



促发展、补短板、保民生……

财政这样支持全面小康

财经资讯

财政是国家治理的基础和重要支柱。2012年至2020年,全国财政收入累计142.8万亿元,年均增长5.7%。国家财力的日益壮大,为决胜全面建成小康社会提供了坚实财力保障。

财政部部长刘昆等负责人7月30日在国新办发布会上,深入解读了财政工作在全面建成小康社会中发挥的作用。

◆ 实施积极财政政策 科学调控促发展

连续10年实施积极的财政政策,顺应经济发展变化和市场主体急需丰富政策内涵,合理确定赤字率水平,扩大政府投资规模,实施大规模减税降费,坚决不搞“大水漫灌”式的强刺激,相机微调微调、“精准滴灌”,有效发挥逆周期调节作用……

“积极财政政策的精准实施,有效有力对冲经济下行压力,促进经济运行在合理区间和高质量发展。”刘昆说。

当前,国内外环境依然错综复杂,不确定性不稳定性因素比较多,为此,积极的财政政策要提质增效、更可持续,推动经济运行稳中加固、稳中向好。下半年,将继续保持

财政政策的连续性稳定性和可持续性,不急转弯,保持对经济恢复必要的支持力度。支持实施扩大内需政策,稳定和扩大居民消费,积极拓展投资空间,落实落细减税降费政策,坚决不收“过头税费”。

如何进一步落实落细减税降费政策?财政部副部长许宏才表示,今年以来,我国继续实施制度性减税政策,分类调整阶段性的减税降费政策,并出台新的结构性减税政策,预计全年为市场主体减负将超过7000亿元。

许宏才说,下一步,将着力优化落实机制,提升政策实施效果,清理规范各类违规涉企收费,让企业有更多获得感。



◆ 聚焦关键推创新 统筹推进补短板

“财政部门始终坚持创新驱动发展战略,持续加大科技投入,创新完善政策机制。”刘昆说。

2012年至2021年,全国一般公共预算科学技术支出从4452.63亿元增长到9321亿元,重点支持集成电路、新能源汽车、新一代信息技术等领域,着力保障关键核心技术攻关。

在聚焦关键推创新之外,财政部门推进补短板力度持续加强。

2012年至2021年,中央对地方的转移支付从454万亿元增加到8.34万亿元,并向财政困难地区和欠发达地区倾斜,全国一般公共预算

农林水支出年均增长8.5%;研究出台支持海南自贸港、粤港澳大湾区高质量发展等财税政策;城乡区域发展协调性持续增强,公共服务短板加快补齐……

下半年,将重点支持实施国家重大的战略任务,围绕国之大事,支持打好关键核心技术攻坚战,推动产业链供应链优化升级。同时,重点推进风险防范化解,统筹做好国债、地方政府债券发行工作,强化地方政府债务存量风险的化解和增量风险的防范工作,坚决防范基层“三保”风险,确保不发生区域性、系统性的风险。

◆ 落实帮扶措施 兜牢底线保民生

增进民生福祉是发展的根本目的。财政部门如何发挥对民生保障的支撑作用?刘昆列出一组数据:

——2012年至2020年,中央财政专项扶贫资金投入6896亿元;2021年安排中央财政衔接推进乡村振兴补助资金1561亿元;

——2012年至2021年,全国一般公共预算教育支出从2.12万亿元增长到3.82万亿元,社会保障和就业支出从1.26万亿元增长到3.44万亿元,卫生健康支出从8058亿元增长到18659亿元……

良好的生态环境是最公平的公共产品,也是最普惠的民生福祉。财政部副部长朱忠明表示,财政部不断加大资金投入,大力支持打好污染防治攻坚战。2016年至2020年,全国财政共安排生态环保资金44212亿元,年均增长8.2%。

今年,财政部将继续兜牢兜实基本民生底线。全国一般公共预算安排教育支出30616亿元,社会保障和就业支出34427亿元,卫生健康支出18659亿元,文化旅游体育与传媒支出4180亿元。

这些钱具体怎么用?

加大对重点群体就业的帮扶,继续实施失业保险保障扩围政策;进一步向中西部贫困地区倾斜,落实家庭经济困难学生资助政策;加快推进企业职工基本养老保险全国统筹;适当提高城乡居民医保人均财政补助标准,同步提高个人缴费水平……

刘昆表示,在加强基本民生保障的同时,更加注重民生政策措施有效性和可持续性,推进民生支出清单管理,提高民生支出资金管理的科学性,不断把民生红利落到实处。

合山供电局：“红马甲”撑起用电“安全伞”

合山讯 7月26日,南方电网广西来宾合山供电局组织青年志愿者到合山市岭南镇城中社区易地扶贫搬迁光明小区安置点,开展“南网蓝公益·暑期用电安全宣传志愿服务”活动,为30多名留守儿童讲解安全用电知识。

“用湿抹布擦洗开关和插座安不安全?”课堂上,志愿者给孩子们讲解安全用电常识和日常生活应急小常识,教导他们在暑假期间牢记安全用电知识,爱护自己、保护自己,和家人度过一个安全、快乐的暑假。为了增强宣传效果,活跃课堂气氛,志愿者还穿插唱红歌、看党史小视频及现场提问等环节。

志愿者还给孩子们赠送用电安全宣传漫画书和小礼品,让孩子们掌握暑期电力安全注意事项。

(林久程 凌访业)

财经观察

快递选择权何时“回归”网购消费者?

国家邮政局、人社部、商务部等七部门近日联合印发《关于做好快递员群体合法权益保障工作的意见》,其中提出,电商与快递的有机互动,要引导电商平台和快递公司加强系统对接,满足用户差异化需求,同时配合有关部门推动落实商品定价与快递服务定价相分离的要求,使消费者可以根据企业服务能力、商业信誉和快递价格等选择快递服务。

意见公布后,“自己选快递”的表述受到业内关注,但目前来看,这对多数网购消费者来说还是一种奢望。快递服务选择权如何在真正意义上“回归”,快递服务差异化竞争如何落实到位?

需求调和不易

“我们与快递企业签有合作协议,目前只发中通或韵达两家。”一位商家表示,合作的因素除价格优惠外,也会考虑整体服务质量和网络覆盖率。

不难理解,电商卖家所选用的快递品牌越少,打包发货的效率就越高。同时,在规模效应下快递单价也越低。因此,这对于电商卖家来说是成本最低的一种方式。

一位行业研究机构负责人表示,目前,我国电商快件占到快递业务量的80%以上,但选择快递公司的权力却归属于电商。“由于商品包邮的消费习惯已经形成,而快递费是由电商卖家支付的,因此电商卖家才是快递公司的‘甲方’,谁价低就用谁。而快递公司也愿意以价换量,尤其是一些低价标品,量大就有得赚。”

恰恰是由于需求差异化不足,快递公司只能采取低价竞争市场份额的竞争策略,反过来也致使快递行业陷入价格战的泥沼。逐渐降低的派送费用与消费者要求的优质服务,成为越来越难以调和的两端。

面临三大瓶颈

专家表示,商品定价与快递服务定价相分离,无论对于快递行业还是对于电商平台、电商卖家来说都是一种业务关系的重构,各方利益错综复杂,改革在实操层面难度不小。要解决这一问题,不得不提到我国电商领域长久形成的包邮制度。

电商快递包邮模式下,商品定价与快递服务定价相分离的第一道难关,首先来自网店卖家。电商卖家以价格竞争为主,产品同质性较高,属于完全竞争市场,他们在选择快递公司合作方面追求的是成本最低,而自选快递模式则可能导致商品总价上升,从而丧失价格优势、推升运营成本。

第二道难关,是电商平台惯性地停留在“低价抢单”“向规模要效益”“赢家通吃”的思维模式中。在行业发展早期,电商平台必须以低价吸引消费者和卖家,以快速启动市场。包邮制度形成后,电商平台和卖家利益的一致性,决定了他们没有动力冒着商品总价上升的风险,将快递公司的选择权留给消费者。

第三道难关,是快递公司话语权的缺失。需求侧“包邮”制度导致快递价格信号失灵,优质的快递服务无法得到好的价格。目前,快递公司在推动服务差异化方面仍缺位。

各方均需发力

一位政策层人士介绍,政策推动必然触动电商卖家的利益,也会改变现有的消费和快递服务格局,所以政策具体怎样落地,落实到什么程度,还需要多个部门共同确定。

对于未来发展趋势,专家表示,在消费升级背景下,物流体验已成为电商的核心竞争力之一。尤其是随着高价商品网购比例的提升,电商卖家的竞争将转向品质和体验竞争,对快递服务的分层需求也会越来越迫切。

为适应这一趋势,快递公司总部应根据不同产品的服务标准建立多元定价方式,推动服务产品化和品牌化。电商与快递数据需要高度联动,主流快递公司要对产品结构、价格体系进行调整,以便消费者选择,比如,可以在末端推出不同价格来对应上门等不同服务。

同时,电商平台可在总体仍实行包邮制的基础上,开放增值服务选项,增强价格的信号、传导和资源配合作用。例如,消费者可在支付相应溢价的情况下,选择特定送达时间段、更高的时限要求、绿色环保包装材料等。此外,平台应加强对服务承诺的管控和背书,通过价格信号,逐步实现服务分层。

最终,商品定价与快递服务定价相分离后,就可以慢慢推动消费者形成支付快递费用的习惯,推动商品的消费者同时成为快递服务的消费者,从而享受更高质量、更多样化的快递服务。

App 借钱靠谱吗?

存在侵犯隐私和信息安全等问题



(本版图文除署名外均据新华网)

近来,不少手机用户发现,一些手机App出现了“借钱”功能,且往往安排在显眼位置。有人提出疑问,为何这些功能各异的App都能提供借贷服务,靠谱吗?是否存在风险?

“我国互联网市场规模巨大、应用场景丰富,社交、支付、出行、外卖、视频等App在发展中积累了大量用户。利用这些用户资源进行所谓的‘流量变现’,获取更大的商业利益,是众多App的惯常做法。”招联金融首席研究员董希森表示,借贷业务标准化程度高,收益可观,是流量变现的重点领域。

值得注意的是,不少App本身不具备从事借贷业务的资质,因此普遍采取“引流”、助贷等方式,与外部机构合作,共同完成借贷业务。据了解,这些合作金融机构有商业银行、消费金融公司、信托公司等,类金融机构主要是小贷公司。

根据《商业银行互联网贷款管理暂行办法》,商业银行等机构在互联网贷款中,可与外部机构建立合作关系,在营销获客、支付结算、风险分担、信息技术、逾期清收等方面开展合作。但在目前,部分App在推介借贷业务时,仍存在一些风险。在业内专家看来,主要有虚假宣传、过度营销、侵犯用户隐私和信息安全等问题。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示,没有金融牌照的App在与金融机构开展引流业务合作中,至少存在四大风险。一是可能存在虚假宣传,有诱导金融消费者过度借款、过度消费之嫌,一些风险意识不足、消费自控力较差的群体可能过度借贷,对金融稳定造成一定影响;二是消费者信息得不到有效保护,容易产生泄露信息的风险,甚至出现消费者

信息被多次倒卖的现象;三是出现金融消费纠纷时,App和金融机构可能会相互推卸责任;四是可能助长一些地方性金融机构跨区域经营,有悖于专注服务本地、下沉服务重心的监管意图。

“互联网贷款方便快捷,直达用户,提高了金融服务可得性和覆盖面,有助于缓解中小微企业和金融消费者融资难、融资慢等问题。但是,金融机构与各类App合作中的问题也不容忽视。”董希森认为,下一步,各类互联网平台、金融机构要按照《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》,加快整改力度,规范推介借贷业务,尤其是不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传。同时,获取用户信息要依法合规,开展助贷业务要遵守征信业务管理相关规定。金融机构要按照《商业银行互联网贷款管理暂行办法》,规范与外部机构合作,按照适度分散的原则审慎选择合作机构,不与不合规的机构建立合作关系。

欧阳日辉建议,监管部门应规范App为金融机构引流的行为,引导、规范、放贷,都要持牌合法经营。还应从事消费金融的持牌机构加强行为监管,规范经营行为,严格保护消费者权益,推动消费金融规范发展。

针对金融消费者,业内人士明确提醒,面对App提供的借贷服务,金融消费者一定要慎重对待。“金融消费者不要有薅羊毛的心态,要认识到天下没有免费的午餐。还要提高信息安全意识,谨防个人信息泄露。”欧阳日辉说。

董希森表示,金融消费者要量入为出、合理借贷,不能超过自身收入水平过度借贷,更不能“以贷养贷”“以卡养卡”。