

# 供给侧改革“加减法”将产生持久动力

两会期间,“供给侧改革”成为会场内外的高频词,也是海外观察人士的热议词。海外专家普遍认为,中国经济运行进入新常态,供给侧改革“加减法”并举,将使中国经济获得持久健康的发展动力。

分析人士指出,当前,中国政府在多个改革领域统筹布局“加减法”,努力加快新旧动能接续转换,在保证经济总体平稳的前提下,完成结构性调整。

如果说扩大有效和中高端供给是做加法,减少无效和低端供给就是做减法;如果说搭建新平台、发展新产业是做加法,那么去产能、去库存、去杠杆就是做减法;如果说减税降费、简政放权是做减法,那么精准扶贫、完善社保就是做加法。

澳大利亚经济学家郭生祥认为,改革的加减法不是静态的,而是动态的;不是单向

的,而是交互的。他指出:“在产业政策领域,做好加减法便于让市场尽快出清,为新产业发展腾出必要空间,促进经济结构优化升级;在财税、行政和社会政策领域,做好加减法便于让企业轻装上阵,并确保公平和效率互为促进。”

谈到供给侧改革的实质,澳大利亚经济学家彼得·德赖斯代尔指出,伴随中国人口和资源红利减小、投资规模和边际效率降低,要改善经济效益还有赖于提高生产率。他认为,供给侧改革就是通过财税改革、结构调整、简政放权、产业革新等多种手段,理顺市场供需关系,引导市场发挥有效作用,提高全要素生产率。

在改革“加减法”的推动下,中国经济的新旧转换“动”了起来,新兴产业兴起的同时,传统产业也迎来重生。这种现象引起经济界

广泛关注。

英国《新科学家》周刊网站刊文说:“身为世界第二大经济体的中国努力加快转变步伐,从大量燃煤的重工业走向更加环保的未来……根据即将出台的经济发展五年规划,中国将帮助老旧产业的工人掌握现代‘朝阳’产业如生物技术、航空和智能制造等行业的新技能。”

新动能的培育和传统动能的转型正聚成中国经济的“双引擎”。美国堪萨斯城联邦储备银行高级经济学家聂军说,中国某些传统行业可能增速放缓,但一些新产业比之前增长得更快,特别是服务业增势迅猛。这使得中国经济的基本面依然稳固。

供给侧改革的积极推进为中国经济长远发展构建新的动力机制,这对于企业来说也将产生新的机遇。

通用电气全球高级副总裁兼大中华区首席执行官段小缨说,中国政府提出的供给侧结构性改革、“中国制造 2025”、“一带一路”建设,以及发展清洁能源、深入环境治理的政策都成为关注的热点。“对于通用电气在中国而言,都是积极正面的信号。”

可口可乐大中华及韩国区副总裁张建弢说,在“去产能、去库存、去杠杆、降成本”的背景下,中国经济的转型发展给跨国公司提出了新的课题和挑战。供给侧改革所强调的产业链、价值链提升,制造业向高端的转型升级,以及“一带一路”所倡导的国际产能合作,都给跨国公司发挥自身创新能力、领先技术和全球作业经验等方面的优势提供了机遇。

(新华社)

## 姚鹏代表:建议扩大食品“禁铝令”范围

“目前,‘禁铝令’只是部分禁铝,建议适当扩大禁止使用含铝食品添加剂的食品品种范围。”全国人大代表、安琪集团酵母股份有限公司研发中心主任姚鹏建议,在油炸面制品和焙烤食品中全面“禁铝”,以更好保护群众“舌尖上的安全”。

此前,国家卫生计生委等5部门《关于调整含铝食品添加剂使用规定的公告》中,对硫酸铝钾和硫酸铝铵等添加剂的使用范围进行了限定,包子、馒头等部分小麦制品已明确“禁铝”,但油炸面制品和焙烤食品等并未纳入。

“政府工作报告中指出,‘严守从农田到餐桌、从实验室到医院的每一道防线,让人民群众吃得安全、吃得放心’。当前,应该进一步扩大‘禁铝’的范围。”姚鹏说。

从工艺方面而言,硫酸铝钾和硫酸铝铵在国内已有较为成熟的替代办法;从监管方面而言,同一生产者往往同时生产多种食品,是否故意或因误用向“禁铝”食品添加含铝添加剂的监管难度较大。

姚鹏建议,相关部门进一步扩大禁止使用含铝食品添加剂的食品品种范围,修订相关食品添加剂使用标准,明确禁止硫酸铝钾和硫酸铝铵在油炸面制品和焙烤食品中的使用;同时,加强对重点食品中铝残留量的日常监督检查,提高生产者的法规意识和水平,保障人民群众的食品安全。

(梁建强)

## 汉诺威 IT 展 聚焦数字经济

2016年汉诺威消费电子、信息及通信博览会(简称汉诺威 IT 展)14日在德国汉诺威开幕,今年展会的主题与去年相同,即数字经济。

德国副总理兼经济部长加布里尔表示,国民经济成功实现数字化转型是德国获得并强化竞争力的前提。他介绍了新制定的德国“数字战略 2025”,涉及数字基础设施扩建、促进数字化投资与创新、发展智能互联等。这是继“数字议程”之后,德国联邦政府首次就数字化发展做出系统安排。

加布里尔指出,“数字战略 2025”明确了德国制造转型和构建未来数字社会的思路。

欧盟委员会负责数字经济和社会事务的委员奥廷格表示,数字政策的一体化不仅涉及欧盟 28 个成员国,欧盟邀请周边邻国参与内部数字市场建设,共同打造“数字联盟”。

汉诺威 IT 展是全球 IT 行业的领军展会,本届展会历时 5 天,主要聚焦企业数字化解决方案、云服务、大数据、物联网和信息安全等,吸引了全球约 70 个国家和地区的 3000 多家参展商,其中包括华为、中兴等 500 余家中国大陆展商。今年展会的合作伙伴国是瑞士。(沈忠浩 饶博)

## 互联网金融:规范发展还要过几道坎?

今年的政府工作报告提出,规范发展互联网金融。在规范发展之年,互联网金融要过几道坎?

**风险教育:“高大上”的理财产品宜回避**

谈到互联网金融风险防范,银监会主席尚福林认为投资者要做好“三看”:看对象,是不是面向社会不特定对象在筹集资金。看回报,是不是承诺超常的高利回报。看营销,是否以公开宣传的形式募集资金。

“互联网金融的本质应该是普惠金融。”全国人大代表、上海金融学院副院长陈晶莹说,当前一些“伪互联网金融”平台,违背这一本质,喜欢做大做高,投资者必须提高警惕。

在代表委员看来,“伪平台”的“高大上”特征往往体现如下:

理财产品超高收益率。随着经济大环境的变化,目前优质信托理财产品的年化收益率不过 8%左右,而一些 P2P 平台却动辄给出 12%以上的预期收益率。这是很难实现的,有非法集资之嫌。“贪图高收益率的结果,很可能是你要人家利息,人家要你本金。”全国政协委员、华东师范大学国际金融研究所所长黄泽民说。

大范围融资,对资金需求无节制。正常的融资是为项目融资,有项目才需要资金,因而是一个理财产品的发行是有额度的。如果一个互联网金融平台对资金永远饥渴,极大的可能是需要源源不断的后来者为前

者买单,即典型的庞氏骗局。

高调营销、高价租楼,显得“上档次”。为了取得投资者信任,一些互联网金融平台在营销时往往不计成本,不少娱乐明星也被拉来“站台”。为了证明自己“有实力”,这些机构还选择在高档写字楼办公。殊不知,上述营销和办公费用很可能意味着挪用客户资金。

**行业准入:不是拉一根网线就可以搞金融**

根据“网贷之家”统计,截至去年 12 月底,全国有 2595 家网贷运营平台,其中 896 家平台出现问题,是 2014 年的 3.26 倍。

“这么多网贷平台,本身就说明了一个问题,即行业准入门槛太低。”有全国政协委员告诉新华社记者。

行业准入门槛低到什么程度?上海市政协常委屠海鸣之前做过调查:“开设一家 P2P 公司(网贷平台),不需要申请任何牌照,只需办理一般的工商登记手续,花十多万元购买一套网上交易系统,就可以在互联网上接受公众的投资。”

“很多互联网金融从业者,只是拉了一根网线就把金融搬到网上,缺乏对金融风险的认知。”蚂蚁金服总裁井贤栋表示。

全国政协委员、交银施罗德基金副总经理谢卫认为:“未来,我国需要提高互联网金融的准入门槛。对于想要进入金融行业的互联网公司,要求其配备与传统金融机构同样水平的金融人才、设备和风控措

施。”

在加强准入管理的同时,行业自律也已提上日程。央行行长周小川近期表示,未来我国将成立互联网金融协会,加强自律管理。

**政府监管:加强立法 从监管机构到管行为**

对于互联网金融的监管问题,应该采取哪些措施?

“首要的当然是立法。虽然央行等部门先后颁布过规范互联网金融发展的指导意见和暂行办法,但单独的行政规章毕竟力道不足。要通过立法修法,制定适用于不同类型市场主体的市场规则,明确平台必须承担提示网络借贷风险和禁止性行为的义务。”陈晶莹表示。

此外,陈晶莹指出,考虑到互联网金融业务灵活多变,建议采用云计算、大数据等先进技术,建立实时动态监测体系。

互联网金融的飞速发展对我国金融监管体制提出了新课题。全国人大代表、华融资产管理公司董事长赖小民说,传统的金融监管以机构监管为主,这导致一些吸收存款、发放贷款的金融机构,由于不叫银行,也不申请银行牌照,所以没人按照银行来监管。

“未来,无论是传统金融机构还是互联网金融机构,只要从事的是需要被监管的业务或行为,都适用于相应的法律法规、被置于相同的监管框架内。”赖小民表示。

(何欣荣 仇逸)

## 品质好而不同,劲酒畅销的内在逻辑

■ 本报记者 许强

1953 年创建的劲牌公司,专注于“健康产业”,1989 年,研制成功了“中国劲酒”开创了保健酒新纪元,并引领中国保健酒走向了一个新的时代,并畅销海内外。劲酒 2014 年销售 75 亿元,2015 年销售收入近 85 亿元,连续多年领跑中国保健酒行业。

为什么劲酒能连续畅销多年?有人说劲酒广告做得好,有人说是劲牌营销网络庞大。近日,浙江大学博士生导师、教授何贵兵称:“劲酒畅销的逻辑是品质‘好而不同’。”

**“把产品做好是劲牌的第一责任”**

“‘劲酒虽好,可不要贪杯哟!’上世纪,相声演员姜昆的这句温馨提醒,让劲酒家喻户晓,也反映出劲牌是一个对消费者健康有高度责任感的企业。我记得吴少勋先生有句名言:‘把产品做好是劲牌的第一责任’,劲牌人也说到做到,劲酒品质好已被市场验证。”何贵兵对劲牌颇有感慨。

何贵兵称:“劲酒一直定位服务百姓的‘民酒’,劲酒好而不同不仅在在品质上,也在对待消费者的诚意上。当别人借‘黄金十年’连续大刀阔斧地涨价、出奢侈品、搞‘名酒’的时候,劲牌没有因经销商抱怨利润低而疯狂涨价,125ml 小方瓶、250ml 小方瓶在终端的价格从来都是‘文火’上升,最高价格也没有超过 60 元的。劲酒还一度因价格便宜,被人笑为难登大雅之堂而多有微词。但劲牌不为利益所动,坚持为消费者着想,坚持构建一个健康的保健酒市场,并且破解了‘便宜没好货’的魔咒”。

事实上,劲牌率先提出“按做药的标准生产保健酒”的理念,质量控制工作获得了多项权威认可,先后通过 ISO9001 质量管理体系、HACCP 食品安全体系、保健食品 GMP、OU 洁食认证。2014 年 7 月,劲牌被国家工信部授予工业企业质量标杆荣誉,为 2014 年度湖北唯一获此殊荣的企业。同年,获湖北省人民政府最高质量荣誉奖——“湖北省长江质量奖”,是唯一获此殊荣的民营企业。

**创新,劲牌永不止步**

何贵兵告诉笔者:“1989 年 10 月,中国劲酒破茧而出。在当时的《黄石日报》上,有一篇评论文章中这样写道,1989 年,中国劲酒这支真正意义的保健酒的首次亮相,就被永

远记录在了中国酒业发展的史册上。时隔 28 个年头,劲酒一直创新,品质、工艺、包装都变的更贴近消费者,利于消费者。”

何贵兵认为,在中国保健酒的创新道路上,劲酒的两大创新熠熠生辉,永留史册。

一是数字提取技术。据三湘都市报《劲酒数字提取技术,让保健养生更科学》一文称,使用数字提取技术,科学比对、量化控制,数字提取,劲酒将人们担心的成分含量问题、功效问题、品质问题“三大问题”都用现代科技解决,提升了产品的品质,也让人们的养生更加科学健康。数字提取技术,破解了药材的有效活性成分不被破坏的难题,改造了传统保健酒生产工艺,实现保健酒生产工艺技术的全面提升,从而提升产品技术含量和产品品质。

二、首创了“固态法小曲白酒机械化酿造工艺”,实现了中国酿酒工艺机械化、自动化、信息化和智能化、智慧化。此工艺用于劲牌枫林酒厂,全程机械化生产,“粮不沾地”,使劲酒酿造不再直接与人接触,杂物、汗水也不会掉在原料中,酒质非常安全、稳定,不会因为人和天气的因素而波动。新工艺确保了最大限度地降低环境对酿酒过程及酒质的影响,酒质有明显的提升。

**好水、好料,严检测**

何贵兵称:“好酒的标准是什么?一般来说

● 劲牌实验室



● 劲牌中药数字提取车间

讲是好喝不上头、喝了能健康。劲酒虽好,好在哪里?因为劲酒的酿造条件‘好而不同’”。

水乃酒之血,水乃酒之魂。经过多年的勘察,劲牌人投资 11.7 亿元、历时十年,沿崇阜山脉七大泉源先后兴建了三座原酒生态园,用清甜甘甜的天然饮用矿泉水做酒源。构建了劲酒的根基。

“保证产品好质量要从好原料开始”,这是劲牌产品质量理念。劲牌坚持原产地种植,逐步建立 9000 余亩 GAP 标准道地药材种植和原料基地,以确保药材的纯正性。劲牌千挑万选出来的原料种植基地,无一不是历史悠久、品质道地的药材原产地。劲牌实现中药材原料产地直供,也开创酒业药材种植基地实行 GAP 标准化管理之先河,奠定了劲酒好品质的基石。

劲牌在生产的全过程实施 QC。劲牌率先打破“中药看成色”的常规,投资 5 亿元建成我国第一个保健酒现代生产基地,使保健酒的生产过程实现了自动化、全封闭和高洁净。

劲牌不断地树立产品质量全员意识,推行全面质量管理,健全质量管理体系,用科学的管理手段和方法,加强现场管理,建立各项规章制度,让每位员工积极参与质量管理,使每个环节渗透劲牌“品质第一”的质量理念,所以劲牌产品的质量一直在市场上被消费者认可,竖起大拇指。

“在质量面前任何人不能闯红灯”,“不达

标的酒,一滴也不能出厂”,“质量可追溯、安全零风险、产品无瑕疵。”这是劲牌对社会的庄严承诺,劲牌筑就一道坚固的质量堡垒。

劲牌非常重视食品安全,将劲酒质量安全视为企业生命之基。劲牌自创办之初,就建立了一套严于国家标准的内部质量控制体系,质量管理贯穿于整个生产过程,细化到每一道生产工序。

在生产中,原材料的重金属、农药残留、二氧化硫、黄曲霉素等指标,是质量控制的重中之重。劲酒的原材料标准中,从种植、采收、运输到包装,有 172 项标准高于国家标准。同时,由采购部、检测中心、质量部、技术部层层把关。

劲酒执行的技术标准、管理标准、操作标准共 1591 项。其中,自主制订的技术标准达 959 项。这些技术标准规范覆盖了从原料种植、采收、运输到包装材料质量监控、酒体调配灌装,以及劲牌产品上架销售的整套工序,为企业的每个环节、每道工序构筑起了劲酒质量安全防线。

劲牌人崇尚“好的产品不是检验出来,而是生产出来”的理念。何贵兵认为,恰恰有了这样的意识,劲牌人在劲酒生产的每个环节都追求“品质第一”,把握好了劲酒生产的全过程,从而创造了劲酒“好而不同”的过硬品质。多年来,劲酒恰恰有了“好而不同”的品质,才会经久不衰,被消费者青睐,并畅销国内外市场。

## 建言山西经济转型:资源型经济地区如何触底反弹

作为典型的资源型地区,山西近年来处在发展的十字路口,煤炭市场持续低迷,新经济增长点正在孕育。资源型经济如何在供给侧改革突围经济困局,尽早实现触底反弹?

**“最困难”的症结 在于供给侧**

9 日,最新一期环渤海动力煤价格指数发布,5500 大卡动力煤综合平均价格报收于 388 元/吨,比前一报告期上涨了 3 元/吨。

面对煤价上扬,全国人大代表、大同煤矿集团有限公司董事长张有喜并不乐观。“煤价下降时是几百几百地降,涨价却是几块几块地涨,对广大煤企止亏杯水车薪。”张有喜说,“供需没有改变,产能过剩还很严重。”

“山西经济困局主要病根在供给侧,要害是结构性问题,产业结构一煤独大,要素结构过多地依赖资源型投入等,不适应市场结构需求变化。”全国人大代表、山西省委书记王儒林说。

**煤海中淘出“新宝贝”**

山西的供给侧改革怎么改?山西给出的答案是:扩大有效供给,强化优质供给,创造新的供给,从煤海中挖出“新宝贝”。

山西省潞安集团在这方面做出了有益的探索。潞安集团近年来大力发展煤层基高端精细化工产品,目前已经开发出 4 大类、27 个产品,这些创新产品成本具有明显竞争优势,不仅可以替代进口,还成功打入国际市场。

“像从煤炭中开发出的高熔点费托合成蜡,全球只有三家企业可以生产。”全国人大代表、山西潞安集团董事长李晋平说,“现在 1 吨煤只有两三百块钱,但高端蜡 1 吨可以卖到 1 万多块钱。”

同时,大力开发煤炭伴生资源。“煤炭里面含有锂、镓等可以实现工业化开采利用的宝贵资源。经过测算,它们的潜在价值量相当于煤炭自身的价值。”王儒林说,山西的煤炭里还发现了煤珀,这是难得的宝石。

“我们要咬住煤炭伴生资源开发利用的目标不放,力求在科技创新上实现突破,煤炭伴生资源开发利用的潜力非常大。”王儒林说。

**煤堆外的世界更精彩**

众多人大代表认为,“一煤独大”的山西要走出目前的困境,除了做好煤炭这篇文章外,还应积极发展其他产业,做好非煤的大文章。

目前,山西确定文化旅游、装备制造、新材料、新能源、节能环保、食品医药、现代服务等七个大产业作为转型突破口,其中,文化旅游被放在了首位。

“一名海外游客来山西平均消费 360 美元,相当于山西出口一吨半优质焦煤;一个国内客人到山西平均消费 960 元,相当于出省两吨动力煤。”王儒林算了这样一笔账。

事实上,山西历史文化资源厚重丰富。山西是中华文明发祥地之一,已发现旧石器文化遗址 460 余处,而且早中晚自成序列。

“文化旅游产业是运城未来发展的优势所在、潜力所在,也是希望所在。”全国人大代表、运城市委书记王宇燕说,运城将坚持“内容为王、市场为纲、互联网为翼”的理念,加快推动文化资源向旅游产品转化、文博单位向旅游目的地转化。

(王菲菲 王怀伟)