

保护和激发市场主体活力

□ 中国宏观经济研究院教授 常修泽

保护和激发市场主体活力包括两个层次。首先是保护市场主体。留得青山在，不怕没柴烧。保市场主体就是保社会生产力；只有把市场主体保护好，才能为经济发展积蓄基本力量。今年以来，我国出台了一系列纾困惠企政策，就是为了支持市场主体摆脱困境。在保护好市场主体的基础上，还需在激发活力上下功夫，帮助广大市场主体实现更大发展。

习近平总书记在企业家座谈会上的重要讲话中强调：“保护和激发市场主体活力”。市场主体是在市场经济运行发展中从事经济活动的微观组织，在经济社会发展中具有不可替代的重要作用。改革开放之初，我国有市场主体49万户，其中包括国有工业企业8.37万户、集体工业企业26.47万户、个体经营者14万人。2019年底，我国市场主体总数已经达到1.23亿户，其中企业3858万户，个体工商户8261万户。数量庞大的市场主体，是我国经济发展的独特优势之一，它们是我国经济活动的主要参与者、就业机会的主要提

供者和技术进步的主要推动者。能不能保护好并进一步激发这些市场主体的活力，对于我国经济社会发展至关重要。保护和激发市场主体活力，是满足人民美好生活需要和保证产业链供应链稳定的客观要求。从需求角度看，马克思所说的“供个人享受而满足个人需要”的东西，都需要依靠市场主体提供；从供给角度看，只有保护和激发市场主体活力，才能保证产业链供应链稳定。保护和激发市场主体活力也是应对风险挑战的有效之举。从目前形势看，一方面，经过全国上下共同努力，经济发展已经呈现稳定

转好态势，情况比预料的好；另一方面，新冠肺炎疫情对经济活动的冲击是巨大的，一些企业和个体工商户面临的压力前所未有、遇到的困难不可低估，保护和激发市场主体活力非常必要而紧迫。保护和激发市场主体活力包括两个层次。首先是保护市场主体。留得青山在，不怕没柴烧。保市场主体就是保社会生产力；只有把市场主体保护好，才能为经济发展积蓄基本力量。今年以来，我国出台了一系列纾困惠企政策，就是为了支持市场主体摆脱困境。在保护好市场主体的基础上，还

需在激发活力上下功夫，帮助广大市场主体实现更大发展。这就需要正确处理政府与市场关系，让“看得见的手”与“看不见的手”协调运作、形成合力。确保宏观政策落地见效。财政政策要更加积极有为、注重实效。通过新增财政赤字、发行抗疫特别国债，以及减税降费、减租降息等措施，增加地方可用财力、弥补财政缺口，帮助企业降成本、增收益，让企业切实得到实惠。货币政策要更加灵活适度、精准导向。要努力为企业特别是中小微企业创造良好的融资环境。今年以来，广义货币供应量和社会融资规模增速明显高于去年，加之发展普惠金融等措施，能够有效把资金“活水”引向急需的市场主体，有效缓解企业特别是中小微企业融资难、融资贵问题。建设高标准市场体系。今年4月公布的《中共中央国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》强调，

要充分发挥市场配置资源的决定性作用，畅通要素流动渠道，保障不同市场主体平等获取生产要素。5月公布的《中共中央国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》，以完善产权制度和要素市场化配置为重点，促进产权有效激励、要素自由流动、价格反应灵活、竞争公平有序、企业优胜劣汰，并强调要更加尊重市场经济一般规律，最大限度减少政府对市场资源的直接配置和对微观经济活动的直接干预。建设高标准市场体系，有利于进一步激发市场主体活力。构建亲清政商关系。一些地方提出，既要“不干预微观活动”，又要“做好服务”。要了解各类市场主体的所思所想所困所惑，尤其是涉企政策制定要多听企业意见和建议；保持清清爽爽，防止权钱交易、商业贿赂等问题，才能营造良好的政商关系和营商环境。

让大众敢于消费放心消费

想方设法增加就业、提高居民收入，进一步推进复工复产，有针对性地解除群众后顾之忧，是充分激活消费潜能的根本之策。从长远来看，激活消费潜能关键在于提升民间消费能力，即让城乡居民敢于消费、有钱消费。激发消费潜力，要保障居民收入，实施积极的稳就业政策，还要不断优化消费环境，有力保护消费者合法权益。在当前全球疫情持续蔓延、国际经济形势严峻复杂的形势下，提振国内消费市场信心、激活消费潜能，让大众敢于消费、放心消费，对于促进经济社会平稳健康发展，无疑具有很强的重要性和紧迫性。日前召开的中共中央政治局会议提出，要持续扩大国内需求，克服疫情影响，扩大最终消费，为居民消费升级创造条件。自疫情发生以来，各地区各部门出台了一系列促消费举措，很多城市发放消费券、举办购物节、放宽汽车限购，努力把被抑制、被冻结的消费需求释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来。从长远来看，激活消费潜能关键在于提升民间消费能力，即让城乡居民敢于消费、有钱消费。当前，影响消费扩容提质的原因，一方面是疫情之下，接触性消费和聚集性消费均未完全恢复，线下消费受阻；另一方面则是疫情全球蔓延的不确定性影响消费者信心，一些消费者不敢消费、不愿消费。因此，想方设法增加就业、提高居民收入，进一步推进复工复产，有针对性地解除群众后顾之忧，是充分激活消费潜能的根本之策。激发消费潜力，首先要保障居民收入。可以通过财政转移支付，给受疫情影响较大的低收入群体以补贴，并千方百计稳定和增加居民收入，只有对未来收入预期稳定，居民才敢“大胆”消费。持续提升

居民的社会保障水平，大幅扩围失业保障，居民应对养老、医疗以及意外支出的信心越足，就越没有后顾之忧。激发消费潜力，需要实施积极的稳就业政策。应加大对中小微企业的帮扶力度，提供更及时充分的金融服务支持，助力其稳定员工队伍，吸纳更多重点群体就业，让居民收入得到有效保障。应继续加大复工复产政策落实力度，有序推动复工复产复市，力争把疫情造成的损失降到最低限度，使实物消费和服务消费得到回补。激发消费潜力，还要不断优化消费环境，有力保护消费者合法权益。应根据常态化疫情防控的新形势新变化，加强相关消费市场监督管理，坚决打击囤积居奇、哄抬物价、假冒伪劣等不良行为，营造安全有序的消费环境，让诚信经营的商家得到保护，让消费者更加放心消费。在合理统筹地方财政收支的基础上，通过发放消费券来提振消费，也不失为促消费的有效手段。消费券的发放不仅要注重时机和影响，还应力求做到定向实施、精准投放，适应不同行业、不同群体和不同地区的切实需要，并借助大数据技术防止折扣倒卖，保证发放程序公开透明可回溯，让消费券在发挥拉动消费作用的同时又不过度透支未来。消费是推动经济增长的“主引擎”，是我国长期向好发展的巨大潜力所在。当前，疫情对我国消费领域冲击较大，但也要看到，作为全球最大的消费市场之一，我国消费市场规模大、潜力足、韧性强的基本特性并未改变，消费市场长期稳定增长、加快转型升级的发展态势并未改变。随着居民收入增加、稳定居民就业、优化消费环境等一系列政策措施加快实施，我国消费潜力将进一步释放，推动经济大船行稳致远。（经济日报）

“关注公众号”消费潜规则该改改了

“在吗，帮我投个票？”点击亲友发来的链接，想进入投票通道却发现先要关注公众号；来到药店门口，本意是为帮助顾客了解身高、体重等基本健康情况的体重秤上出现一行小字：“扫描二维码关注即可使用”；逛完商场打算从车库驱车离开，不关注公众号竟无法继续缴费操作……就在日常生活场景里一次次的扫码中，手机“订阅号”列表越长越长。（8月10日《瞭望》）现在，在一些消费领域流行一种“不关注就不能××”的潜规则。遇到在公共场所用Wi-Fi、饭店点餐、购物付款等情形，消费者往往必须关注商家公众号才能进行操作，享受相应产品和服务。对此，商家美其名曰方便消费者，但这种“形式自愿、实质强制”的交易行为让不少公众难以接受。首先，关注公众号意味着允许对方获取自己的微信头像、昵称、地区和性别等个人信息，难免让不少人担心个人信息泄露的风险。其次，随着关注的商家越来越多，手机“订阅号”列表越长越长。有市民抱怨，“订阅号”中只有不到一半是自己真正想去关注的。不仅影响用户对于有用信息的阅读，还会遭遇各种推送广告的狂轰滥炸。此外，关注公众号才能享受服务，对于不会用智能手机、没有微信号的老年人来说很不方便，涉嫌消费歧视。诚然，互联网时代，粉丝就意味着价值。对于商家公众号来说，不仅渴望涨粉增加流量，也希望借此拉拢消费拥趸，实现广告精准投放。不过，涨粉应取之有道，“不关

注就不能××”的消费潜规则，不仅有违情理，而且涉嫌违法。《消费者权益保护法》第九条规定，消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。商家强制消费者关注公众号进行点餐和付款，涉嫌侵犯消费者的自主选择权，利用格式条款排除或限制消费者权利。同时，一些停车场要求车主关注公众号，通过平台缴费，还涉嫌违反《人民币管理条例》中有关规定——“以人民币支付中华人民共和国境内的一切公共的和私人的债务，任何单位和个人不得拒收。”在互联网消费成为大趋势的背景下，商家引入二维码进行交易和结算无可厚非，但不能捆绑强制关注公众号的“附加条款”。商家推广公众号，关键还要凭借产品和服务，让消费者觉得可以从中获得实用信息和实惠让利，自然而然会成为粉丝。在日常消费中，利用公众号进行点餐、付款等可以成为一种选择方式，但不能是唯一选择。对此，市场监管部门、消协组织和行业协会应加强规范，引导商家自律。广大商家也应认识到，关注公众号的消费潜规则不仅有悖情理法理，而且容易引起消费者的反感。有的顾客进门点关注，出门就取消，起不到实际作用；还有的消费者直接用脚投票，选择其他商家，更是适得其反。（北青）