

高质量发展建设共同富裕先行市③

# 企业家的主要作用和责任 是把企业做强做大

陈鸣达

共同富裕是社会主义的本质要求，是党中央的重大决策，是全国亿万民众的共同期盼。

共同富裕任重道远，必须倾全党全民之力，共同努力。企业家作为社会精英和先富起来的一群人，理应在共同富裕之路上发挥更大作用，承担更大责任。这也是时代赋予企业家的历史使命。

那么，企业家应该在共同富裕中承担起什么样的作用和责任呢？笔者认为，最主要的是把企业做强做大，也就是把“蛋糕”做大。宁波博洋控股集团总经理傅宇在接受媒体采访时说，共同富裕是一个共同创造价值的过程，企业的责任在于尽力向社会提供创造价值的岗位，在带动就业的同时，创造企业自身的价值。当企业更多地给有价值的人创造更多的价值时，社会反馈给企业的价值也会越来越多，由此形成一个正向循环。

企业做强做大了，就能扩大就业，吸纳大量的社会劳动力。劳动

者在为社会为企业创造财富的同时，获得属于自己的薪酬，走上致富之路。

企业做强做大了，促使企业不断地扩容、裂变。从小企业到大企业，从公司到集团，从省内到省外、国外，由此打通企业职工的上升通道，使有才能的职工不断走上更重要的岗位，实现更多的价值，从而孵化出一批又一批的中高收入人群。

企业做强做大了，国家将获得更多的税收，充实国库，造福人民；企业将有更多的财富积累，有能力随时回报社会。

由此看来，把企业做强做大，是企业家对社会的最好回报，是共同富裕中的主要责任。但也有人这样认为，在他们看来，实行第三次分配，让企业家和富豪们把口袋里的钱拿出来，才是企业家和富豪们的责任，才能实现共同富裕。有的地方甚至搞起了企业家捐款的排行榜。这种带偏方向的做法已产生不良影响，造成一些人的思想压力和心理恐慌。笔者听说有的企业老

板担心政策有变，原本准备开发新项目的暂时搁置了，有的甚至打算转移财富。

企业家和富豪们出于道德感和社会责任感，自愿捐献财富，回报社会，完全应该，也值得提倡。但若出于或明或暗的逼迫，而非出于自愿，则只有害处，没有好处。它将直接挫伤这些人自己进也为自己退也，为社会创造财富的积极性，阻碍经济的发展。

共同富裕的实质是共同创造财富。无论是一次分配、二次分配还是三次分配，其主要作用在于缩小城乡之间、区域之间和贫富之间的差距。如一次分配，通过市场行为，让企业、企业主得利，让职工得到合理报酬。二次分配，让政府将税收中的资金投入普惠的公共事业和社会保障，通过转移支付，支持老少边贫地区的发展。三次分配，通过自愿的捐献，给予弱势群体有效帮扶。以为通过企业家及富豪们财富的捐献或剥夺，就能轻松地实现共同富裕，是幼稚的、靠不住的。

中央和省市关于共同富裕的政策是明确的，共同富裕不是均贫富、共富济贫，共同富裕不是同步富裕，共同富裕不是无差别富裕。多次强调要依法保护合法收入，合理调节过高收入，取缔非法收入。为了让企业家们能安下心，尽好责，在共同富裕的道路上发挥更好的作用，各级党委政府要保持政策的连续性和稳定性，做好企业家们的思想工作，鼓励和支持企业家把企业做强做大。党的媒体要做好舆论引导工作，正确阐释党的共同富裕政策，营造创业致富的社会氛围。企业家们则要保持定力，不受不良舆论的影响，埋头苦干，做强做大企业，为共同富裕作出应有的贡献。



## 发“告市民书”好

思 萍

在防御台风“灿都”中，市防汛防台抗旱指挥部发了《告市民朋友书》，要求市民共同防御好台风。“灿都”来袭是突发事件，在应对突发事件时，由相关政府部门发“告市民书”是个好办法，值得提倡。

发“告市民书”，表明政府部门心中有市民，在应对突发事件中市民优先，是体现“人民至上、生命至上”的好办法。

发“告市民书”，是政府部门同市民对话，与市民的联系面广，交流的速度快，亲近温馨，能拉近与市民的距离，是动员市民的好办法。

发“告市民书”，能提高决策透

明度。在防御“灿都”中，要求“不死人、少伤人、少损失”，是市委、市政府的重大决策，《告市民朋友书》从六个方面要求市民做好对自己的保护，是对决策的具体化。发“告市民书”，是实现顶层设计的好办法。

发“告市民书”，会让市民感受到，政府是有能力、有办法、可信任的，从而增强应对突发事件的信心。“告市民书”是安定民心的好办法。

发“告市民书”，许多政府部门都是可以采用的，但要得当：时机得当，要在第一时间发；内容得当，不必发的不发，不宜发布的不发，更不能乱发；表述得当，让市民乐意接受；方式得当，便于市民获悉。

## 公益捐赠不妨从“一勺”做起

俞建明

“我刚好买了两条新鲜的鱼，一条给老人们加餐正好。”“做好事可不少了，这袋水果可以给老人消消食。”最近，北仑霞浦街道新浦农贸市场人亚先锋—新浦驿站里，“一勺”爱心捐赠，吸引了不少人。

“一勺公益”这个形式好。好就好在“一勺”不多，几乎人人有能力去做。

在一般人眼里，做慈善公益的大家都是“老板”，需要有雄厚的“家底”才行。但新浦农贸市场的“一勺公益”活动说明，两条鱼、一袋水果不值多少钱，一般家庭都承担得起，只要你有一颗爱心，无论经济收入多或少，都能做“拿得出手”的公益活动，满足更多人搞慈善、做好人的愿望。

“一勺公益”这个创意好。好就

好在“一勺”虽少，但能积“小爱”为“大爱”。

在新浦农贸市场，短短一小时的捐赠，爱心篮子内早已收获满满，爱心物资被运送到新浦爱心食堂，为老年人加餐增加营养。你一条鱼、一袋菜，我一块肉、一只蟹，加起来就是一道佳肴。如果这个公益活动能坚持下去，让老年人餐餐吃饱、吃好，谁说不是为社会做了一件大好事？

人多力量大，小善变大爱。“一勺公益”由基层群众自行组织发动，也由基层群众自发参加捐赠，充分体现了公益事业的社会性和群众性。

只要参加公益的好人越来越多，“一勺”就能积成“一筐”“一筐”，产生显著的公益价值和社会效果。同样道理，“一元”也能汇成“千元”“万元”，照样能够帮更多需要帮助的人，聚集起更大的公益能量和慈善力量。

## “花呗”接入央行征信系统是信用建设的必然要求

江德斌

“花呗将全面接入央行征信系统”一度占据微博热搜榜首位，这个拥有5亿用户的消费金融产品，再次成为网络关注焦点。对此，花呗发布公告称，在央行征信管理部门的指导下，花呗正逐步推进接入央行征信系统的工作。目前，在获得用户授权的基础上，部分用户已经能够在自己的征信报告中查询到花呗记录，未来征信服务将逐步覆盖全部用户。

一旦花呗接入央行征信系统，意味着个人用户在花呗的借款和逾期、违约信息，都将进入央行征信系统，若有违约、逾期等行为发生，将会对用户未来的大额贷款如房贷、车贷产生影响。而在不逾期的情况下，对于用户来说不会受影响，还会因按时还款、诚实守信，提高个人信用等级，进而享受到更多优质服务，促进信用建设健康发展。

花呗相当于“虚拟信用卡”，2019年，消费借款总额超千亿元，如此庞大的规模，产生了海量信用消费数据，任其游离在央行征信系统之外，显然是不合适的。

消费金融是一个前景广阔的市场，符合我国消费升级的大趋势，合规有序开展，将会刺激社会消费，但若监管不力、管理放松的话，也容易爆发信用违约危机。

“花呗入征信”释放出合规信号，预示其他平台的消费金融产品也要照此执行。央行征信系统将全面覆盖网络消费信贷业务，对用户的消费信用数据进行审核、分析，实施更严格、更规范的监管制度，督促平台合规经营、降低坏账率，防范发生消费金融违约风险。

征信报告作为民众的“经济身份证”，客观且全面地记录个人的信用活动，如果发生信用违约行为，就会纳入信用污点记录，受到相应的信用惩戒，影响到日常工作与生活。在“花呗入征信”之后，用户需要慎重对待，多学点个人理财知识，养成量入为出、理性实用的消费习惯，不要过度消费透支信用。

## “以租代购”是助力中小企业的好思路

丁慎毅

“相对于‘开源’，‘节流’对小微企业更有效。尤其像我们这种初创企业，办公设备的固定支出是大头，‘节流’就能将运营成本降低。”日前，重庆众志文创发展有限公司负责人彭林对记者说，相比花一大笔资金去购买办公设备，“以租代购”无疑是当下更好的选择。(据9月22日《工人日报》)。

京东大数据研究院联合京东企业购近日发布的《中小企业数字化采购报告》显示，越来越多的中小企业选择租赁服务，以减轻其资产投入压力。其中，笔记本电脑等信息化设备，是最受欢迎租赁设备品类。

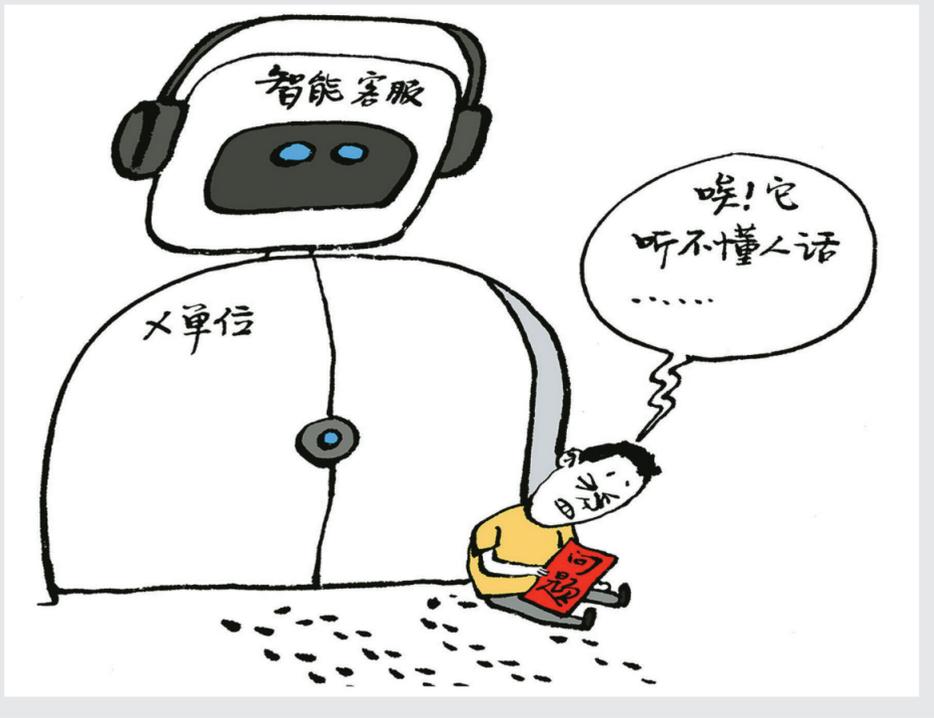
就中小企业而言，“以租代购”既可节约资金的一次性投入，增加资金流转，又可满足灵活需求，如果与租赁方长期合作，对方更了解企业需求，也节省了企业选择对比的成本。同时，根据企业人力资源增减的情况，“以租代购”还能降低企业资产闲置沉没成本。

利于实现规模化采购，降低了采购成本。同时，有利于废旧设备的规模化回收，回收的设备作为再生资源卖给厂家，不但平台企业增加了收入，更有利于整个社会的低碳环保。

但也要看到，“以租代购”市场渗透率还不高。欧美国家办公设备采用租赁的方式，占比60%左右，而国内只有4.9%，还有很多传统企业仍在观望。其中的原因，一是一些小微企业租赁量不大，和直接购买相比，没有多少优势；二是担心像电脑等设备被回收后，可能会泄露企业信息。需要政府相关部门，加强监管，确保企业信息不会泄露。

值得注意的是，如今各项增值服务已成为影响中小企业采购决策的首要因素。“以租代购”对供应链、配送时间、维护响应速度都提出了很高要求，真正的竞争核心仍然是服务体验。因此，建立行业服务标准迫在眉睫，相关部门有必要通过具有行政优势的政府服务，帮助平台企业和有租赁需求的企业，搭建更紧密的合作关系，完善行业服务标准，促进中小企业特别是制造业的数字化转型。

## 听不懂



王铎 绘

## 不能放任“纸螃蟹”横行于市

舒圣祥

秋风起，蟹脚痒。因为携带或送礼方便，螃蟹随吃随买，被称为“纸螃蟹”的蟹券盛行一时。可近几年，随着蟹券的泛滥，兑换难、蟹券空转的情况时有发生。

据《中国证券报》报道，商家印刷面值500元的蟹券，以400元价格卖给营销人员，营销人员以500元价格对外出售，但以250元的价格往回收，再以300元的价格卖给蟹券商家。一只螃蟹没有，一张蟹券，蟹券商家稳赚100元，营销人员也能赚50元。

螃蟹是特殊的生鲜商品，食用期较长但不易保存，直接拿来送礼更是有不便。因此，十几年前就有商家发明了蟹券，这对那些自己买自己吃的普通消费者来说，作用

固然非常有限，但对送礼群体来说，可谓非常实用。

但是，“纸螃蟹”近年来已经慢慢有些变味，甚至脱离了“螃蟹本位”。不仅滥发超发严重，且逐步有成为“虚拟蟹”的证券化趋势。螃蟹似乎只是无关紧要的由头，为的不是吃蟹而是炒作，各路市场主体都能随意发行蟹券，游资大量参与其中，且不受监管部门管控，带有明显的金融衍生品属性，也暗藏着与金融产品类似的风险。

“纸螃蟹”滥发，让某些商家更加重视空转获利，而不是螃蟹产品的质量。会养螃蟹的不如会倒螃蟹的，正常的市场秩序也被破坏。很多消费者拿到螃蟹券后，或是面临“一券在手，螃蟹难求”的供需不平衡局面，某些有效期超长的

“纸螃蟹”，甚至可以三年内有效，但往往遭遇商家跑路等情形，消费者想要提货时，发现店已不在。其中有些已然涉嫌诈骗。

“纸螃蟹”让螃蟹市场“脱实向虚”，一旦失控，不仅可能伤害消费者利益，同时也会伤害蟹农利益。因为蟹券超发严重，蟹农无法掌握蟹券真实销售数据，消费者拿到蟹券后也可能出现并不兑换的情形，这可能会误导蟹农生产，导致蟹券畅销、螃蟹滞销。而且，经销商往往是先赔账拿蟹券，收到客户打款后再支付蟹款，一旦“纸螃蟹”过度证券化出现类金融风险，导致经销商资金链断裂、破产甚至卷款潜逃，蟹农将蒙受巨大经济损失。

对于“纸螃蟹”出现的证券化倾向，相关部门亟待加强管理。一

方面，蟹券已然成为可以发行、流通、倒卖的变相有价证券，应在相关部门进行登记？另一方面，蟹券是不是谁都可以发行，而且想发多少就发多少？“纸螃蟹”发行所得资金，应否纳入金融体系进行资金托管，防止别有用心者卷款潜逃？蟹券极易成为送礼券、人情券，和购物卡、高尔夫卡等一样，有无必要为防治腐败实行实名制购买和流通？

提高蟹券发行准入门槛，挤掉蟹券超发“水分”，严打蟹券兑换以次充好，规范蟹券流通渠道化管理，防止蟹券证券化倒卖炒作，加强蟹券发行资金监管……凡此种种，都需要监管部门和行业协会等，牢牢守住“纸螃蟹”的监管之绳，不使其横行于市，扰乱秩序滋生风险。

## 烟盒警示信息更进一步又何妨

苑广阔

9月17日，针对网友“在烟盒包装上增加警示图片”的建议，国家烟草专卖局回复表示，将继续加强卷烟包装警示研究，进一步做好烟草控制工作(据9月20日澎湃新闻)。

网友提出的建议或者说诉求，是在当前的烟盒包装上印制警示图片，而国家烟草专卖局的回复，则是继续加强卷烟包装警示研究。换句话说，国家烟草专卖局回避了网友的这一诉求，而且“委婉”地拒绝了网友的建议。而拒绝的理由，是在烟盒上的警示信息，已经让警示效果得到了明显提高。

近年来，围绕在国内烟草制品的外包装(主要指烟盒)印制警示标语的呼吁不绝于耳，每年全国两会几乎都有代表委员提出相关建议，但这项工作迟迟没有进展，背后的原因，相信公众也心知肚明。

按照控烟专家的说法，在烟盒上印制具有强烈视觉冲击的警示图片，是向公众宣传烟草危害最直接、最经济、最有效的手段之一，如果真心要控烟，就不应该拒绝这样的建议。与此同时，世界上很多国家，已经采取图文并茂的方式来作为烟盒的包装，以起到警示作用。比如，把吸烟熏黑的肺、因为吸烟而导致的焦黄的牙齿，以及惊悚的骷髅头图案等，搬上了烟盒。

所以从加强控烟、追求控烟效果的角度来说，我们理应与国际接轨才行。

烟盒警示信息的进步，我们当然要承认。和以前相比，现在绝大多数烟草制品的包装上，有了类似“吸烟有害健康”“尽早戒烟有益健康”等警示文字，而且在烟盒的颜色、字体、设计上也朴素了很多，减少了对潜在烟草消费者的诱惑力度，这是值得肯定的。

问题是，既然在烟盒上印制文字、图片等警示信息，最终的目的还是劝导更多人远离烟草制品，那么我们自然要选择效果更好的方式，而不是明明有效果更好的方式，却拒绝选择，然后满足于现

有的警示方式。正如中国疾病预防控制中心原副主任、控烟办公室原主任杨功焕接受记者采访时所表示的那样，烟草业始终反对图形警示上烟包，担心会影响烟草业的利润。

担心影响烟草行业的利润，却并不担心吸烟制品影响公众的健康，说得严重点，这是企业乃至整个行业缺乏社会责任感的体现。而要想从根本上解决控烟问题，既不能只依靠某个网友呼吁或建议，也不能单纯依靠烟草企业和行业的自觉自律，而应依靠法律制度的完善，让在烟盒上印制警示图案，成为法律的一种强制要求。