

2014 年国务院常务会议三部曲：放权 减负 创新



■陈伊昕 报道

国务院常务会议，是中央政府最重要的决策机制之一，也是外界观察中国政府施政重心的一个窗口。2014 年是中国全面深化改革元年，在中国经济增长“换挡降速”的大背景下，简政放权、减负减税、激励创业创新等“三部曲”，串起了国务院一整年的决策部署。

简政放权：提前兑现本届政府承诺

作为深化政府改革、加快转变政府职能的关键之举，简政放权成为今年国务院常务会议中的高频词汇。截至 12 月 24 日，在今年召开的 39 次国务院常务会议中，有 22 次会议提到“简政放权”。

今年全国两会期间，国务院总理李克强在作政府工作报告时明确，年内要再取消和下放行政审批事项 200 项以上。纵观 2014 全年，截至 12 月 24 日，国务院已取消和下放的行政审批事项超 300 项：

——1 月 8 日的会议决定，重点围绕生产经营领域，再取消和下放包括省际普通货物水路运输许可、基础电信和跨地区增值电信业务经营许可证备案核准、利用网络实施远程高等学历教育的网校审批、保险从业人员资格核准和会计从业资格认定等 70 项审批事项。

——6 月 4 日的会议决定，取消和下放新一批共 52 项行政审批事项，其中包括“享受小微企业所得税优惠核准”、“对吸纳下岗失业人员达到规定条件的服务型、商贸企业和对下岗失业人员从事个体经营减免税审批”等关系投资创业的 34 项审批事项。

——8 月 19 日的会议决定，便利企业经营，再取消和下放 87 项“含金量”高的审批事项，其中取消了 68 项，做到能取消的尽量取消、不下放，避免遗留尾巴。

——12 月 12 日的会议则决定，再取消和下放 108 项主要涉及投资、经营、就业等的审批事项，为企业兴业开路、为企业发展松绑、为扩大就业助力。

至此，李克强在全国两会上提出的“今年要再取消和下放行政审批事项 200 项以上”目标已经实现。再加上此前 2013 年取消和下放的 416 项行政审批等事项，意味着本届政府“在任期内削减 1700 多项审批权三分之一”的承诺已经提前兑现。

然而，放活不放任。作为简政放权的“组合拳”，政府同时要求“放管结合”，以根治“审批依赖症”，堵住利益输送“暗道”及公众

资金的“跑冒滴漏”。通过加强事中事后监管、完善监管体系，防止截留改革红利，以保持经济运行处在合理区间。

减负减税：向企业派发近千亿元“减负礼包”

在大力推进简政放权的同时，政府今年同样特别注重减轻企业的税负。中新网记者梳理发现，今年，国务院常务会会议为企业提供的“减负大礼包”就有近千亿元：

——6 月 11 日的会议确定，2014 年 7 月 1 日起，将自来水、小型水力发电等特定一般纳税人适用的增值税执行 3% 的征收率，每年将为相关领域企业减轻税负约 240 亿元。

——9 月 17 日的会议提到，今年 10 月 1 日至 2015 年底，将月销售额 2—3 万元的也纳入暂免征税范围。财政部此前表示，此次免税额提高至 3 万元后，减税规模将超 300 亿元。

——11 月 15 日的会议进一步为企业减负添力，决定的正税清费等一系列措施，每年将减轻企业和个人负担 400 多亿元。

梳理今年 39 次国务院常务会议，有 17 次会议提到了“小微企业”，并将其视作促创业、保就业、活跃市场的生力军。除去减免税费、取消和下放审批以外，政府在知识产权保护、融资支持、财政支持、信息建设等多方面均予以政策倾斜。

此外，国务院常务会议一年来还推出多项惠及民生的举措。

——1 月 8 日的会议决定，从 2014 年 1 月 1 日起，将企业退休人员基本养老金水平再提高 10%，并向其中有特殊困难的群体适当倾斜。

——7 月 2 日的会议决定，落实职工带薪休假制度，同时要求重点推进信息、住房、绿色、旅游休闲、教育文体、家政等六大领域消费。

——7 月 30 日的会议部署，有序推进农业转移人口市民化。其中提到，在容易发生欠薪的行业推行工资保证金制度，探索建立欠薪应急周转金制，落实农民工与城镇职工同工同酬。

——11 月 15 日的会议决定，全面建立临时救助制度，消除救助“盲区”、兜住保障“底线”。

——12 月 24 日的会议，确定保障和改善残疾人生活的措施，如帮助残疾人普遍参加基本养老保险和基本医疗保险，建立困难残疾人生活补贴、重度残疾人护理补贴和残疾儿童康复救助等制度等。

有分析指出，2014 年，在中国财政收入增幅有所下降的情况下，民生支出却一直保持着刚性的增幅。同时，相关的顶层设计也在不断完善。民生领域的制度建设，是群众最期盼的领域，从制约经济社会发展最突出的问题做起，具有很强针对性。

激励创业创新：为青年清障开路

被外界评价为“力度空前”的简政放权，一系列减税减负，推动了新一轮创业潮。今年的国务院常务会议数度为自主创业释放利好信号，尝试用政府权力的“减法”，换取创新创业热情的“乘法”。

——2 月 26 日的会议部署，加快发展现代职业教育，促进形成“崇尚一技之长、不唯学历凭能力”的社会氛围，打通从中职、专科、本科到研究生的上升通道。

——4 月 16 日的会议决定，将 2013 年底到期的支持和促进重点群体创业就业税收政策，延长至 2016 年 12 月 31 日，并加以完善。

——4 月 30 日的会议确定，进一步促进高校毕业生就业创业的政策措施。其中提到，启动实施“大学生创业引领计划”。在电子商务网络平台开办“网店”的高校毕业生，可享受小额担保贷款和财政贴息政策。

——5 月 21 日的会议决定，大幅增加国家创投引导资金促进新兴产业发展。通过改革政府投入方式，带动各方资金特别是商业资金用于创业投资，从而更好地发挥中央财政引导资金“四两拨千斤”的作用。

——8 月 20 日的会议决定，再取消一批部门和行业协会自行设置、专业性不强、法律法规依据不足的职业资格许可和认定事项，使就业创业创新不为繁多的“证书”所累，让各类人才放手拼搏。

国家工商总局的数据显示，前三季度全国市场主体发展稳步增长，新登记注册企业 264.8 万户，同比增长 52.44%。特别是 3 月至 9 月，新登记企业数量月均超过 30 万户，企业增长数量保持在稳定高位。

此外，“创新”一词也几乎贯穿了全年的国务院常务会议。政府在科技服务、文化创意、财税金融、政府监管等领域提到了体制机制的创新，以期为国家经济的行稳致远提供后劲。

分析称，创新和创业是打造中国经济升级版版的根本出路所在。通过创新创业，可以提升产业竞争力，在国际竞争中抢占高地，也可以改造传统产业，推动服务业大发展，为经济提供新“引擎”。

电商巨头各行其道：京东下乡“刷墙” 阿里出国“行善”

■ 刘夏 报道

两大电商巨头“各行其道”的背后，是各自平台战略的改变：京东渠道下沉，阿里瞄准跨境电商

同为电商巨头，近一年来的京东与阿里“完全不在一个频道上”。

由于看重三四线城市甚至农村市场，今年 6 月，京东开始了轰轰烈烈的“刷墙”行动，“发家致富靠劳动，勤俭持家靠京东”等广告标语赫然出现在村镇的土墙上。

而阿里巴巴却瞄准跨境电商，在 11 月举行的“世界互联网大会”上，马云演讲激情澎湃：“阿里要帮助更多小企业成长，不仅仅是中国，应该扩展至全球。”

京东“下乡进村”占市场

京东 CEO 刘强东最近频繁提及自己的家乡宿迁，其实这不只是为了宣传自己的“逆袭”事迹，更跟京东的“下乡”战略步调一致。

近期，京东“下乡”步伐紧凑。12 月 17 日，在与有“穷人银行”之称的格莱珉的合作中，刘强东称将利用大数据，以及借鉴格莱珉的小贷经验，探索中国小微农村贷款的新模式。

12 月 21 日，四川省仁寿县府又成为京东下乡进村“星火试点”的首个签约地，在工业品下乡、特色农产品进城上进行合作。

事实上，“下乡”早在刘强东的计划之中。

2013 年 12 月 23 日，刘强东正式复出，当日首次公开渠道下沉战略。他还抛出了具体计划，包括在三四线城市落地投放广告，以及提高物流配送速度。“在长三角、珠三角和环渤海三大经济圈，京东要下沉到乡镇和村一级。”

对于电商企业而言，一二线城市网购增速日益放缓，农村却是一块有待发掘的诱人市场。

据阿里研究院《农村电子商务消费报告(2014)》显示，预计全国农村网购规模 2014 年将达 1800 亿元，2016 年将突破 4600 亿元。

《报告》还发现，在农村，智能手机的普及率较高，成为农村网购一族的主要设备，手机购物的比例甚至比城市还高。

于是，今年 6 月，京东开始了轰轰烈烈的“刷墙”行动，“发家致富靠劳动，勤俭持家靠京东”等广告标语赫然出现在村镇的土墙上。此外，“大篷车百城行”、“一城一牌(指广告牌)”也把京东品牌带入了乡村。

渠道下沉有大招？

在扩大自有快递范围的同时，京东还与“流量霸主”腾讯合作，获得微信与手机 QQ 两大主流移动流量入口的独家使用权。

在 2014 年 11 月“世界互联网大会”期间，刘强东曾对记者透露，“希望京东自有快递直接到每个村去。”在 12 月 17 日和格莱珉的活动中，他明确表明，明年 6 月底之前要“发展 10 万名村民代理，覆盖 10 万个村庄”。据悉，这些所谓“村民代理”将负责产品配送、售后服务，以及充当金融信贷员。

据了解，京东过去仅在一二线城市进行开拓，三到六线城市开拓不足，乡镇一级则普遍委托快递公司。但 2014 年前三季度，京东新覆盖的城市是过去五年总和。“剩下的城市网购占不到 3%，暂时不打算覆盖。”刘强东称。

除了物流配送这张王牌，京东的渠道下沉策略还将依赖盟友——“流量霸主”腾讯。在腾讯完成对京东的战略注资后，2014 年 5 月，京东上线了在微信平台一级入口，8 月开通了手机 QQ 的一级入口。

对于京东，已获得微信与手机 QQ 两大主流移动流量入口的独家使用权。分析人士认为，手机 QQ 中三四线城市年轻用户，与京东渠道下沉的目标人群契合度非常高，对于一二线城市用户增长趋缓的京东而言，未来由下线城市获取的用户增长将是重点。

在此次战略注资后，京东还获得了拍拍网。京东正在对其进行重塑，布局 C2C；同时丰富适合三到六线城市的品类。实际上，拍拍网承担的主要任务之一，就是“将京东用户从都市白领延展至包括大中学生和四五线城市家庭用户。”

京东“出国”热情不高

当京东正忙着“下乡进村”时，阿里巴巴却积极拓展海外市场。不过对于跨境电商布局，目前刘强东似乎热情并不高。

电商“下乡进村”，不只是京东。阿里巴巴在三四线城市甚至农村生根多年。不仅如此，早年电子商务的火热还催生了一批“淘宝村”。

2013 年 12 月 23 日，在首次公开渠道下

沉战当时，刘强东也表示，在三四线城市，京东的品牌和知名度远远不如淘宝。“这是京东的劣势。”

而当京东在加紧布局三线及以下城市甚至农村业务时，阿里巴巴却积极拓展海外市场。

阿里集团董事局主席马云曾在 IPO 当晚的一次小范围交流中表示，不会将在海外募集的资金全部拿回中国花，而是会积极拓展海外市场，将阿里的生态系统延伸到国外。

不过，对于跨境电商布局，目前刘强东似乎热情不高。

“我个人认为，小包裹跨境电商从长远来看是有局限的。不能给当地人带来大量就业、带来税收，消费者收货的速度也不快，而且出了问题退货、换货都不好解决。”刘强东告诉记者，他认为更有生命力的模式还是要去当地投资，在当地建厂，通过一般贸易的方式到达消费者。

“他(刘强东)所描述的是比较中长期的远景，产业链上下游高度整合：海外零售商销售，批发到保税区，中国零售商圈内分销零售。要求社会、物流资源高度集中化。现在长尾产品不太适合这一块，至少 3.5 年之内是如此。”海外购网站洋码头 CEO 曾碧波表示。“不过阿里已经在尝试保税区的模式了。”他说。

阿里尝试保税模式

保税模式让阿里尝到了甜头，11 月 11 日，全球有 217 个国家和地区通过阿里实现了订单成交。

今年“双十一”被定义为全球消费者购物节，成了阿里国际化的练兵场。天猫国际、速卖通等跨境电商平台也首次进入公众视野。

天猫国际于今年 2 月推出，针对中国用户的“海淘”需求，销售国外品牌；速卖通 2010 年 4 月份上线，主要是帮助中国的中小企业把产品销售至国外。

“双十一”期间，天猫国际选择与美国第二大零售商 Costco 开启战略合作，Costco 在天猫开设了官方旗舰店，包括食品和保健品等优势品类。几天之内，一共卖掉了超过三百吨的坚果和零食。

阿里集团 COO 张勇称，“双十一”全球化实践当中，最重要的是进行了保税仓库的尝试。“我们实现了跟国家批准的几个跨境电商试点城市的海关，包括跟当地政府部门的合作。”

据了解，保税模式的诞生，有赖于国家海关总署政策的出台：2013 年底，海关总署开始跨境电商业务试点，从最早的上海、宁波到今年 7 月份新加入试点的深圳，共有 7 个试点城市。

而《天下网商》报道称，保税模式同时依赖大数据的支撑，阿里菜鸟根据历史数据分析消费者的喜好，以此预测未来一周、一个月和一季度商品的销售量，再让海外商家集中备货。中间，需要打通电子口岸、海关数据分中心、报关公司和物流仓储企业。

马云要“帮全球小企业做生意”

阿里巴巴的国际化版图被阿里集团 COO 张勇简单概括为：中国到世界和世界到中国。

在 11 月举行的“世界互联网大会”上，马云的演讲激情澎湃：“阿里帮助更多的小企业成长的目标不变，不仅仅是中国，应扩展至全球。”

“经过前一段时间默默地耕耘，目前整个跨境电商的局面已经打开了。”张勇在乌镇“世界互联网大会”上表示。

阿里还在积极部署更为直接的跨国投资。

在 5 月份，阿里巴巴“大手笔”斥资约 2.49 亿美元入股新加坡邮政，成为其第二大股东。新加坡邮政是东南亚地区领先的电商物流提供商，而阿里拥有其物流配送资源优先权。

同时，阿里已经在俄罗斯、印度等地“初战告捷”。公开信息显示，阿里已跻身俄罗斯最大的电子商务网站，在巴西是第二位。“这跟当地电商不发达有关，也和中国商品价格、服务优势，商品丰富度有关。”海外购网站洋码头 CEO 曾碧波表示。

他认为，在跨境购物上面，其实京东跟天猫差距非常大，“京东有流量，可是对进口品牌不一定适用。原有流量偏重于男性，很多是不会去买热门海外产品的。”

“上市后的阿里已是世界级公司，从增大市场份额、交易量、支撑股价上考虑必须走国际化这条路。”曾碧波称，阿里巴巴的体量是亚马逊+Ebay，一定要占据国际市场提升下一步增长，仅是中国已经容不下它了。

中国社科院：城市居民对中央反腐表示认可

■ 李凤桃 报道

“如果用 5 分表示非常满意，1 分表示非常不满意，总的来说，请问您对自己的生活满意吗？”

这是零点研究咨询集团 2014 年 9 月对北京、天津、上海等 36 个城市进行入户调查时的问题。12 月 24 日下午，在中国社科院主办的“2015 年《社会蓝皮书》发布暨中国社会形势报告会”上，这一调查结果在蓝皮书中得以公布。

根据蓝皮书中的《2014 年中国城市居民生活质量指数报告(以下简称“报告”)》，2014 年中国城市居民生活满意度均值得分分为 3.51 分。这是在最近 15 年中，继 2008 年、2011 年、2012 年之后第四个满意度得分超过 3.5 的年份。

报告显示，在 2000—2014 年的 15 年中，中国城市居民的生活满意度水平尽管有所波动，但大致保持上升趋势。与 2000 年 3.27 分相比，15 年后的我国城市居民生活满意度已经达到了 3.51 分，而且 2011 年之后的

最近 4 年，生活满意度水平基本维持在 3.5 分左右。报告作者零点研究咨询集团董事长袁岳表示，2014 年(民众)生活满意度的核心指数普遍出现了上升势头，部分指标甚至达到了历史峰值。

值得关注的是，报告显示，近两年中央高压持续的反腐大大提高了城市居民的生活满意度。

报告指出，近年来，党中央加大反腐力度，坚持“老虎”、“苍蝇”一起打，各级政府积极贯彻中央八项规定，党风党政得到了较明显的改善，城市居民对此是表示认可的。从对反腐败的满意度来看，2013 年和 2014 年分别增加 0.21 分和 0.35 分。

袁岳表示，“中央对反腐力度的加大，直接提升了城市民众对政府的满意度，表现为对各级政府服务满意度有所提升，这种提升一定程度上带动了居民生活满意度的提高”。

城市居民的生活满意度是建构在对国家发展的信心之上的。调查显示，城市居民对国家发展的信心明显高于其对个人未来

的发展信心。而对国家发展的信心可以在一定程度上增强城市居民对未来的确定性认知，进而间接提高城市居民的生活满意度。

根据 2006—2014 年的调查数据显示，2007 年以来城市居民对经济发展和中国国际地位提升的信心度基本维持在 4 分以上，对社会事务发展信心也均在 3.5 分以上，尤其是党中央在 2014 年连续采取的反腐措施大大强化了民众对于社会事务发展的信心。2014 年，人们对社会事务发展的信心达到历史最高点——3.87 分。

报告还显示了一个有趣的现象。2014 年的城市居民生活满意度相比 2013 年略有提高，但对生活不满意的比例却与 2013 年持平，分别为 11.9%和 11.0%。部分与人们生活满意度相关的指标有所下降，包括物价承受力，对政府管理经济事务、外交事务的信心度等。其中，物价承受力连续多年在低位徘徊，这表明目前物价上涨所带来的生活压力仍然是影响人们生活满意度提高的主要因素之一。