

为民营经济转型升级壮根延脉

■ 张全林 时评人

取多种方式,给民营经济的二代掌门人打气鼓劲,用社会荣誉感激发他们的继业定力和创业激情,是民营经济的未来所系。社会期望,“创二代”能够传承发扬一代民营企业家吃苦耐劳的精神,同时利用自己的知识优势,引入现代经营理念和管理模式,加速推动民营企业从“制造业”升级为“智造业”,不负前辈重托,勇担社会厚望。

27日上午,习近平总书记在辽宁忠旺集团考察时强调,要坚持“两个毫不动摇”,为民营企业发展营造良好的法治环境和营商环境,依法保护民营企业权益,鼓励、支持、引导非公有制经济继续发展壮大。(9月29

日《人民日报》)

党的路线方针政策有益于、有利于民营企业发展。公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度,是中国特色社会主义制度的重要支柱,也是社会主义市场经济体制的根基。公有制经济和非公有制经济都是社会主义市场经济的重要组成部分,都是我国经济社会发展的重要基础。扶持民营经济是政府职责所在,同样有利于巩固执政之基。尤其党的十八大以来,很多改革举措都是围绕怎么进一步发展民营经济布局运作,因此,民营企业有理由进一步增强发展信心。

引导民营经济健康发展,政府责无旁贷。在市场作用和政府作用的问题上,要讲辩证法、两点论,“看不见的手”和“看得见的手”都要用好,努力形成市场作用和政府作用有机统一、相互补充、相互协调、相互促进的格局,推动经济社会持续健康发展。在民营经济发展问题上,当然要发挥市场在资源配置中的决定性作用,政府不能大包大揽。但为民营经济营造良好的发展环境,让民营

经济在公平公正的竞争中锻炼成长,是政府应为能为可为之本分。

营造好的法治环境,进一步优化营商环境,才能让民营企业心气顺、干劲足。对于当前民营经济遭遇到的困难和瓶颈,应当予以足够重视,要在市场准入机制、产权制度、企业融资、税负等多个方面加大改革力度,为民营企业发展创造有利条件。

民营企业要行稳致远,管理现代化不可或缺。中国的民营经济大都是家族式企业,一直沿袭家族式管理。发展到一定规模后,家族式管理模式的弊端就会出现,越来越不适应现代市场经济的形势要求。我国国有企业已建立起比较先进的现代企业制度,流程规范,规章制度严密,人才流失率很低。国企管理上的优势,十分值得民企学习借鉴。如组织“创二代”到国企挂职锻炼,深入研究国企与民企生产管理方式的异同,取长补短,对民营经济强骨壮体,大有裨益。

民营企业“传宗接代”非常紧迫。当下,民营企业已进入新老交替关键时期。令人忧虑的是,在“富二代”中间,普遍存在信仰变

形、使命感减弱、移民趋热等问题,很多人不愿意子承父业,如不加强激励引导,资本随人极有可能流失到国外。采取多种方式,给民营经济的二代掌门人打气鼓劲,用社会荣誉感激发他们的继业定力和创业激情,是民营经济的未来所系。社会期望,“创二代”能够传承发扬一代民营企业家吃苦耐劳的精神,同时利用自己的知识优势,引入现代经营理念和管理模式,加速推动民营企业从“制造业”升级为“智造业”,不负前辈重托,勇担社会厚望。

打铁必须自身硬。民营企业永葆青春、顺利转型升级,关键还得靠自己。理想高远、目标远大,才能开辟广阔前景。当前,我国经济的发展模式正在过去的规模扩张、负债扩张转向高质量发展阶段,更多地依靠创新驱动来实现经济发展方式的转变。作为民营企业也要进一步弘扬企业家精神、创新精神和工匠精神,抓主业心无旁骛,求质量不遗余力,才能创造出更多的一流产品,成长为一流产业,为实现“两个一百年”目标作出新的贡献。

农民需要货真价实的好东西

■ 杨涛 职员

前些天,笔者回农村老家,在场镇上逛了一圈,发现在挤满街道两边的货摊上和商店里摆放的好些货品卖相不佳,特别是一些家庭生活必需品的质量差强人意,有些货品看起来已经非常老道了,但仍旧在售卖,生意也自然冷冷清清,少有人驻足和问津。

在一处售卖碗碟瓢盆等生活用品的货摊前,各类货品随意摆放,大部分没有商标和合格证标识,个别货品一眼就能看出有明显的质量缺陷,但销售价格并不算低。在笔者对货品质量表示异议时,商家颇有些不耐烦:你要买就买,不买就不要问,我们这是农村,质量不能跟城市比,能用就行了,农民哪那么多讲究。

场镇货摊和商店的主要顾客群体是周边农村农民和场镇居民,在农村生活条件得到极大改善、农民生活质量稳步提升的今天,竟然还有商家抱着“农民买东西不用讲究”的偏颇意识,不在提高商品质量和服务质量上下功夫,反而责怪农村顾客对商品质量挑剔,那就别怪农村顾客不买账,店前冷落车马稀了。

我国大陆目前有近45%的人口生活在农村,改革开放40年来,农村和农民面貌都发生了翻天覆地的变化,当前农村社会消费品零售总额增长速度明显快于城市,是极具消费潜力和消费活力的巨大市场。要想开拓和服务好农村市场,就必须把货真价实作为最基本的准则,号准农民需求的脉搏,开发生产出深受农民喜爱的产品。

有个雨衣销售的例子很能说明问题。有家雨衣企业老总一次春节回农村老家,偶尔听到乡亲们抱怨:现在市面上尽是些城里人合用的前长后短式的雨衣,要是我们有需要的前短后长式的雨衣就好了。老总追问原因,乡亲们解释说,农民不是要弯腰种地吗,前短后长式的雨衣不仅能有效遮风挡雨,还能麻利干活。那位老总茅塞顿开,喜出望外赶回厂里,立即试产了一批前短后长式雨衣,投放农村市场后果然畅销。

然而,至今仍有不少企业和商家在开拓农村市场过程中,在认识上还有一定的片面性,总认为农村条件落后、农民生活水平不高,农村市场需要的就是廉价的大路货,开发大路货也就是开拓农村市场。在农村有些地方,还能见到有厂商开着大卡车,开着大喇叭,拉着产品转悠和倾销,不讲质量、不搞好服务,甚至以次充好,不仅影响了自己的声誉,还损害了农民的消费权益。

农民虽然淳朴实在,在消费上也会用脚投票,谁卖的东西好,谁卖的东西不好,心里明镜似的。这次回老家,妻子准备去集镇买豆浆机,母亲叮嘱说,别到场上某家电器店买,他家东西不好价格还坑人,去年你舅舅在那里买了一台,购买时看起来好好的,拿回家就不能用了,回去理论还态度恶劣。妻子从集镇回来后说,那家电器店年初就倒闭了。镇上人说,那家店卖歪货,谁还会去那里买东西,不倒闭才怪呢。

所以,要想拥抱广阔的农村市场,就要学会研究和开发农村市场。企业和生产经营者要针对农村地域辽阔,东西南北中农村因地域差别、经济差别、生活之后差别不同,而呈现消费者需求的多层性和多样性,消费方向各有特点、各有差别的实际,深入农村市场去倾听农民的呼声和需求,针对性地设计、开发、生产适合农村、农业和农民需求的产品,特别要注重产品质量,紧随农村生产生活步伐,才能更好地开拓农村市场。

好产品也需要好服务,不仅要针对农村、农业和农民生产好的产品,还要与时俱进转变销售方式和模式,做好售后服务。比如,农村电商平台利用互联网将传统的赶集搬到网上,通过线下的实体验,在线上完成交易,让农民在家里上网赶集就可以买到货真价实的好产品,较好解决了农村物价高货价实的问题,既降低了商品的流通成本,又节约了社会资源,交易商品得到了农民的认可和赞许,发展前景十分令人看好。

广阔农村市场,潜力无限,商机无限。只要企业和商家融入农村,心系农民,自然会受到欢迎和认可。

戏画闲言

邮币卡曝诈骗案

■ 吴之如 文/画

《澎湃新闻》报道,号称可以“像炒股票一样炒邮票”的邮币卡电子盘,自2013年诞生后,截至2016年,行业成交金额暴涨至超2万亿元,增长了3400多倍。2017年3月,官方发文指出邮币卡类等交易场所有的与发行人串通虚拟发行,涉嫌诈骗等犯罪;交易产品价

格走势呈现“过山车”行情,大量投资者被洗劫一空。截至目前,各类邮币卡电子交易盘均处于停盘状态。

骗子大多不笨,往往不停地变换用来行骗的道具。这不,曾几何时,邮币卡电子盘又成了被他们倚重的施骗工具,数以万计的受害者在听信了号称可以“像炒股票一样炒邮票”的邮币卡电子盘的发财神话后,被骗去了

数以亿计的钱财。有道是:

邮币卡曝诈骗案,“投资”神话遭戳穿;可怜天落馅饼梦,醒来方知难解饶。

人们怕穷想富,当然不是坏事。但是,假如如求富心切而迷糊了眼睛,烧热了头脑,恐怕就难免会自投骗子设下的圈套,落得个既破财又受辱的悲凉下场。

人啊,千万别一听奉送发财机会的吆喝,



就忙不迭地投奔而去。要警惕别一脚踩歪了,掉进了骗子精心布置的陷阱。

当乡村振兴与企业责任“确认眼神”

■ 邓海建 媒体人

9月28日,阿里巴巴集团在第六届淘宝村高峰论坛新闻发布会上发布了《阿里巴巴助力乡村振兴报告》。阿里巴巴集团副总裁、合伙人闻佳表示,阿里巴巴将运用“新零售”促进乡村振兴,“新金融”支撑乡村振兴,“新技术”驱动乡村振兴,“新农人”服务乡村振兴,要建设数字时代的“新乡村基础设施”。(9月29日新华网)

无农不稳。从“乡愁”到“振兴”,这是中国乡村的进阶之路。乡村里有蓝图、有愿景,乡村里更有蓝海、有战略。抛开消费升级之争,在单边主义和贸易保护的壁垒之下,让中国农村从“一潭活水”进化为“一池春水”,事关全局,裨益长远。于此而言,公权职能作为责无旁贷,企业社会责任亦不可或

缺。

农村的城镇化也好,农民的市民化也罢,说到底,离不开市场、离不开这个万物互联的新时代。寿光水灾的涟漪效应、非洲猪瘟的现实之殇,都指向弱质农业的传统短板。9月26日,中共中央、国务院印发了《乡村振兴战略规划(2018—2022年)》。82项重大工程、重大计划、重大行动,皆是围绕乡村振兴“人、地、钱”等要素供给,提出了推动城乡融合发展、加快城乡基础设施互联互通、推进城乡基本公共服务均等化的政策举措。要实现这些目标,财政兜底的公共服务是基础,企业社会责任的加持,更是雪中送炭的动能。

阿里公布的这份报告,是成绩,亦是启示;过去一年,阿里巴巴中国零售平台农产品销售额近千亿元,其中,农村地区农产品

销售额同比增长超过30%,增速高于城市地区。目前,农村淘宝项目已经覆盖全国30个省域、900余县,有6万多名乡村服务人员。同时,上线了500多个兴农扶贫产品,建设了33个淘宝乡村振兴示范基地。2017年12月1日,阿里脱贫基金正式启动,未来5年投入100亿元参与脱贫攻坚,拟从电商脱贫、教育脱贫、健康脱贫、生态脱贫、女性脱贫等五个方面重点推进。

今时今日,就像精准扶贫一样,乡村振兴不是“老三篇”,而应该成为资本与资源、责任与情怀的“总动员”。就在不久前,民营企业参与乡村振兴战略倡议活动在全国工商联机关举办。34位知名民营企业向全国广大民营企业发起倡议,积极参与乡村振兴战略。事实上,参与乡村振兴、助力乡村振兴,对于包括民营企业在内的所有企业来

说,起码有两重正向意义:第一,眼界向下、发现机遇。比如阿里成就了淘宝村,而“村淘”同样成就了阿里的业绩。广袤农村,有着待开发的资源、待掘进的市场。简言之,企业参与乡村振兴,绝不只是掏钱做慈善。第二,力行反哺、同向而行。城市的发展,经济的转型,离不开三农直接或间接的支撑。在企业做大做强之后,关注农村、关心农业、关爱农民,这是千百年来“商德”,亦是企业传承的价值之魂。

乡关处处,号角声声。当乡村振兴战略与企业社会责任“确认眼神”,彼此都当在这个大时代中找到互利互惠与深切共情。今天,我们呼唤更多阿里式企业,为农村网商能力升级、服务多层次升级、基础设施升级、创业创新环境升级贡献一份暖,让生长于斯的农村,终能散发归心的力量。

“二选一”让实体经济如何站队?

■ 何双江 时评人

“双11”的大幕尚未正式拉开,电商的争夺已经如火如荼。10月10日前后,拼多多平台3周年庆会场几乎所有品牌商家遭遇“强制二选一”新闻被商家陆续爆出,该行为导致拼多多“3周年活动”中的大批品牌商家被迫提出退出活动、下架商品,甚至要求关闭旗舰店。(10月11日证券日报)

商场如战场,竞争不是你依我依、多是你死我活。从市场逐利的本能来看,无论哪个优势方提出“二选一”的主张,都不算奇怪的事情——这就像进商场的消费者恨不能不掏钱,而卖家恨不能空手套白狼一样。不过,法治在先、规矩在前,市场交易才能始终在公平与公正的维度周边打转。

在电商版图扩张的逻辑里,“二选一”早就是个明规则了。早在4月,就有报道指出,五大国际品牌拒绝与某电商企业签署排他性协议后,在该电商平台上的流量和销售额急剧下滑。今年6月4日,国家市场监督管理总局等11部门发布《关于印发2018网络市场监管专项行动(网剑行动)方案的通知》,明确指出对于“限制、排斥平台内的网络集中促销经营者参与其他第三方交易平台组织的促销活动等行为”,即“二选一”行为将从严处罚。此外,在6·18购物狂欢之前,国家市场监督管理总局和北京市工商局就针对电商平台“二选一”行为相继开展行政指导。遗憾的是,此类行为有禁难止,如百足之虫死而不僵。

这几年,实体零售凋敝如潮,与此相对

的是,电商零售屡创新高。2017年,我国网络零售市场交易规模达到7.2万亿元,社会消费品零售总额中,实物商品网上零售额占比从2015年的10.8%上升到2017年的15%。此外,据《中国电子商务发展报告2017》显示,我国电子商务直接从业人员和间接带动就业达4250万人,同比增长13%。越是如此,越要警惕妨碍实体经济的各类“平台家规”。事实上,电商平台“二选一”属于典型的圈占市场行为,即利用市场优势地位,以格式合同对商家实施纵向约束,进而“独占交易”。正因如此,市场监管和反垄断等部门始终旗帜鲜明反对并严禁,但遗憾的是,落实到具体的罚则与个案上,又似乎并未有彰显得见的公平正义的典型案例。

“二选一”最大的问题,并不仅仅是搅乱

电商秩序、损害品牌商权益,长远而言,伤害的是整个实体经济体的成本收益。一方面,平台限制竞争的结果必然是缩小了商家“店面”,一家平台再大,其市场份额显然不大过几家平台的总和;另一方面,“二选一”会固化垄断平台的优势地位,形成两极分化的市场,最终,小商家必然要支付高额“流量费”、“入场费”才能抛头露面。这些加大成本、限制销售的行为,对于寒流中的实体经济来说,无异于雪上加霜、不啻于趁火打劫。逼着拼多多上的商家撤店的这种排他性竞争关系,在加大交易成本的同时,自然也抬高了消费者的购物成本。

“双11”就要来了,实体经济的网上店铺又要纠结如何站队了,今年的“二选一”潜规则,能不能抓个现行以儆效尤呢?

便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

●注销公告:四川众义达电气工程有限公司(统一社会信用代码:91510104086683278C)经股东会决定注销公司,请债权人自公告之日起45日内向我公司清算组申报债权债务,逾期按相关规定处理。
●四川粉黛原创服装有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:915101053991478041)遗失作废
●遗失声明:青羊区新红鸿社火锅店食品经营许可证副本【许可证编号:YJ25101050066563,有效期至2023年02月07日】遗失,特此声明作废。
●四川上建建筑工程有限公司,吴凤彬二级建造师注册证书编号:川251141508090 遗失作废
注销公告
成都美不美体育文化传播有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61UFGPX3)经股东会决议决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●成华区新华商贸部营业执照副本(统一社会信用代码:92510108MA6DF8C77P)遗失作废

●益诚信息咨询,营业执照正本(注册号:5101133104039,经营者:肖明),税务登记证正本(注册号:510113197412050012)遗失作废。
●成都市青白江区建筑工程咨询有限公司,营业执照正本(注册号:51011372808506X)遗失作废。
●成都市图雅装饰工程有限公司,营业执照正本(注册号:510113000023746)、税务登记证正本(税号:510113577392440)遗失作废。
●成华区郁尚奇商贸部(统一社会信用代码:91510108MA6CECCN2D)营业执照正本、副本遗失,声明作废。
●成都舒居天下装饰工程有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510107MA61D1J3F)遗失,声明作废。
●注销公告:成都海城通讯设备有限公司(注册号:5101002002141)经公司股东会决议决定注销公司,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。
●成都健利一号投资中心(有限合伙)(注册号:510104000208196)经全体合伙人决定解散公司中心,请债权债务自公告见报之日起45日内向本中心办理债权债务相关手续。
●成都朗奇文化传媒有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510108397435992A)遗失,声明作废。

●成都瑞希商贸有限公司(纳税人识别号:91510106564457110D)。2018年8月27日开具给成都市第七人民医院的医疗仪器器械货款的发票(发票代码:5100173350,发票号码:00430424,金额:20736元,遗失作废。
●成都爱丽都装饰工程有限公司,税务登记证正本(税号:510105086697290)遗失作废
●注销公告:成都善享世纪贸易有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6DDYHQ4B)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都健利一号投资中心(有限合伙)(注册号:510104000208196)经全体合伙人决定解散公司中心,请债权债务自公告见报之日起45日内向本中心办理债权债务相关手续。
●成都朗奇文化传媒有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510108397435992A)遗失,声明作废。
●注销公告:四川普惠天骏贸易有限公司(统一社会信用代码:915101053429836764)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●成都资缘物业管理有限公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内在成都市金牛区二环路西三段181号10楼11号向公司清算组申报债权。
●成都资缘物业管理有限公司清算组
●成都普华世纪贸易有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6DDYHQ4B)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都健利一号投资中心(有限合伙)(注册号:510104000208196)经全体合伙人决定解散公司中心,请债权债务自公告见报之日起45日内向本中心办理债权债务相关手续。
●成都朗奇文化传媒有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510108397435992A)遗失,声明作废。

●成都铁路旅行社商贸部理发店,营业执照正本(注册号:5101001904139)遗失作废。
●成都铁路旅行社旅游部,营业执照正本(注册号:90193044-0)遗失作废。
●成都铁路西南铁路国际旅行社董事会已决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内在成都市金牛区二环路西三段181号10楼11号向公司清算组申报债权。
●成都铁路旅行社天外天歌舞厅,营业执照正本(注册号:90198824-7)遗失作废。
●成都铁路招待所多种经营服务部,营业执照正本(注册号:20192346-9)遗失作废。
●成都铁路旅行社天外天歌舞厅,营业执照正本(注册号:20192346-9)遗失作废。
●成都铁路局铁旅商贸部,营业执照正本(注册号:5138221900307)遗失作废。
●成都铁路局铁旅商场,营业执照正本(注册号:20192998-3)遗失作废。
●成都铁路局旅行社铁旅商场,营业执照正本(注册号:20192998-3)遗失作废。
●成都铁路局旅行社天外天歌舞厅,营业执照正本(注册号:20192346-9)遗失作废。
●成都铁路局铁旅商贸部,营业执照正本(注册号:5101001806879)遗失作废。
●成都铁路分局西昌旅游公司乐山商贸分公司,营业执照正本(注册号:511100000071463)遗失作废。

●成都铁路局铁旅商贸部,营业执照正本(注册号:5101001806833)遗失作废。
●成都铁路局旅行社天外天歌舞厅,营业执照正本(注册号:90198960-2)遗失作废。
●成都铁路局旅行社经营部,营业执照正本(注册号:90191639-0)遗失作废。
●成都铁路局旅行社广汉分社经营部,营业执照正本(注册号:90210600-7)遗失作废。
●成都铁路西南铁路国际旅行社仁寿旅行社,营业执照正本(注册号:5101241900532)遗失作废。
●成都铁路分局旅行社,营业执照正本(注册号:20197396-8)遗失作废。
●成都铁路局康泰服务部,营业执照正本(注册号:20199871-9)遗失作废。
注销公告
成都二顾冒菜品牌管理有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C8BNT9P)经股东会决议决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都立行贸易有限公司(统一社会信用代码:91510108000A6CR5DTRX)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●锦江区温洪生商贸部(统一社会信用代码:92510104MA6DF0UF5B)营业执照正本不慎遗失,声明作废。
注销公告
成都长捷和物流有限公司(统一社会信用代码:91510107080641536U)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
注销公告
成都天佑珠宝商贸有限公司(统一社会信用代码:91510107MA62MD7A1N)经股东会决定注销,请债权债务自公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。
●沐川县中理林竹专业合作社(注册号:511129NA000134X)于2011年7月27日颁发的营业执照正、副本遗失作废。