

# 面对 Libra 进击 中国政府应未雨绸缪

■ 莫开伟 财经评论员

据外媒报道,近日美国参众两院对脸书的 Libra 举行了专场听证会,Libra 项目负责人大卫·马库斯接受了听证和询问。同时,在日前紧接着召开的七国集团财长和央行行长会议上,七国财长表示,在数字货币问题上“就迅速采取行动的必要性达成了很大共识”。

众所周知,Libra 是一个较典型的基于区块链技术的数字加密货币,它以一篮子银行存款和短期政府债券作为储备资产,采用 100% 保证金,是一种跨境自由流动的兑换货币。所以 Libra 应该接受金融监管。所以它的诞生和发展,引起了美联储、欧央行等的注意。美国参众两院为此专门召开听证会要求脸书公司负责人就 Libra 进行全面说明。虽然,美联储和美国国会对于 Libra 的态度激烈,但其中不乏有做戏给全球看的味道。

根据公开披露的信息,Facebook 事前与美国政府部门、CFTC、美联储等有协商;Libra 在美国 FinCEN (金融犯罪执法网络) 管理下进行了注册;Facebook 已经获取了货币服务牌照,其配套 Calibra 电子钱包公司

已经申请到货币服务商牌照,还在申请支付和有关牌照,明确不在禁止加密货币的国家提供服务;大部分协会成员有相关业务牌照。这一系列美国行政当局的操作,无不透露着为 Libra 创新护航的气息。事实上,美国政府对金融创新的支持态度还是非常明显的。各国政府彼此之间都是心知肚明,美国经济发展必须依靠创新。

举个例子,美国国会众议院要求 Facebook 暂停计划,提出的理由就很有意思:说是 Libra 在瑞士去建立新一套金融系统,会威胁到美元的系统。言下之意,Facebook 你可以做 Libra,但别威胁美国。换言之,就是只要 Libra 运作能更好维护美元霸权地位,那 Libra 的一切运行都不成问题。

尤其,通过听证会全文可以看到,参众两院与 Facebook 在维护美元霸权和美国霸权地位这一点上并无不同意见。所以说,美国决策层面虽然在 Libra 操作层面挑三拣四,但骨子里实际在为这套创新体系保驾护航,让它更好服务美国。像在针对 Libra 的第二场国会听证会上,美国众议院金融服务委员会副主席 Patrick McHenry 就表示“华盛顿必须避免成为扼杀创新的地方,不能因为我们暂时无法理解技术创新,就选择禁止”。看来,美国货币监管当局能与 Libra 很好地沟通的话,那美国政府放行可能性就会很大。

同时,我们应看到 Libra 在美国及其他国家如果获得全面放行,那么其扩张速度及其金融市场的占有能力就会十分迅速,Libra 也会渗透到全球每个国家及全球金融市场的每个角落,这样的结果,就会对中国不利。从目前看,如果一旦形成这种态势,势必会对中国金融市场发展和稳定带来不少冲击:

一是美国会取得这套 Libra 世界货币创新体系的新霸权,将使美元的国际垄断地位更加牢固,这对中国来说不是好事情,无疑对人民币将会带来更大的冲击,影响人民币国际化的推进速度及人民币在国际贸易结算中的地位。

二是有可能导致金融数据安全的主动权旁落美国,因为 Libra 是基于互联网基础之上的区块链技术的数字货币,对全球各国金融经济数据的渗透能力强、涉及范围广、影响力大,一旦美国及其他经济发达国家主导了 Libra 新货币体系,则对中国人民币参与国际金融市场竞争带来诸多障碍。

三是我国金融数字时代的领先优势就有可能丧失。目前我国在数字金融方面、尤其是在互联网数字货币使用方面在全球

处于领先优势,第三方支付平台已在我国电子支付领域发挥了重要作用,也对全球金融支付结算产生了重要影响。而如果 Libra 迅速兴起并扩张,必然会对我国现有电子支付平台带来较大的冲击,原有的数字货币支付市场就有被瓜分的危险,中国数字金融的优势也将丧失殆尽,电子数字货币有被抛向世界落后地位的危險。

基于这种形势,笔者认为我国监管当局应对 Libra 引起足够重视,透析美国政府的真实用意,做到未雨绸缪。我们需要正视数字货币时代的趋势及其发展前景,积极拥抱鼓励创新。不管今天是不是 Facebook,这种改变已经到来,区块链技术是真实存在的。中国政府不应该去阻止这种创新,且也无法阻挡这种创新,应该积极思考如何去鼓励创新。国内目前有经验丰富的高科技公司和区块链研发团队,他们都有能力和实力承担创新研发,政府货币监管当局不妨在这方面适当开绿灯,鼓励有经验的平台和企业参与,为其提供适宜的政策环境,为人民币国际化提供有效创新支持,确保中国在这场数字货币战争中抢占主导权,保持住数字经济先发优势,为我国实体经济提供更加有效的支撑。

## 500 强 上榜数量领先, 企业业绩也要跟上

■ 詹普照 评论员

从企业营利能力看,中国入榜企业 35 亿美元的平均利润,低于全球 500 大企业 43 亿美元的平均利润。更何况中国入榜企业中的 11 家银行的利润总额为 2086 亿美元,仅此一项,竟然占了全部入榜的 119 家中国大陆企业利润总额的 50%。

日前,美国《财富》杂志公布了 2019 年世界 500 大企业排行榜。人们注意到,今年全球 500 大企业排行榜上的中国企业数量达到了 129 家,首次超过美国(121 家)成为全球入榜企业最多的国家。而即使不计算台湾企业,中国大陆入榜企业也有 119 家,与美国入榜企业数量旗鼓相当。

中国入榜企业的数量及其在榜单上的位置,是中国经济体量在世界经济体系中所占地位的直接反映。从榜单上看,2018 年(2019 年排行榜所根据的数据为 2018 年全球 500 大企业的业绩)全球 500 大企业销售总收入为 32.6 万亿美元,同比增加 8.9%;利润达到创纪录的 21537 亿美元,同比增加 14.5%。另一个值得关注的数据是,这 500 大企业的销售收益率达到 6.6%,净资产收益率达到 12.1%,这组数据说明 500 大企业的生产效率在持续提高当中,这也代表了世界经济体的发展趋向。相应的,500 大企业排行榜的上榜门槛(最低销售收入)也从 2017 年的 236 亿美元上升到 248 亿美元,销售收入和企业利润均达到 1992 年建立排行榜以来的历史最高峰。

对于中国经济发展来说,如此多中国企业进入全球 500 大企业排行榜,这堪称中国企业发展史上一个历史性事件。2001 年,中国加入了世界贸易组织。那一年,恰好是全球 500 大企业建榜 10 周年,中国只有 11 家企业得以跨进排行榜的门槛。在不到 20 年的时间里,逐步融入世界经济体的中国经济超速发展,其结果之一就是入榜企业逐年增加。尤其是 2008 年以来的 10 年,中国企业在排行榜中的数量先是超过了德国、法国和英国,后来一跃超过日本。

中国企业在全球 500 大企业排行榜上数量增加,与中国企业的战略重组不无关系。企业重组后,中国入榜企业规模瞬间扩大,在上榜指标上有了倍数效应。其中,中电投与国家核电重组成立国电投,中国北车与南车重组成立中国中车,五矿集团与中冶集团并入中国五矿,中远集团与中海集团重组成立中远海运,中国建材与中国建材集团合并,宝钢与武汉钢铁重组为中国宝武,神华与国电重组为国家能源集团等,这些企业几乎都在重组后进入全球 500 大企业排行榜,或者在重组后提高了在排行榜中的位次。

当然,如果细分全球 500 大企业的业绩指标,也可以看到中国入榜企业所面对的严峻竞争。从企业营利能力看,中国入榜企业 35 亿美元的平均利润,低于全球 500 大企业 43 亿美元的平均利润。更何况中国入榜企业中的 11 家银行的利润总额为 2086 亿美元,仅此一项,竟然占了全部入榜的 119 家中国大陆企业利润总额的 50%。而如果不算这 11 家银行的利润,中国大陆其他 108 家入榜企业的平均利润则只有 19.2 亿美元。美国入榜的 8 家银行,其利润总额为 1334 亿美元,只占全部美国入榜企业利润总额的 18.3%,其他 113 家企业平均利润为 52.8 亿美元。此外,与中国入榜企业数量旗鼓相当的美国企业相比,中国入榜企业的平均销售收益率和平均净资产收益率分别为 5.3% 和 9.9%,而美国分别为 7.7% 和 15%。上榜数量增加之后,提高上榜企业以及其他中国企业的经营质量,是一项更加长久而艰巨的任务。

## 民宿不是野蛮生长的“世外桃源”

■ 邓海建 媒体人

资本野蛮生长的天性,在哪个行业都是如此。一个产业跑得过快,僭越底线与法纪的冲动就有多强。

近年来,重庆成了众多追求“诗和远方”旅客的打卡圣地,使得当地旅游业快速发展,民宿行业更是呈井喷式发展。原本在城区流行的民宿,逐渐向乡村和风景区发展。部分民宿违规侵占林地,超高、超面积违建,圆梦“诗和远方”却要透支生态环境等问题日渐突出。(7月22日《工人日报》)

这两年,民宿很火,民宿很忙。面朝大海、依山而建,天然氧吧、鸟瞰城市……这些叫人怦然心动的广告语,若是再加上超高性价比,自然将民俗捧上了休闲旅游的首选落脚地。千城一面的酒店,拼不过依山傍水型民宿营造的“诗与远方”。而刚需对供给侧的倒逼,自然带来了民宿产业的爆发式增长。

还是数据最有说服力:据称,2017 年重庆民宿只有 5000 家左右,到 2018 年底,猛涨到了 3.3 万家。《2019 年城市民宿创业数据报告》也显示,全国各地民宿发展增量前十的城市里,重庆位列第二。简言之,越是旅游资源丰富的头部城市,越容易成为民宿资本的宠儿。从重庆到云南,从浙江到黑龙江……民宿超常规发展带火了地方旅游,却也在这种超常规发展中衍生出诸般乱象。

经营中的乱象是个市场问题,建造中的乱象不啻于生态灾难。在重庆,比如寄生在林地的部分民宿,要么通过掏空部分山体来扩建,要么通过砍伐树木来装潢;在靠近风景区的乡村里,不少农庄、农家乐、乡村酒店、客栈的老板用挖掘机将住房周围的小山坡挖成了平地。山上一些有年头的树都因为民宿的建造失去了继续生长的机会,“远远望去,青翠的山上这里秃一块那里秃一块”。这大概就是“靠山吃山”。其实,海边的民宿也是如此“靠海吃海”的。云南大理民宿整治期内,仅仅三个月时间,就有 1800 多家民房和民宿陆续被拆,其中 540 多家为与洱海“零距离”的海景民宿。

民宿与自然资源当然不是“鱼和熊掌不可得兼”的关系。不过,有两个前提是肯定的:一,资本野蛮生长的天性,在哪个行业都是如此。一个产业跑得过快,僭越底线与法纪的冲动就有多强。二,民宿依山傍水、扎根村落,往往“天高皇帝远”,若是最基层的土地监管等部门没有这种警觉,最终怕就像秦岭里的“院子”一样成了明晃晃的妖异风光。眼下,生态环保的红线越绷越紧,民宿自然不是法外之地,不是任性发展的“世外桃源”。值得一说的是,《土地管理法修正案(草案)》正在程序审议并公开征求意见中,面对民宿这样的存在,恐怕也不能袖手旁观。

风光是公共资源,生态是发展红线。乡村旅游要振兴,“打卡经济”要激活,只是,网红民宿在盆满钵满的时候,不奢谈更多的社会责任,起码应该是遵纪守法的居所。宰客、偷拍、刷单、脏乱、污染、私建……当这些问题纠结在一起,国内民宿产业的合规管理就该提上议事日程了。

## “信骚扰”已经疯魔失控了吗?

大数据时代,每个公民都有畅行数据蓝海而不被恶意信息骚扰的自由。这种自由,不是天上掉下来,也不是“辣椒水”或“防狼术”换得来,而应该是公序良俗营造的可靠坚守。

■ 海建 媒体人

被短信中附带的网页链接转向不知名网站;浏览器弹出的广告窗口始终关不掉;搜索一些信息后被频繁推送相关产品……记者调查发现,尽管互联网治理取得了一定效果,但财产安全受到威胁、用户安宁权被侵犯、个人隐私被泄露等问题仍然给网民带来很多困扰。(7月23日《法制日报》)

短信里挖坑设套,弹指关而不死,由此引发的各种风险和乱象不胜枚举:轻的系统崩溃,重的家破人亡。一二十年过去,这些低级的信息骚扰不仅没有灰头土脸成为历史,反倒在不断迭代的互联网技术面前长命百岁——这究竟是管不了管不好,还

是不曾管不想管?最近让人大跌眼镜的是“泰迪熊”被组团起诉事件。京东、唯品会和哈啰出行对泰迪熊提起诉讼,诉其未经客户同意,擅自使用技术手段,将客户发给用户的短信及短信页面进行重构,并在短信中插入带有链接的菜单,诱导用户点击链接跳转至其提供的广告页面。若是连正规的互联网头部企业都遭逢疑似“流量劫持”的故事,那么,零散而弱势的个体消费者,面对改头换面的“信骚扰”,又能有几分还手之力?

海量的垃圾广告、不死的弹窗广告,伴随着弹簧式的“专项治理”而呈现出阶段性反弹之势。打击一阵收敛一些,宽松一阵卷土重来,央视 315 晚会也点名监督过了,各种消费投诉也密集聚焦过了,老毛病不改,老问题仍在,公众自然有两个疑问:第一,俗话说“魔高一尺道高一丈”,既然拖成了历史遗留问题,难道“信骚扰”在技术上比地沟油还难以鉴别?第二,整治了这么多年,有多少踩着红线跳舞的公司因为作奸犯科而死在监管的手里?如果总是靠“自律”,如果杀手剑就是“约谈”、如果一直等着消费者来“专业举证”,这些流氓式的“信

骚扰”还能偃旗息鼓在全面法治的滚滚红尘里?

不能不提一组数据:从 2013 年到 2017 年,短信业务虽然一直呈现出逐年下降的趋势,但在 2018 年,全国移动短信业务量出现了回暖,与 2017 年比,同比增长了 14% (去年同期同比下降 0.4%);2018 年短信业务收入完成 392 亿元,同比增长 9%(去年同期同比下降 3.2%),短信业务的增速自 2018 年年初以来一直保持着正增长态势。很显然,这种回暖“主要源于企业对于行业短信业务需求的增加”。在滴滴 2018 年光短信费用就花了接近 9 亿元的现实语境下,监管部门当对于合规短信之外的“市场”有足够的本能警惕。没有雷霆手段、始终摊手耸肩,年年点名年年犯自然要成为常态了。

就像每个女子都有安全地在城市夜行的自由一样,大数据时代,每个公民都有畅行数据蓝海而不被恶意信息骚扰的自由。这种自由,不是天上掉下来,也不是“辣椒水”或“防狼术”换得来,而应该是公序良俗营造的可靠坚守。严肃修法也好,加大罚单也罢,疯魔失控的“信骚扰”及其背后的灰黑产业,是该被钉在审判席上了。

## 抢救让位于拍照 这样的医生该撤职

■ 王恩亮 公职人员

山西文水,范师傅称,家中老人被下达病危通知书,曾 4 次叫人来抢救,医护人员却忙着拍集体照,错过最佳抢救时间,最终老人死亡。医院办公室主任表示,涉事心内科主任已被停职,至于医生是否有失职,有待医调委核实。(7月22日《网易新闻》)

从报道来看,这一幕发生在山西省文水县人民医院。一边是患病老人急需抢救,一边是主治医生随全科人员去拍集体照。最让患者家属不能接受的是,在这期间他们 4 次去叫主治医生,主治医生要么让等等,要么被其他医生找住不让走。就这样在他们忙于拍照中,患病老人咽了气。

很显然,这是一起典型的让抢救病人让位于医生拍集体照的失职行为,且不说该患病老人是否因为医生拍照才一命呜呼,单就其明知病人急需抢救却不去抢救

的麻木,就已背离了医生治病救人的天职,以及医者仁心。毕竟这一拍照耽搁了 20 多分钟的时间,别说这一患病老人已被下达病危通知书,就算是患心脑血管疾病和高烧不退的病人,也未必经得起这般置之不理。因此,该主治医生可谓人道全无、天职丧尽,已不配医生这个职业,理应对其撤职伺候。

同时,透过这一事件,也暴露该医院起碼存在两大弊端。其一,管理严重滞后。从报道可以看出,这个心内科之所以要组织拍集体照,是基于科室做简介需要宣传册。问题是,拍集体照不是不可,要么安排在上班之前,要么安排在下班之后,断然不能导致在工作时间全员脱岗。否则,一旦病人找不到医生、护士,就会出现该事件中的情况。因此倘若该医院有这方面的严格规定,并从严管理和监督,就不会让拍照“淘空”在岗,让病人家属叫不回主治医生。

其二,医风医德败坏,且为塌方式。从

患者家属 4 次呼叫主治医生看,都是当着科室所有拍照人的面。如果说他们当中大部分人的医风医德好,定然不会都这样无动于衷。可惜的是,面对患者家属 4 次呼叫,他们除了嘻嘻哈哈忙拍照,就是阻止主治医生前往,简直把急救病人当成了空气。试问这般大面积无动于衷,是不是科室塌方式医风医德败坏?如果再由点及面看过去,该医院的医风医德是啥成色已不言而喻。而这种自由,不是天上掉下来,是他们不重视医风医德建设,甚至是纵容的结果。

总之,有什么样的医院,就会带出什么样的医生。因此,针对这一事件,撤职涉事医生当然应该,但绝不能成为终点。上级主管部门还必须还要责令该医院限期整改,补齐在内部管理、医风医德建设方面暴露的短板。否则,只知道头痛医头,不在除病根上下功夫,这种“让位”还会以另一形式出现。

## 药店不再卖保健食品, 考验谁的时刻到了?

■ 斯涵涵 评论员

今年以来,多地医保部门以文件通知、协议约定、口头通知、会议通知等方式,要求医保定点药店下架保健食品等非医疗产品。多家保健食品企业及连锁药店相关负责人表示,药店是保健食品的优质销售渠道,受上述规定影响,上半年销售额存在不同程度下滑,医保部门的上述行为欠缺相关依据,而且一刀切式的监管方式不利于经济发展。(7月23日《新京报》)

药店一直是保健食品企业重度依赖的销售渠道,不少企业 70%~80% 的产品都是

通过药店销售出去的。现在切断了保健食品这一主要销售渠道,企业的利润直线下降,相关人士自然叫屈不迭。

在过去很长的一段时间里,用医保金买保健品、医保卡变购物卡、医保药店变超市等现象在全国不少地方普遍存在,利用各种造假手段套取、骗取医保基金的案件屡见报端,成为医保金严重流失一大漏洞。同时,医保定点药店销售保健食品并用医保金支付,会给大众造成一种“保健品也是药品”的错误认知,也成了相关企业一个宣传噱头。

保健品市场的乱象,不仅侵犯了消费者权益,扰乱了市场正常竞争秩序,还在

一定程度上侵蚀了医保基金,因此各地监管部门都在加大对于保健品违规销售行为的打击力度。但是,医疗服务监管存在点多、面广、线长的特点,相应医保基金使用的监管难度也在不断提升,要求医保定点药店不再展示、销售保健品便是此种背景下强化监管的一个选择。这也同时是在提示消费者:保健品不能同药品划等号,购买使用保健品都应该谨慎。

当然,此举是否程序违法,是否超出了医保部门的职责范围,乃至影响地方经济,企业完全可以主张自己的权利。但企业也要看到,不少大型连锁药店几乎把所有店面的保健食品都下架,群众对

此也支持态度,说明整顿保健品市场深得人心,这应该引起企业和行业的反思。

围绕医保定点药店下架保健食品,企业与民众、企业与监管部门,立场不同,观点也不同,这很正常。我们既要听到企业的牢骚与担忧,也要知晓监管的初衷与民众的意见。

保健品市场的良好有序发展,需要政府、企业与公众多方参与。职能部门要做到依法行政,有效监管,企业要做到规范经营,自律自强。营造良好的营商环境,维护各方利益、促进经济发展是我们的共同目标,也还有很多工作要做。