,前7天内提前还款,将不被收取任何费用(包括利息);为避免个别消费者滥用“反悔”权益,公司只对首次借款的用户提供一次“反悔”的机会。

有人认为,“贷款冷静期”是消费金融公司的营销噱头,常规销售手段已不能满足日常营销活动,经营者只能挖空心思,搞出促销新花样。实际上,“贷款冷静期”就算是营销噱头又如何?现实中,每到商家推出“限时抢购”“爆款秒杀”等促销活动时,不少年轻人很容易出现超前消费、借贷消费。而网购能“到账”、点点手机就能办贷款等,很容易让消费者出现冲动、盲目贷款情形,不少年轻人因此背上了贷款包袱。

如果消费贷用户拥有“7天无理由还款”权限,且无需承担任何费用,就如同拥有了一个缓冲带、安全阀,可以有几天的时间思考自己到底需不需要这样一笔贷款。这有利于维护消费者合法权益,打造健康的消费市场,规范消费金融行业发展。

有人可能要说,“7天无理由还款”会给“薅羊毛党”制造可钻的空子,比如将贷出来的钱再贷给第三方赚取利息,或者购买7天理财产品。实际上,消费贷款具有小额、高频的特点,平台“牺牲”的利益比较有限。况且,消费金融公司只提供一次“反悔”机会,贷款者无法滥用这一权利。此前,只要消费信贷行为产生、服务开始,就会产生利息费用,有时候想提前还款都不被允许。在这种情况下,“7天无理由还款”就显得更加可贵。

网购鲜花容不得货不对板

冯海宁

在互联网时代,网购、网售鲜花绿植,为供需双方带来便利,也降低了成本。然而,不少消费者网购鲜花绿植后发现货不对板——如商家发布的图片显示某款产品花美叶密,而消费者晒出的图片却是没有叶子的光秆。这难免让消费者失望,感到权益受损,想维权却困难重重。

事实上,很多鲜花绿植生长周期比较长,加之快递、栽植、观察需要一个过程,当消费者发现货不对板想要维权时,当初所购产品已经下架,相关图片等资料已被删除,导致取证难。而且,消费者投诉后,平台客服要么不理睬,要么把责任推卸给消费者——“方法不对”;或者以“这笔交易时间已经过了维权期”为由,造成维权难度大、维权成本高。

要想减少或避免这类消费纠纷,需

要为网售鲜花绿植制定专门的宣传、交易规则。根据网购鲜花绿植的特点、投诉等情况,量身定制专门的规则,有望解决货不对板的问题。该规则应该包括相应的标准,如产品描述标准、方法标准等,也应包括维权期,如根据生长周期确定维权期等。只有让产品和宣传实现标准化,才能避免消费者期待与实情不同带来的心理落差;只有设计合理的维权期,才能防止消费者遭遇维权难。

包括电商、花卉在内的任何一个行业,都应该本着供需双方双赢或者多赢的心态来发展,而不应该用货不对板、消费者维权难的方式去盈利,后者是走不远的。希望“3·15”消费者权益日能成为规范网售鲜花绿植的转折点,让网购鲜花绿植更好地提升消费者的幸福指数,而不是制造困扰和失望。



如此结果令人忧

徐 骏作(新华社发)

近期,浙江省消保委联合宁波市消费者权益保护委员会对各网络直播平台销售的部分羽绒服开展质量参数比较试验,结果显示八成样品不符合国家标准。本次测试样品来自5个网络平台,绝大多数为平台同类商品中销量较高、推荐靠前的商品。如今数字经济发展迅猛,消费者足不出户即可在网络平台挑选、购买商品。然而,购物效率的提升不应以牺牲商品质量为代价,有关部门和网络平台应加强对商品质量的监管,让消费者真正享受到又快又好的网络购物服务。

(时 锋)

“一刀切”禁用化肥农药不现实更不科学

瞿长福

如果“一刀切”地禁用化肥农药,并且要求“全面替代”,以当前的农业生产条件和农民生产能力,未免操之过急,有失偏颇,不仅违背农民意愿,也违背农业常识,既不现实,更不科学,还有形式主义和“懒政”之嫌。

过提升品质和减量施用达到产量与环境平衡。

同样,随着观念改变和技术进步,有机肥和生物农药正在受到更大重视。有机肥和生物农药在一定程度上对冲、减轻了化肥农药带来的不利影响。但有机肥和生物农药在肥力综合性能和成本等方面与化肥农药还难以相比,除了特定区域或地段,在大范围大面积内有机肥和生物农药目前根本不可能完全替代化肥农药。这是科学,也是现实。而且,从技术进步角度看,两者并非“死对头”,而是相向而行,属于“同一战壕”,只不过使用的“武器”有所区别。

既然如此,为什么还要对化肥农药“彻底查封”呢?这是当前一些地方或多或少地存在的“老毛病”和“积习”所致。一是没有完整、准确、全面理解和

贯彻新发展理念,比如把“绿色发展”理念公式化、概念化、简单化,把农业“绿色发展”等同于杜绝化肥农药,误以为化肥农药零增长就是“封禁”“不使用”;二是形式主义的“政绩观”驱使,比如明知化肥农药零替代不切实际,但为了显示“推动绿色农业有力”的形象,依然声势浩大地搞“一刀切”“刮风式”行动,以此表达“政绩突出”;三是可能有利集团裹挟其中,为某些利益不惜以行政手段来站台推动。

这样的毛病,不止一地,也不止一时;这样的教训,同样不止一地,也不止一时。问题在于,相关地方什么时候才能彻底改正、真正吸取经验教训!