

> 今日视点

携手共解民企融资难

话题

一直以来，民营企业融资难、融资贵问题都是制约非公经济发展的痛点和难点。不久前，人行昆明中心支行、云南银保监局筹备组、云南省地方金融监督管理局和云南省工商联会举办云南省深化民营企业或小微企业金融服务座谈会，银政企共同携手，寻求更多破解民营企业融资痛点的方法。

服务对接 消除信息不对称的制约

“截至去年11月30日，云南东骏药业（集团）有限公司从农信社、工商银行、光大银行、富滇银行等银行获得了融资4.7829亿元，其中包括流动资金贷款、银行承兑汇票融资。”云南东骏药业（集团）有限公司相关负责人在座谈会上介绍，得益于银行的支持，企业获得了良好的发展。与云南东骏药业（集团）有限公司一样，作为云南省绿色食品企业，云南滇雪粮油有限公司也在今年获得了1.5亿元的贷款支持。

落实政策 银行聚力支持非公经济

“人行昆明中心支行通过实施定向降准、运用公开市场操作、中期借贷便利等货币政策工具和增加支小支农再贷款和再贴现额度等手段引导金融机构加大对民营企业或小微企业的信贷投放。”人行昆明中心支行有关负责人介绍，通过这一系列货币政策工具的引导作用，1—11月，人民银行昆明中心支行累计向金融机构办理再贴现292亿元，民营企业或小微

创新模式 让民企获得更多融资便利

来自云南银保监局筹备组的数据表明，截至10月末，云南省小微企业贷款余额6860.34亿元，较年初增加425.86亿元，户数466595户，比去年同期增加23122户，申贷获得率96.89%。其中普惠型小微企业贷款单户授信总额1000万元以下（含）余额1562.61亿元，户数464350户，信贷计划完成率97.1%。

民营经济的发展离不开政

企业票据占比达60%；累计向地方法人金融机构发放支小再贷款9.5亿元，为扩大民营企业或小微企业信贷投放提供了合理的流动性支持；落实定向降准政策，释放资金约50亿元，增加了金融机构发放民营企业或小微企业贷款的资金实力。

与此同时，云南省各银行及金融机构完善金融服务的体系，从产品创新上下功夫，尽可能地给予民

营企业或小微企业流程上的便利和快捷。农行云南省分行持续完善大中小客户、线上线下、链式金融等产品线，加大“数据网贷”“惠农e贷”“纳税e贷”“账户e贷”等产品的推广力度，积极稳妥开展担保方式创新，扩大知识产权、应收账款、股权等抵质押物范围，并加大与各级政府性融资担保、再担保机构的合作，推动完善政府增信机制。

除了产品创新，工商银行云南

的模式，整合省内政府、金融、企业的优势资源，打造适合民企经济与金融生态圈相结合的核心重点区域。

多家银行负责人也建议，在融资需求上，除了银行以外，民营企业也需要寻找其他途径，多渠道解决融资问题。

“云南省已挑选了十家企业，针对这十家企业的融资问题给予支持，云南省各个金融机构都在积



本报美编 张维麟 画

企业能够在超市内了解到银行的产品、利率挂牌价格等各种信息，进一步畅通双方的渠道。

“在‘双创’的背景下，涌现出大量民营企业，尤其小微企业，作为银行，难以第一时间与客户实现对接。”农行云南省分行相关负责人表示，建议考虑成立“金融超市”，让银行业金融机构与企业能够在超市内各取所需，即银行能够在超市内了解企业的需求，

民生银行昆明分行相关负责

人建议，相关政府部门可以积极发挥组织协调作用，搭建民营企业与金融机构的交流合作平台，实现信息与资源的共享，构建促进民营企业创新能力提升的综合服务平台，助力我省民营企业市场竞争力的全面提高。

省分行还积极想办法减免民营企业或小微企业的贷款利率。今年一季度，工商银行云南省分行小微企业平均贷款利率为5.53%，二季度降为5.21%，三季度再降为4.76%。在贷款规模上，截至今年10月末，工行民营企业客户占全部融资企业客户数量的75%，融资余额139亿元。今后，工行还将进一步加大对民营企业的扶持力度，帮助民营企业或小微企业解决融资难题。

极参与。”云南省地方金融监督管理局副局长崔明表示，目前云南省在帮助民营企业或小微企业解决融资难、融资贵的问题上还会出台更多的措施和政策，让其获得融资上的便利。

据悉，下一步，云南省还会专门针对5亿元以上的贷款企业成立金融服务小组，做好企业贷前、贷中和贷后的服务工作。

本报记者 杨抒燕

化解融资难须练好“内功”

面对民金融“老大难”问题，日前中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强金融服务民营企业若干意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。要有效缓解民营企业融资难融资贵问题，增强微观主体活力。府、企业和金融机构的共同努力。民生银行昆明分行相关负责人建议，在推进民营企业融资上，云南省可以借鉴示范区域模式，打造云南特色。以成都和杭州为例，在杭州滨江高新区、成都青白江铁路港片区等优秀示范产业园区，通过实行实业导向、科技引领、政策扶持、政府服务的理念，形成数据驱动型创新体系和发展模式。云南省大可以借鉴这种示范园区

的模式，整合省内政府、金融、企业的优势资源，打造适合民企经济与金融生态圈相结合的核心重点区域。

多家银行负责人也建议，在融资需求上，除了银行以外，民营企业也需要寻找其他途径，多渠道解决融资问题。

“云南省已挑选了十家企业，针对这十家企业的融资问题给予支持，云南省各个金融机构都在积

节的转变，由贴牌生产向自主创新、自主品牌转变，努力摆脱“低成本依赖”、“低权益发展”、“粗加工生存”，提升企业议价能力和话语权，实现质的腾飞跨越。

另外，政府在化解民营企业融资难的问题时，还应当通过政策、科技、人才的扶持，帮助民营企业在提高质量和效益上下功夫，通过自主创新和创造，加速技术创新成果转化，实现企业生产经营产品高附加值的快速提升，增强企业的抗市场打击能力。

本报记者 杨抒燕

云岭论坛

闻一言

节的转变，由贴牌生产向自主创新、自主品牌转变，努力摆脱“低成本依赖”、“低权益发展”、“粗加工生存”，提升企业议价能力和话语权，实现质的腾飞跨越。

另外，政府在化解民营企业融资难的问题时，还应当通过政策、科技、人才的扶持，帮助民营企业在提高质量和效益上下功夫，通过自主创新和创造，加速技术创新成果转化，实现企业生产经营产品高附加值的快速提升，增强企业的抗市场打击能力。

共享知识应规范标准和底线

肖玮

知网最近挺火的，不仅因为某知名人士“不知知网”的话题引起围观，更因为其令同行艳羡的高达60%的毛利率被公开，乃至其“最低消费的格式条款”日前被苏州的一位大三男生给告上了。

对于我国绝大多数大学生来说，“中国知网”绝不是一个陌生的名字。它是中国最大的学术电子资源集成商，收录了95%以上正式出版的中文学术资源，从本科阶段开始，知网就几乎是学生检索、下载学术资源的唯一正规渠道。

知网是由清华大学、清华同方

发起，始建于1999年6月，是以实现全社会知识资源传播共享与增值利用为目标的信息化建设项目。然而，知网虽然有着“国家知识基础设施”的LOGO，但知网不是福利院，面对市场当然是要赚钱的。银行赚钱、石油赚钱、高速公路赚钱……在我看来，毛利率多少，赚多少钱，都不是核心问题，真正的问题是知网究竟有没有在赚钱的同时恪守市场公平与正义的底线。

要搞学术研究就要查资料、要查资料就要上知网、要用知网就要掏钱埋单……但是，一个崇尚知识

的社会和相关机构总不能唯利是图，特别要让学生、低收入者等群体也能自由无碍地做学问——这是学术自由和繁荣的底线。虽然，在使用一些知识产权时会涉及知识产权，适当收费可以理解，就像在歌厅K歌有时得付费给词曲作者一样，但从公共服务的供给侧来说，起码也要有个类似“简配版知网”一样的免费学术资源库——哪怕是一二手的，哪怕是过期的，总比想着要做点学问就必须掏钱的窘迫要美好许多。

长期以来，中国知网已成为一

个对论文进行“打假”的可靠平台，这方面无疑是令人尊敬的，有利于推动学术论文的守正创新，但“打假”有功平台也得生财有道。对于高校生来说，“正品”论文不是天上掉下来的，需要上网查阅大量的学术资料，通过公益性的空间免费获取一些学术资源的吁求应该不算过分，为此需要解决学术资源公益化的需求和高度集中、高昂收费的商业数据库之间对垒的矛盾。

但愿等到我大四毕业的时候，写论文除了扫码付款给知网，还能有多网上免费查资料的公益空间。

江德斌

方位覆盖的防骗天网，才能对网络诈骗进行实时监控预警、主动防范、联动打击，让骗子无隙可乘。

网络诈骗的克星就是网络反诈骗。但在有了先进技术手段反诈骗的同时，还需要全社会扭成一股劲，对网络诈骗保持“零容忍”的态度，当公民接到疑似诈骗信息时，不要轻易放过，要将其当做过街老鼠一般露头就打。如此，就会形成强大的震慑力，极大的压缩网络诈骗的空间，令其逐渐失去生存土壤，以保护广大民众免遭网络诈骗伤害。

织牢“天网”防御打击诈骗

日前，在国务院打击治理电信网络新型违法犯罪部际联席会议办公室的指导下，支付宝与全国26地公安的反诈骗中心宣布开展全面合作，并呼吁“像打击酒驾一样打击诈骗”，让公众能更加安全地享受互联网带来的便利。

诈骗组织呈职业化、团体化发展，诈骗手法各式各样，通常利用网络对受害者轮番诱惑、恫吓、忽悠，普通民众一不留神就会上当受骗，蒙受巨大的经济损失和精神伤害，甚至会诱发悲剧事件。

面对专业化的诈骗组织，仅靠民众的个人能力，很难与之对抗，需要司法机构和专业防骗技术的支持，对骗局进行辨识和预防。近年来，各地警方纷纷利用公众号、微博等新媒体渠道，向民众宣传普及防骗知识，及时公布新近流行的骗局。微信、支付宝、微博等互联网平台也开设了专门的网络防骗宣传，利用技术手段提醒、拦截网络诈骗，推送防骗知识等，取得了一定效果。其中，支付宝新上线的反诈产品“安全守护”更令人期待，一

“无狗社区”不妨一试

张国栋

“承诺不养狗才能买房”，近日，山西运城某小区为打造“无狗社区”，向购房者提出了特殊要求，该开发商表示，这条规定仅属于“软约束”。

开发商之所以搞了这个“禁狗条款”，是鉴于小区不文明养狗问题令人头疼。此举一出便赢得不少网友的支持，但也有网友质疑这条规定有霸王条款之嫌，认为虽然存在许多不文明的养狗行为，但还有很多居民能做到文明养狗，开发商一刀切的做法并不可取。但在笔者看来，这样的“禁狗条款”其实并无法理上明显的硬伤，同时不乏针对性和可操作性，不妨一试。

首先诚如相关律师所言，该房屋开发商事先在合同中已设置禁止养狗条款，且在签订合同之前已明确告知，买卖双方在自愿选择“无狗社区”的前提下达成协议。这

并不违反相关法律、法规的强制性规定，质疑其有霸王条款之嫌缺乏足够的依据。

其次，这些“禁狗条款”只是一个“软约束”，如果有业主签购房协议后想再养狗，开发商也不能侵犯他的物权。既然业主在购房前已经同意让渡部分权利，一旦因养狗而发生问题，解决起来就有了依据。这无疑有利于制约业主行为，使其做到不养狗或文明养狗。

打造“无狗社区”符合部分居民的利益诉求及市场细分原则，而开发商声称“我们损失了这块（养狗买房者）市场，但会赢得另一块（不养狗买房者）市场”更是其底气所在。

“无狗社区”目前只是一种针对特定服务对象的个性化产品，不至于损害爱狗人士的利益，对此应当持宽容态度。

微看点

从“咪蒙”身上反思自媒体运营

《光明日报》：观察中国经济，消费是个至关重要的窗口。春节黄金周，新兴消费亮点纷呈，休闲旅游、观影观展等体验式消费表现突出，绿色食品、智能家居等标注更注重高品质，三、四线城市年货消费增速超过一、二线城市……春节期间在数量基础上更有新增量，折射出中国经济蓬勃的内需潜力。从多个维度看，我国消费市场今后潜力更大。在消费升级的大趋势下，新产品、新服务具有巨大的想象空间。在国内某景区，自动定位、自动播报的电子导游解说服务，每天能卖出几万份。一个细节说明，经过40多年快速发展，中国不仅形成了超大规模的消费市场，而且形成了更加追求创新和变化、更加偏好新产品和新体验的消费潮流。近14亿人组成的超大规模市场，将会释放源源不断的消费潜力，足以支撑中国的高质量发展。

本报记者 易晖 整理

本版主编 云南日报评论部
邮箱:yihui7777@163.com spyndaily@126.com

 极边宝地 大美盈江
中共盈江县委宣传部协办