

世说新语 Shi shuo xin yu

未来15年我国中等收入群体将增至8亿



中国经济未来发展有三大优势，一是存在潜在的大市场，二是良好的科技人才储备，三是市场经济机制深入人心。

未来，中国将成为全球最大经济体，2025年左右迈入高收入国家行列，2049年达到高收入国家平均水平；中国中等收入群体在未来15年将实现倍增，规模将从现今的4亿人增长到8亿人。

——金砖国家新开发银行首席经济学家 李稻葵

民营企业得到社会认同

民营企业的规模正在继续扩大，今年世界五百强企业里面，中国制造业企业占到比较大的比重，有120多家，而这其中民营企业又占了相当的数量。

今年新希望集团要招聘一万人，报名的大学生特别是名牌大学生特别踊跃。从这件事来看，民营企业确实已经得到了社会各界的认同。

——新希望集团董事长 刘永好

用创新的举措解决问题

作为企业家，没必要都去追时髦产业的风口，中国更需要有不断创新的精神，有企业家精神和持之以恒的工匠精神。

政府在政策上要在发展中解决发展中的问题，而不是不发展，更不是简单地关掉、停掉，而是帮助企业一起思考，用创新的举措解决问题，同时保持发展。

——中国经济体制改革研究会副会长 樊纲

乐见景区揽客“拼服务”

很多城市都围绕旅游体验度做了大量文章，推出了很多有诚意的举措。这些举措，延续着重视服务供给、优化营商环境的精神脉络



盘点今年国庆假期旅游市场，恐怕不能不提一个字，那就是“让”。具体地讲，也就是很多城市推出了诚意满满的举措，让路让景让房让位于客。

比如，这个国庆假期，如果大家选择到历史文化名城扬州游玩，不仅可以把车停在市委市政府大院里，还能到机关食堂品尝特色淮扬菜。无独有偶，这次国庆期间，浙江衢州也宣布开放全市机关事业单位3500个停车位，并且在午餐时段开放可容纳300人的行政中心8号楼机关食堂。

江苏扬州与浙江衢州相继开放政府和机关事业单位食堂，体现的就是“让”的精神。早在几年前，扬州就提出，从外来旅游旅行者的视角出发，审视城市、建设城市、

管理城市，其中一个重要举措，就是呼吁全市在旅游高峰期让景于客、让路于客、让房于客。而今年提出的开放政府大院以及政府食堂，则是从政府层面对“让”的精神进一步深化。衢州此举，也不例外。“让”的实质，体现的就是以游客为中心，进一步讲，是“店小二精神”在旅游业上的延伸。

提到“店小二”，大家都不陌生，在更加重视营商环境的今天，几乎所有城市都提出了做服务发展的“店小二”的理念。“店小二”拼的是什么？就是服务。如果说过去的招商引资更多拼资源，尤其是拼政策优惠，那么现在就已经进入了拼服务的阶段。一个重要标志，就是真正以企业需求为导向，从过去的“尽我所有”转向“尽你所需”。而对服务的评价，也就是从自吹自

擂，转向企业认可，其最高标准就是让企业感动。

一个城市追求的，从大方向上讲，可以概括为宜居宜游宜业，这三者是相连的。随着“店小二”精神蔚然成风，也必然会从宜业向宜居宜游全面蔓延。特别是要看到，今天旅游业本身已经迎来了转型发展的时候。过去的旅游，可能更多停留在拼资源拼名片拼包装拼策划上，而现在则进入了拼生态的阶段。这个生态，不仅是景区生态，而是对整个城市的生态提出了要求。

过去很多景区“一招鲜吃遍天”，有的仅仅凭着老天爷赏的饭碗，日子过得就滋润得很，也给城市带来了巨大流量。但现在不同了，景点再好，故事再动人，如果服务能力跟不上，特别是到了旅游高峰期，不但花了高价而且吃不好住不好玩不好，甚至还遇到

了宰客，就会引起游客的极大不满。不要小看了这些不满，大众旅游的兴起也意味着旅游竞争的到来，很多城市已经实实在在了遇到了“用脚投票”的威胁，就连城市形象和营商环境都受到了影响遭到了破坏。

时代发展了，游客需求发生了变化，必然要求城市补上公共服务这块短板。所以，我们看到，现在厚待游客、善待游客已经成为了最大的主流，而“让”也成了旅游的最大风景。很多城市都围绕旅游体验度做了大量文章，推出了很多有诚意的举措。这些举措，发力在旅游身上，但不仅仅因为旅游而来，其底层逻辑是“以人民为中心”，延续着重视服务供给、优化营商环境的精神脉络。

这个国庆长假，欣见旅游进入“拼服务”阶段，“让出来的风景”既美丽又动人。(毛建国)

亟须提升旅游公共服务

中国已进入大众旅游时代，这就对各地的旅游公共服务提出了更高的要求。

“重庆有多宠游客”上了微博热搜。据重庆日报报道，仅国庆放假首日，重庆解放碑区域人流量就达到40万人次，朝天门区域达到40万人次，洪崖洞游客接待量达到14万人次。10月3日，重庆市公安局、市文化旅游委发布“温馨提示”，请广大市民错峰出行，把更多空间留给外地游客。

两部门的“温馨提示”一出，立即在网友中引发热议，成为“现象级”话题。有网友留言：太宠粉儿了吧。

为了不给乘客添堵，以官方名义呼吁市民错峰出行……

显而易见，在服务好外来游客、给他们更好的旅游体验方面，重庆花了不小的心思。而那些表示赞许的正向舆情，也表明了公众对此举的认可。

无独有偶，就在这两天，江苏扬州和浙江衢州将机关停车场向外地游客开放，也引来点赞无数。从态势上看，地方政府发展旅游更注重从公共服

务着手提升游客出行体验，而不只是重视景点规划和建设，已然成为趋势。

这也合乎公众之需：当下，旅游业的发展、旅游市场的竞争，早已不是“景点为王”的时代，而已进入“服务为王”的时代。换言之，景点的数量和质量作为城市的“硬实力”，“权重”在降低，作为“软实力”的旅游公共服务是否完善和人性化，则日显重要。

无论重庆，还是扬州、衢州，其服务创新的价值即在于此。在当下，有些城市景点资

源并不出众，但凭着善待游客和高水平的公共服务，照样对游客有着极强的吸引力，乃至成为网红打卡地。而有些景区本身“禀赋”挺好，却因为漠视游客的需求，服务不尽如人意，最终一手好牌打烂了，游客对其只是敬而远之。

如今，中国旅游业已进入大众旅游时代。在大众旅游时代，旅游消费正向“休闲化、品质化”转型升级，这就对各地的旅游公共服务提出了更高的要求。在这方面，重庆、扬州、衢州无疑树立了标杆。(京宝)

笔锋所向

警惕潜藏于心的炒商品冲动

种种迹象表明，炒商品的这股风并非自动刮起，很可能有人故意操控。炒商品冲动强烈的人，很容易被人利用

一段时间以来，热炒商品的现象在社会上轮番上演：先是“炒鞋”，某些款式鞋价出现“十天九倍”的涨幅，足见其火爆的程度。接着是“炒盲盒”，很多人都不知道盲盒为何物，但同样被炒得炙手可热，跟风炒作者众多。如今又出现“炒裙子”，这类中世纪风格的裙装毫无新潮可言，但也能勾起民众热炒的欲望，火爆款裙子炒到了11万元。

短时间内集中热炒多种商品，这并非一时兴起，而是存在坚实的基础。比如“炒裙子”现象，几年前就已存在于喜欢这类商品的小群体当中，只不过对此感兴趣的人太少，引不起社会的重视，如今“炒裙子”突破了原来的小范围，才被人们所了解和关注。再如，社会上一直存在炒商品的现象，比如炒名贵中药材、炒名酒名茶，甚至炒核桃、藏獒等，都曾先后出现过。也就是说，因为存在炒商品的广泛基础，才会出现短时间内集中热炒多种商品的现象，相信“炒裙子”不会是最后一个，接下来其他商品也可能被热炒。

种种迹象表明，炒商品的这股风并非自动刮起，很可能有人故意操控。从“炒鞋”中就可以窥见端倪，鞋厂和囤积大量现货的，会因“炒鞋”盛行而在短时间内获取暴利，他们当然愿意点燃或吹旺“炒鞋”这把火。其他炒商品现象也是如此，都存在巨大的利益，也难免会存在人为操控的现象。并且，一些使用范围很小的商品看似不值得炒，其实不然，它们反而符合物以稀为贵的市场规律，只要调动起民众的参与热情，赚钱会更容易。盲盒和中世纪风格裙装虽然知之者甚少，但并不影响它们成为热炒的商品，原因就在于此。

炒商品的暴利具有很大的诱惑，让一些人不顾风险跃跃欲试，再加上侥幸心理让人误认为，快进快出、见好就收，就可做到借机捞一把。然而，击鼓传花的鼓点说停就停，价格被炒得畸高时，商品砸在自己手里，损失将难以避免。炒商品冲动强烈的人，假如不时时压制这类冲动，就很容易被人利用，掉进精心设计的套路当中。

对市场中的类似炒作行为，职能部门应当依法履行职责，及时亮出监管之剑，化解各类炒作给市场带来的风险。相关部门和行业协会应加强监管和引导，对其中涉及的违法违规行为及时依法从严打击。(罗志华)

落实国企党委管党治党主体责任浅谈

全国国有企业党的建设工作会议要求，新形势下，国有企业要紧紧围绕全面解决党的领导、党的建设弱化、淡化、虚化、边缘化问题，抓好国有企业党的建设，把党要管党、从严治党落到实处。

一是要切实履行第一责任。党委书记作为第一责任人，既要管好自己，又要抓好班子、带好队伍。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，坚持党风廉政建设和反腐败重要工作亲自部署、重大问题亲自过问、重点环节亲自协调、重要案件亲自督办。定期召开党风廉政建设专题研究会，调研党风廉政建设现状，及时解决存在的突出问题。

二是要严肃党内政治生活。党内政治生活是解决党内矛盾和问题的“金钥匙”，是党员干部锤炼党性的“大熔炉”，是纯洁党风政风的“净化器”。党内组织生活要增强政治性、时代性、

原则性、战斗性，在经常、严肃、认真上见真章。要用好批评和自我批评武器，对班子成员之间和党员干部身上存在的一些苗头性、倾向性问题，要及时提醒，让红脸、出汗成为常态。

三是要建设坚强有力的基层党组织。坚持党的一切工作到支部的鲜明导向，扎实推进党支部阵地建设，构建党员喜爱、功能完善的党建阵地。充分运用互联网+、“两微一端”、党建网站等新媒体、新技术、新手段，建立党员日常教育管理台账，建立宣传平台，严格党员量化考核、积分管理，抓好党建品牌建设，开展争先创优竞赛活动，发挥党员先锋模范作用和党支部的战斗堡垒作用。

企业党委落实主体责任要牢牢把握党的领导和党的建设这一国有企业的“根”和“魂”，全面落实管党治党的政治责任，为企业持续稳定健康发展提供坚强组织保证。(临沂矿业集团公司 岳登松)

中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司债权处置公告

1.中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司拟对邹平同创汽贸有限公司债权进行处置，截至2019年8月31日，该债权总额为1769.02万元。邹平同创汽贸有限公司位于邹平县韩店镇工业园，类型为有限责任公司。经营范围为比亚迪品牌汽车、东风风行品牌汽车销售；二类机动车维修。该债权保证人为山东邹平惠民煤业有限公司、马登亮、杨新龙。

2.中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司拟对邹平县伟业钢结构工程有限责任公司债权进行处置，截至2019年8月31日，该债权总额为1811.68万元。邹平县伟业钢结构工程有限责任公司位于邹平县台子镇民营经济园，类型为有限责任公司。经营范围为制造、销售:B级电动葫芦桥式起重机等:钢材批发零售。该债权保证人为邹平县第二建筑有限责任公司、宋子生。

3.中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司拟对日照海创能源有限公司债权进行处置，截至2019年8月31日，该债权总额为15740.46万元。日照海创能源有限公司位于山东省日照市东港区烟台路西济南路南日照国际金融中心005幢01单元1701号，类型为有限责任公司。经营范围为煤炭、矿产品、五金制品、纺织品、皮革及制品、化工产品。该债权保证人为日照远方国际贸易有限公司、日照三利贸易有限公司、日照鲁联国际贸易有限公司、山东福宝国际贸易有限公司、黄霞飞、张文广。上述债权以黄霞飞名下的房地产和张文广名下的房地产设定抵押，其中黄霞飞抵押房产面积1430.92平方米，土地共用使用权面积为14182.6平方米；张文广抵押房产面积172.27平方米，土地共用使用权面积为100.28平方米。

4.中国信达资产管理股份有限公司山东省分公司拟对潍坊国建高创科技有限公司债权进行处置，截至处置时点2019年8月31日，债权总额10704.69万元，其中本金余额7150.97万元。潍坊国建高创科技有限公司位于潍坊市潍城经济开发区309国道以北、股大路以西6号楼，类型为有限责任公司。经营范围为仪器仪表的技术开发及组装、销售:软件产品的技术开发及销售:防腐保温工程施工;销售自动化控制设备。该债权保证人为雷奇节能科技股份有限公司、山东国弘能源科技有限公司、陈家欣、倪孟、闫凤。该项目抵押物为潍坊国建高创科技有限公司名下的土地使用权及在建工程，位于潍城区309国道以北、股大路以西，抵押土地使用权抵押面积为66667平方米，商服用地；抵押配送中心1-4号楼二层在建工程总计10568平方米；抵押2号综合楼、4号综合楼、配送中心1-4号楼第一层在建工程总计34608.8平方米；抵押2号综合楼第7、8、9层、4号综合楼第7、8、11层在建工程总计6940.48平米(注：配送中心1-4号楼后转为房产抵押)。

该债权的交易对象为法人、自然人、其他组织，但国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员、国有企业债务人管理层以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人，以及参与不良债权转让的资产公司工作人员、国企债务