



公民论坛

已经具备条件的地区,当把“小店经济”复工作为工作重点,推动政府的力量、社会的力量、市场的力量形成叠加和互补,摠下支持“小店经济”的快进键。

做好支持“小店经济”的大文章

□毛建国

在3月28日举行的国务院联防联控机制新闻发布会上,国家税务总局政策法规司副司长王世宇说,一段时间以来,我国部署出台了包括延长亏损结转年限、小规模纳税人减免增值税等四批税费优惠政策,支持“小店经济”发展。

所谓小店,是指小规模纳税人,也就是年销售额在500万元以下的中小企业。据统计,当前我国的中小企业数量占全国企业总数的90%以上,贡献了中国60%以上的国内生产总值,50%以上的税收,并创造了中国80%的城镇就

业。在现有增值税的纳税人里,小规模纳税人占比在80%以上。

在前一段时间,众多小店因抗风险能力比较弱,受到的冲击比较大。此前,曾有一家连锁餐饮企业表示,以其现金流,可能支撑不了三个月。随着市场的慢慢复苏,连锁餐饮企业只要自身有实力,加上惠企红利释放,会慢慢走出困境。可对于市场上的大量餐饮小店来说,面临的问题,远远不止现金流这么简单。

不同市场主体,存在着大小之分。相对于小店,规模企业与经济的关联度更强,由于其自带流量,更容易得到关注和帮助。事实也表明,一家规模企业连着成千

上万家的小企业,规模企业的迅速复工复产,达产达效,对于恢复经济社会生机,具有十分重要的意义。但也不要忽视大量中小企业,尤其是小店的作用,他们遍布城乡,是经济社会重要的毛细血管。如果“小店经济”出现了问题,则会影响到千家万户,也会影响规模经济。

目前,对于“小店经济”遇到的困境,方方面面已经给予了重视。根据报道,我国目前已经部署出台了四批税费优惠政策,在这些政策当中,很多是支持小店发展的。比如住宿餐饮、美容美发等生活服务业,国家已经明确在一定时期内取得的收入免征增值

税;餐饮住宿等受到疫情严重影响的困难行业亏损结转年限由5年延长到8年。此外,在阶段性减免企业社保费政策中,对中小微企业和个体工商户也给予了更大力度优惠。

现在的问题有两点,一是如何确保“真金白银”不打折扣地送到小店手中,二是帮扶举措能不能完全解决问题,让小店恢复生机?需要注意,现在的阶段性减免,是一种政策性关怀,但不能过高估计其“雪中送炭”作用。

当前,规模企业复工进展顺利,不少地区达到了100%。已经具备条件的地区,当把“小店经济”复工作为工作重点,应该深入大

街小巷,走进一家家小店,了解他们在复工中还有什么难题,全力帮助他们解决问题。此外,还要全面了解他们的困难,推出针对性举措,推动政府的力量、社会的力量、市场的力量形成叠加和互补,摠下支持“小店经济”的快进键。这段时间,不少城市的书记、市长主动上街吃吃喝喝,传递出的强烈信号,正是对“小店经济”的有力支持。

做好支持“小店经济”的大文章,帮助小店渡过难关已成当务之急。在经济社会的有机构成中,小店、小店都很重要,缺一不可,相对于支持规模经济,支持“小店经济”同样意义重大。

读者来信

加强劳动教育 促进学生全面发展

□金新

近日,《中共中央国务院关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》(下文简称《意见》)发布,要求:“把‘劳动教育’纳入人才培养全过程,贯通大中小学各学段,贯穿家庭、学校、社会各方面,与德育、智育、体育、美育相融合。”

此次《意见》是在2018年全国教育大会提出德智体美劳“五育并举”基础上,进一步将重视“劳动教育”落实到学校教育、家庭教育和社会教育,窃以为是对眼下“劳动教育”有意无意弱化的一种提醒甚或“警示”。

“五育”之所以要“并举”,是因为它们都是构成综合能力的基本要素,什么都不能丢。突出德育实效、提升智育水平、强化体育锻炼、增强美育熏陶、加强劳动教育,是一个有关育人的完整教育体系,是一种教育思想的具体化。

劳动才能促进人的成长和发展。在学生如何做一个快乐的劳动者的问题上,一般人往往以为,在家里积极参加家务劳动,在学校积极参加班级和学校举办的各种活动,在社会上积极从事各种公益劳动,久而久之就会热爱劳动、收获快乐而成为快乐的劳动者。值得一提的是,这仅仅是显性的作用,隐性作用在于培养动手能力。

应试教育的最大特点是高分低能:“高分”之所以“低能”,是因为缺少“动手”而纸上谈兵;素质教育的最大特点是高分高能:“高分”之所以“高能”,是因为通过“动手”而崇尚技能。“动手”也是一种“劳动”,而且是一种更重要的“劳动”。就此而言,《意见》发布可谓“一石二鸟”而意义深远。

我们常将针对教育进行的思维活动叫作“教育思想”,殊不知,只有当教育思维活动形成独到的教育理论体系,方可称教育思想。一个从事教育而又有教育家“鸿鹄之志”的老师,只注重“德智体美”那是十分可悲的;一所远离了教育思想而缺失学统的名校,仅把“劳动教育”当作“鸡肋”,那是非常危险的。

总之,“劳动教育”是学生成长和发展的第一需要,《意见》的出台正当其时。

大家谈

以“我”为主,破解疫情下吸引外资难题

□谭浩俊

联合国贸易和发展会议本月上旬发布的一份研究报告指出,受新冠肺炎疫情影响,预计2020年全球外国直接投资将下降5%至15%,或将触及2008年国际金融危机爆发以来的最低点。但是,贸发会议官员在接受记者采访时又表示,虽然中国也会受到全球投资大环境的影响,但疫情不会改变中国吸引外资的基本面。

也就是说,今年的外商直接投资面临不小的压力,且这种压力是全方位、多角度的。那么,面对疫情在全球蔓延和扩散,中国如何做好稳外资工作呢?笔者的观点是,坚持以“我”为主。

坚持以“我”为主,破解疫情下吸引外资难题,就是要提高复工复产效率,全面打通国内供应链。这段时间以来,中国一边抓疫情防控、一边抓复工复产,使

疫情防控和复工复产能够协调推进、互动向前。眼下,绝大多数企业都已经复工,而随着中小微企业复工复产进度加快,国内市场的供应链将全面打通。上下游企业、关联企业、配套企业之间的衔接也将逐步恢复到正常水平。在这种背景下,可以预见,中国对外资的吸引力将大大提升。特别是中国国内市场需要的产品,将会成为外资关注的重点。从这个角度来说,中国必须更加有效地提高复工复产率,才能对稳定外资工作发挥更大的作用,提供更多的力量。

坚持以“我”为主,破解疫情下吸引外资难题,就是要按照“人类命运共同体”的理念,更好地确立中国良好的国际形象。面对疫情,中国一面做好自身的防疫工作;一面对其他发生疫情的国家,尽自身的最大努力,在疫情防控、医护人员等方面提供支

持和帮助,真正体现了“人类命运共同体”的理念,受到了绝大多数国家的赞赏和认可。中国国际形象的不断提升,将对吸引外资产生积极作用,成为破解疫情下吸引外资难题的一把钥匙。

坚持以“我”为主,破解疫情下吸引外资难题,就是要用良好的信用和服务,营造更好的吸引外资环境。2月25日,国内一家汽车配件厂商将80.45吨的422件汽车配件运往芝加哥。就在同一天,泰国曼谷也收到了来自中国厂商的94吨福特汽车包机配件。这些守信高效的服务,让更多的外商感到,中国的营商环境和服务环境是一流的,也是可以放心的。

坚持以“我”为主,就是要在外资投资意愿减弱的情况下,让中国成为外资的重要选择。不可否认,疫情在全球的蔓延与扩散,确实对投资者信心产生了不小的冲击。但是,减弱不代表放弃。相

关国际组织和机构也多次表示,中国会成为国际投资者的主要选择。一方面,中国不断扩大的对外开放,对外国投资者很有吸引力。特别是金融业开放力度的加大,会成为外国投资者重点关注的领域;另一方面,中国在抗击疫情、企业复工复产方面的表现和效率,以及驾驭复杂问题的能力,让外国投资者心服口服。有这样的效率和服务,投资者就不需要有任何担心,也不需要担心会出现严重问题。所以,中国可以充分利用国际投资者投资意愿减弱的机会,把吸引力进一步提升,真正抓住外资投资者的“心”。

简而言之,只要以“我”为主,注重破解疫情下外资的难题,今年的稳外资工作还是能够有所突破的。特别在欧美发达国家遭遇疫情严重冲击的情况下,中国会成为外资的避风港,成为投资的新亮点。

一家之言

多策并举 变『要我消费』为『我要消费』

□王石川

为扶持企业、促进消费,各地出台一系列政策措施。比如江苏、浙江、山东等地对承租国有物业的中小微企业免收租金,对中小微企业和个体工商户免征污水处理费、城市道路占用税等费用;杭州、广州、长沙等地出台增加小客车指标、购买新车或者新能源汽车补贴等政策;南京、宁波等地政企联手,推出消费券引导消费回升。

“推出消费券引导消费回升”,的确不少地方已在或正在推出的“促销”举措。对于这个举措,有人赞同,也有人不以为然。笔者认为,发放消费券确有必要。据统计,2019年消费对国民经济增长的贡献率是57.8%,已经连续六年成为拉动中国经济增长的第一“主引擎”。我国消费市场此前出现负增长,通过发放消费券把被抑制、被冻结的消费需求释放出来,有何不可?换言之,消费券不存在该不该发的问题。如何利用“消费券”高效促进消费,才是人们应当关注的重点,为此应厘清三个现实命题。

其一,因地制宜发放。据报道,近半月时间,贵州、河北、安徽、四川、浙江等省份,以及南京、北京、济南、常州等城市,均为居民发放消费券。有媒体统计,截至3月27日,约有16个省(直辖市)发放了总数超过42.73亿元的消费券。接下来,势必会有更多的城市发放消费券。发放“消费券”没问题,但应因地制宜,避免盲目跟风。如果不顾实际随大流,恐怕适得其反。发放前应全面摸底,充分调查,做到心中有“数”。

其二,发放体现公平。据报道,国内消费券发放规模最大的城市南京,发放的消费券包括七大类,其中餐饮、体育、图书、信息等四类第一批发放电子消费券共计5000万元。发多少是一个问题,怎么发是另一个问题。无论怎么发放,都应体现公开透明,立足于公平,否则势必引发质疑。有的地方发放困难群众、工会会员、乡村旅游等类别消费券。这种制度设计,有其良苦用心,困难群体急需消费券,适当向他们倾斜并不违背公平原则。

其三,重在彰显高效。消费券不能一发了之,既然是为了释放

需求就要真正发挥作用。据报道,有的城市与电商平台联合推出“安心消费节”,通过发放消费券,以获得线上补贴拉动线下消费的效果。这种方式要想取得更显著成效,就需展现平台优势,利用大数据实现精准对接,盘梳哪些领域最需促进消费,哪些消费领域最让消费者接纳。真正让消费者消费在“刀刃”上。有效、高效、有力地释放消费需求,更能提升消费券魅力和政策生命力。

当然,发放消费券只是“促销”的一种形态,全方位实现“促销”实效,需要多策并举,以实现“愿消费、敢消费、能消费”。其实,面对促进消费,消费者是被动响应,关键是变“要我消费”为“我要消费”,而这则需提升居民收入。正如专家所称,“提升居民消费能力,应重视以提高中等收入群体收入能力和增强基本保障为重点,推进收入分配体制改革。”当老百姓的钱袋子越来越鼓,又有强劲的消费需求,消费热情岂不喷薄而出?

■投稿邮箱:

qilupinglun@sina.com