

锲而不舍把生态作为宝贵资源和财富

顾伯冲

近日,习近平总书记在青海考察时强调,生态是我们的宝贵资源和财富,“保护好青海生态环境,是‘国之大者’。要牢固树立绿水青山就是金山银山理念,切实保护好地球第三极生态。”这一重要讲话精神,不仅对青海加强生态环境保护、筑牢国家生态安全屏障作出了明确部署,也为各地区各部门坚定不移推进绿色发展、建设生态文明指明了方向。

生态环境是人类生存的条件,也是人类发展的根基。生态环境问题,归根结底是发展方式和生活方式问题。近代工业革命以来,科技的巨大进步推动了城市化飞速发展,人们从不断提高的生活水平中有着切身感受。然而,当一部分人盲目陶醉时,大自然已经开始报复了,生态环境破坏和污染问题不断加剧。生态环境保护问题,迫在眉睫地摆在了每一个人的面前。

就我国来说,此前多年,一些地方片面追求发展速度,发展方式粗放,个别地方重开发、轻保护,在生态环境保护方面欠账太多,致使经济社会持续健康发展受到严重影响。因此,对于保护好生态环境这一“宝贵资源和财富”,我们不仅要在“知”上下功夫,更要在“行”上见成效。

首先,在规划经济社会发展蓝图时,就要重视生态保护。各级领导干部在规划经济社会发展蓝图时,要坚持保护优先原则,下大决心、花大气力改变不合理的产业结构、资源利用方式、能源结构、空间布局、生活方式,着力推进绿色发展、循环发展、低碳发展,形成节约资源和保护环境的空间格局、产业结构、生产方式和生活方式。一些对自然资源开发过度的地方,要实施“生态还债工程”,从源头上扭转生态环境恶化趋势,实现经济社会发展与生态环境保护的共赢。

其次,在处理开发与保护的关系时,更要重视生态保护。合理的开发是实现科学保护自然资源的有效方式,要克服把保护生态与发展生产力对立起来的传统思维,不断深化对自然规律的认识,在不断提高勘探、开采、利用、生产等方面技术水平的基础上提高资源利用效率。但是,对自然资源过度开发,甚至破坏性的开发,只注重索取、不加强保护的开 发,必然会造成生态环境的严重破坏。特别是当经济发展与生态环境保护发生矛盾时,决不能以牺牲环境、浪费资源为代价换取一时的经济增长,决不走“先污染后治理”的老路。

再次,在社会生活中还要自觉为生态保护作贡献。生态环境保护,不但是各级政府和有关企事业单位的责任,也是每一个公民的一种美德。在我们的举手投足之间,有很多在生活中看似细微的小事情,却事关节约能源、保护环境的大问题。我们须时刻绷紧生态环保这根弦,从身边的小事做起,从节约一度电、一滴水开始,积极开展环保行动,把我们的经济社会活动、日常行为限制在自然资源和生态环境能够承受的限度内,给自然生态留下休养生息的时间和空间。

推进育儿假落实

《国务院未成年人保护工作领导小组关于加强未成年人保护工作的意见》近日印发,其中“鼓励有条件的地区探索开展育儿假试点”备受社会关注。育儿假是一项鼓励性政策,没有强制性,一些用人单位在落实育儿假时会考虑运营成本增加问题。因此,推进育儿假落实,需要相关部门出台更多以正向激励为主的配套措施。通过探索育儿假试点,可在社会上形成一定氛围,提高公众对育儿假的认可度、接受度。同时,有关方面更多了解实施难点,有利于下一步采取针对性的措施进行完善。 (时 锋)

深化改革促 LPR 基准作用更好发挥

姜飞鹏

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出,健全市场化利率形成和传导机制,完善央行政策利率体系,更好发挥贷款市场报价利率(LPR)基准作用。近日,人民银行发布《中国区域金融运行报告(2021)》,对 LPR 改革情况进行了阐述。

利率市场化改革是我国金融供给侧结构性改革的重要内容。在利率市场化改革过程中,长期存在“利率两轨”问题,也就是存贷款基准利率和市场化无风险利率并存,这影响了货币政策的有效传导。推动贷款利率改革,实现“两轨合一轨”,重点之一就是要进一步培育市场化贷款定价机制。

为此,2019 年 8 月 17 日,人民银行宣布启动改革完善 LPR 形成机制,推动贷款利率进一步市场化。这次改革主要包括:一是 LPR 按照中期借贷便利(MLF)利率加减点的方式形成,这是实现贷款利率和市场化利率有效联动、提高市场化程度的关键;二是 LPR 报价行在原来 10 家全国性银行基础上,增加城商行、农商行、外资银行和民营银行各 2 家,总数达到 18 家,提高报价行的代表性;三是 LPR 在原来 1 年期一个期限品种的基础上,增加 5 年期以上的期限品种;四是 LPR 报价由原来每天报价一次改为每月报价一次。

这次改革规范了报价原则。人民银行要求报价行按照自身对最优质客户执行的贷款利率来报价,既充分体现市场化报价形成原则,又可以有效提高报价的参考性。同时,人民银行还引导商业银行机构尽快应用 LPR,从 2019 年第三季度起将 LPR 应用情况及贷款利率竞争行为纳入宏观审慎评估。2019 年底,新发生贷款中

贷款市场报价利率改革提升了市场化水平、畅通了货币政策传导、推动了贷款利率下降、促进了银行经营变化,带来一系列成效。进一步深化改革,还需继续完善和发展相关衍生品市场,加大对中小银行技术和人员能力提升的支持力度。

运用 LPR 定价的占比已超过 90%。在对增量改革的基础上,2020 年 3 月至 8 月按照市场化、法治化原则推动存量浮动利率贷款定价基准转换。

总体来看,LPR 改革后,形成由 MLF 利率到 LPR 再到贷款利率的传导机制,带来一系列成效。

首先,改革提升了市场化水平。MLF 利率由市场化招标形成,反映了银行平均的边际资金成本,报价行加点幅度主要取决于自身资金成本、市场供求和风险溢价等因素,因此 LPR 较为充分地体现了资金供求变化,市场化程度明显提升。

其次,畅通了货币政策传导。MLF 是人民银行的 中期政策利率,LPR 是由 MLF 利率加点形成的,人民银行通过调整 MLF 即可以影响 LPR,推动货币政策传导机制的通畅和效率提高。

再次,推动了贷款利率下降。LPR 改革以来,贷款利率隐性下限被完全打破,政策利率下降的效果放大传导至实体经济,实体经济贷款利率有所下行。

最后,促进了银行经营变化。银行金融机构

国际粮价上涨主因是什么

粮食大事

新冠肺炎疫情发生以来,西方一些人炮制了一种别有用意的论调:“中国需求”是导致国际粮价上涨的主因。事实是最好的回答。中国经济率先走出疫情阴影,生猪产能快速恢复,饲料粮需求增加,大豆、玉米及其替代品进口创历史新高。“中国需求”在本轮全球粮价上涨中所起到的作用并不显著,全球流动性过剩和国际资本投机炒作才是造成全球粮价连续 12 个月上涨的主要因素。

我国粮食存在结构性短缺问题,饲料粮特别是大豆对外依存度较高,每年大豆进口量占全球大豆贸易量的 60%,这成为西方舆论界经常拿“中国需求”说事儿的重要原因。不过,需要澄清的是,虽然中国是全球大豆最大买家,但真正影响全球大豆价格的不是中国,而是美国。

这是因为,美国芝加哥期货交易所是世界粮食定价中心,美国 ADM、邦吉、嘉吉和法国路易达孚四大国际粮商在全球进行全产业链布局,垄断全球 80%的贸易量,在国际粮食定价话语权中占据主导地位。近年来,中国

面对西方一些人再次抛出“中国需求”的陈词滥调,切不可被其妖言所蛊惑,而要进一步认清美国货币超发导致全球流动性过剩,造成全球大宗商品价格上涨的深层逻辑。事实上,“中国需求”在本轮全球粮价上涨中所起到的作用并不显著。

不断增强全球粮食供应链管理能力,推进大豆进口渠道多元化,但是在全球粮食贸易中还没有掌握定价主导权,一旦国际贸易商和供应商炒作粮价,中国依然只能被动跟随。

刻意放大并炒作“中国需求”,进行市场误导,是国际贸易商和供应商拉抬国际粮价、收割全球财富的惯用手段。而中国恰恰是这种市场投机炒作的受害者。回想 2003 年至 2004 年,中国大豆产能扩张,大豆需求增加,恰逢中国企业赴美购买大豆之际,美国农业部预警 2004 年美国大豆减产,价格暴涨 90%以上。当中国企业以高价拿下美国大批订单后,美国大豆产量不减反增,全球大豆价格疯狂下跌,跨国粮商乘机收购了中国

大豆压榨企业。去年以来,中国生猪产能加速恢复,饲料需求增加,国际贸易商和供应商再次炒作“中国需求”,炒作手法老套,但效果立竿见影。

目前来看,所谓“中国需求”对本轮全球粮价上涨的影响并不大。这是因为我国小麦、大米和玉米三大主粮进口量占全球贸易量的比重很小,进口量占全球产量的比重更小。数据显示,2020 年,我国进口小麦、玉米、稻谷分别占全球小麦、玉米、稻谷产量的 1.09%、0.98%和 0.58%,占贸易量的 4.49%、4.91%和 6.13%。大豆进口量占全球大豆贸易量和生产量的比重分别多年维持在 60%和 30%左右。反观美国等西方发达国家,去年以来为了刺激经济发展,实行货币量化宽松政策,造成全球流动性过剩,推

消费金融公司规范方能走远

钱箴施

监管重拳出手,是为了提升消费金融公司规范化运营的程度,引导其加强风险管理、完善经营管理。消费金融公司也应结合自身资源禀赋,提供真正符合消费者需求的金融产品。

消费金融公司作为我国非银行金融机构的重要组成部分,其发展一直都备受关注。一方面,人们看到消费大市场的潜力,认为消费金融也能够也应该在其中发挥更大作用;另一方面,则是因为在消费金融领域,消费金融公司的发展参差不齐,除了几家较为知名,更多的则是默默无闻不见声响。

是闷声发大财吗?从能查到的业绩表现来看,似乎并没有发大财。事实上,有业内人士曾经道出真相,那就是生意不好做。

与传统银行不同,消费金融公司虽然也是持牌金融机构,但较为“年轻”。自 2008 年国际金融危机以来,在全球经济增速放缓和中国经济进入新常态的背景下,以及世界新一代信息技术革命和中国年轻一代消费观念转变升级的趋势下,消费金融公司开始萌生。

2010 年,北京、天津、上海、成都首先开始了消费金融公司试点,首批批准设立了北银、捷信、中银、锦程 4 家消费金融公司,开启了中国消费金融公司发展的新篇章。随后,试点范围扩大,更多消费金融公司开始设立,也迎来了消费金融公司业务和规模的快速增长。

这样的快速增长,对消费金融公司提出了巨大挑战。较商业银行而言,消费金融公司的客户市场多为下沉市场,其中一部分客户可能存在非理性的超前消费理念,也容易过度负债,且有的消费

金融公司业务范围逐渐由经济发展较好处地区向经济欠发达地区扩张,客户重心也在逐步下沉。这就意味着,消费金融公司必须提升风险识别和防控的能力,以在业务增长的同时,充分保证资产质量。

诚然,这不是一项简单的工作,是需要埋头苦干才能实现的。但消费金融公司必须意识到,一味吸引客户扩大流量,必须匹配相应的贷前贷后风险控制,否则就可能出现坏账压力过大而破产的局面。从某种程度上讲,新冠肺炎疫情就是对消费金融公司的一次压力测试,也对行业发展敲响了警钟。

在今年年初,中国银保监会就发布了《消费金融公司监管评级办法(试行)》,目的是健全消费金融公司风险监管制度体系,强化分类监管,推动消费金融公司持续健康发展。

应当看到,监管重拳出手,是为了提升消费金融公司规范化运营的程度,引导其加强风险管理、完善经营管理,这也将为整个消费金融行业的长期稳健发展起到积极作用。

对消费金融公司而言,还应结合自身资源禀赋,保持特色经营,要真的去钻研消费金融客群的消费习惯和诉求,提供真正符合消费者需求的金融产品。我们期望看到,在消费金融领域蓬勃发展的当下,消费金融公司能贡献更多力量,助力消费领域培育经济增长新动能。

对“料理包”市场加强监管

张 涛

“餐饮开店省时省力更省心”“无需大厨,3 分钟快速出餐”“无烟厨房,干净卫生”……近年来,涵盖各种中西菜肴、主食等食品的料理包,受到市场追捧。

对此,有人比较抵触,认为商家用料理包制餐“没锅气”,保障不了食物的风味。也有消费者欣然接受,甚至主动从电商平台上购买料理包,自己加热食用。对此,我们不妨将其交给市场,让市场决定其能够走多远。

眼下市场对料理包接受度较高,是有一定原因的。对商家来说,料理包节省了食材成本、人力成本,提高了出餐效率。对消费者来说,预制菜迎合快节奏的工作与生活习惯,满足了懒人下厨的诉求。有机构预计,未来我国料理包市场规模有望保持 10%以上增长。不过,除了把“料理包”交给市场,更要交给监管,以防其无序生长。

一是保障消费者的知情权。使用料理包本身并没有原罪,但如果故意隐瞒、不告知消费者实情,商家则侵犯了消费者知情权。有关部门必须监督商家明示相关信息,保障消费者的知情权,让消费者各取所需。倘若餐饮店打着现炒菜的幌子,实际上提供料理包餐饮,则涉嫌构成欺诈,应让相关餐饮店对消费者做出赔偿。

二是保障料理包的质量安全。在推广“明厨亮灶”的同时,必须坚决杜绝“黑暗料理”。一方面,要加强生产环节的监督检查,督促料理包企业守法合规经营,一旦发现企业未按规定实施生产过程控制,依法责令其停产停业,限期整改。另一方面,要加强流通环节的监督管理,加大抽检力度,对于劣质料理包及时下架,防止流入市场。

洞见

自主定价能力增强,同时贷款利率下行促使其不仅要提升资产端定价还应降低负债端成本。

当然,LPR 改革还需要进一步深化。在 LPR 改革中,出现了部分中小银行受人员能力、系统建设滞后等因素影响,未将 LPR 嵌入内部资金转移定价(FTP)的情况,以及 LPR 变动可能诱发借款人根据利率变动提前或延期还款从而增加金融机构风险管理难度等问题,需要予以研究解决。

进一步深化 LPR 改革,疏通货币政策传导机制,首先应继续完善和发展 LPR 衍生品市场,完善 LPR 利率互换、期权等产品开发,以及 MLF 操作机制,进一步提高操作透明度、规则性和可预期性,为 LPR 提供更好参考基准并更好引导市场预期。其次应加大对中小银行技术和人员能力提升的支持力度,不断提高其科学定价和资产负债管理能力,不断发挥中小银行的优势,将金融资源更多配置到小微企业领域,缓解小微企业融资难、融资贵问题。

(作者系中国邮政储蓄银行研究员)