

【头条评论】

支持中小企业发展要确保政策持续发力精准落地

李凤文

中国中小企业协会日前发布的最新数据显示,5月中国中小企业发展指数(SMEDI)为89.5,较4月上升0.3点,结束了连续两个月的下降趋势,显示出明显的回升态势。这一积极变化,表明各项惠企政策正精准发力,为中小企业发展注入了强大动力。

从5月份中小企业发展指数的分项指数来看,宏观经济感受指数、综合经营指数、市场指数、资金指数、劳动力指数、成本指数与4月份持平,中小企业景气水平回升向好。分行业看,工业、交通运输业、房地产业、批发零售业、信息传输软件业和住宿餐饮业等行业指数上升,总体行业运行稳中向好。分区域来看,东部、中部、西部和东北地区中小企业发展指数也呈现出不同程度的变化。这一系列数据,直观地反映出中小企业在政策支

持下,发展预期回升明显,市场需求稳步改善。

今年以来,工信部、国家发展改革委等17个部门共同开展2025年“一起益企”中小企业服务行动,围绕政策惠企、环境活企、创新强企、人才兴企、法律护企等五个方面,推出73项惠企服务举措,助力中小企业稳定预期、激发活力。在6月份全国中小企业服务月活动中,工信部、国资委等四部门部署开展2025年“百场万企”大中小企业融通对接活动,助推中小企业拓展市场空间。

各地坚持靶向施策,认真落实支持小微企业融资协调工作机制,切实解决小微企业融资难题。金融监管总局最新数据显示,银行对支持小微企业融资协调工作机制推荐清单内经营主体新增授信已超18万亿元。

但也要看到,外部环境不确定性仍然存在,中小企业在发展过程中仍面临诸多困难。从企业资金供给来看,尽管资金指

数有所上升,但由于中小企业规模小、管理不规范、信息透明度低、效益不高、抗风险能力较弱,加之缺乏有效抵押物等原因,金融机构在对其贷款申请上持谨慎态度,融资难融资贵使得中小企业在资金周转和扩展业务时面临较大压力。在市场竞争方面,中小企业多为民营企业,且处于产业链两端,常常被拖欠货款或受到歧视。在技术创新上,中小企业因缺少资金、缺少人才等支撑,技术研发投入少、创新能力不足、工艺差,很难适应市场变化,难以具备较强的竞争力。此外,政策落地难、打造品牌难、创新发展难等问题也制约着中小企业的发展。

值得一提的是,支持中小企业发展,在加强政策之间的协调配合,形成政策合力的同时,更需要政策的精准落地。财税优惠政策应根据据区域行业和企业不同,精准落实到企业,以切实减轻企业负担。货币政策要引导金融机构加大对中小企业的信贷投放,降低企业融资成本,如推动

金融机构开发适合中小企业需求特点的金融产品和服务,建立金融服务小微企业“敢贷、愿贷、能贷、会贷”长效机制。产业政策要引导中小企业向专业化、精细化、特色化、新颖化方向发展,提升企业核心竞争力。

在市场环境方面,要营造公平竞争的市场环境,清理各种不平等对待企业的规定,打破行业垄断,让中小企业能够在公平的环境中参与市场竞争。健全防范化解拖欠企业账款长效机制,确保大企业及政府部门及时支付中小企业货物、工程、服务款项,切实维护企业合法权益。规范招标投标和政府采购制度,落实好预留采购份额、价格评审优惠、优先采购等措施,为中小企业创造更多市场机会。

尽管当前中小企业发展指数有所回升,但面临的困难挑战依然严峻。只有各项支持政策持续发力,精准落地,才能助力中小企业强信心、稳预期,也才能让中小企业在发展的道路上走得更稳、更远。

【养老之道】

别让隐私政策蜕变为“霸王条款”

刘纯银

近日,国家网络与信息安全信息通报中心通报了65款存在违法违规收集使用个人信息情况的移动应用(APP),涉及未显著告知隐私政策、未经用户同意向第三方共享数据、未提供有效注销功能等。据6月16日《工人日报》报道,这已经是今年第二次对违规应用大规模“点名”。此前的4月,国家计算机病毒应急处理中心已通报13款违规应用,包括外卖、金融、社交等多个领域。

在当前数据已成为关键生产力的时代,广大用户却常在“全盘接受”与“拒绝服务”间被粗暴二择一。更为担忧的是,这种强制索权现象并不罕见。2024年,工信部通报的50款存在侵害用户权益行为的APP及软件开发工具包(SDK)中,有27款存在强制、频繁、过度索取权限的问题;2023年通报的9批APP中,强制、频繁、过度索取权限的情况共出现了143次,占比49.5%。对此,不少网民无奈道出了移动时代用户普遍遭遇的“隐私困局”：“不同意隐私政策就无法正常使用”。毫无疑问,这困境背后,是商业逻辑的扭曲与监管落实的迟滞。APP技术隐蔽性强、用户“无知无觉”中信息便已被攫取;而对企业而言,隐私合规成本不菲——从数据安全措施到第三方检测,这些开销常使“隐私保护”在运营成本账本上沦为尴尬配角。当企业将海量用户信息视作“免费金矿”,以“功能胁迫”为稿,所谓“知情同意”原则便如精致而虚幻的橱窗摆设。

个人信息安全与隐私保护无小事。因此,欲破此局,需从企业责任、监管框架到用户赋权三端共同发力,构建刚柔并济的治理体系。

首先,APP运营者必须抛弃“能收则收”的原始冲动,将个人信息保护由合规负担转化为核心责任。企业应主动关注监管动态,摸清行业合规边界,尤其处理大量或敏感信息时,技术防护(如加密存储、内外网隔离)应成标配而非点缀。须知,用户信任乃数字时代最珍贵的信任货币,若隐私协议沦为“阅读理解题”,技术防护形同虚设,那么用户每一次被迫勾选,都在无声侵蚀企业赖以生存的根本。

其次,监管之手需更精细有力。可借鉴《自然人网店管理规范》中“分类施策”的智慧,对APP进行分级分类管理:为不同业务场景及体量的应用量身定制规则,避免“一刀切”窒息创新。同时强化“负面清单”思维,严打默认勾选、捆绑同意等“擦边球”行为,压实平台主体责任,让违规者付出代价。柔性监管亦不可缺——如设立整改缓冲期,以差异化激励替代单纯处罚,在规范与活力间寻得平衡。

另外,用户自身亦需擦亮眼睛。面对无弹窗、默认勾选或字体过小等可疑操作时,应提高警惕;善用法律武器维护“拒绝权”,让每一次点击都真正出自内心意愿。

当隐私协议不再成为使用服务的“霸王条款”,当个人信息保护从纸面律条落地为可感现实,数字经济才能摆脱隐私陷阱的阴影,真正行稳致远。期待每一次信任不会诞生于被迫勾选的方框之间——它只萌芽于每一次真诚、透明而自愿的“同意”之中。

【世相百态】

火锅店办婚宴 折射时代新风尚

舒爱民

近日,山西太原一对95后新人因一场与众不同的婚宴受到网友的关注。他们没有选择传统的酒店宴席,而是在一家海底捞火锅店完成了这场人生的重要仪式。宾客们围坐在热气腾腾的火锅旁,举杯祝福新人,现场氛围轻松热闹。这场婚宴不仅节省了高昂的场地费用,还因独特的创意赢得了亲友的点赞。

这一案例不仅折射出当代年轻人对传统婚宴的突破性尝试,更揭示了幸福的表达方式早已超越固定范式,呈现出千姿百态的模样。

传统婚宴往往被繁复的流程与高昂的成本所裹挟。酒店宴席动辄数万元的场地费、千篇一律的菜单、形式化的礼仪程序,让许多年轻人陷入“为了面子而负债”的困境。而火锅店婚礼的出现,恰似一股清流,打破了婚宴必须“高大上”的刻板印象。海底捞的火锅氛围天然自带热闹与亲切感,宾客无需拘泥于礼节,在涮煮食物的互动中拉近距离,让婚礼回归“人情味”的本质。

更深层来看,火锅店婚礼的流行映射了代际价值观的嬗变。95后、00后群体成长于物质丰裕、信息多元的时代,他们拒绝被“标准化人生”定义,更倾向于用个性化方式诠释生活的重要节点。从旅行结婚到露营婚礼,从汉服仪式到主题派对,年轻人不断突破传统框架,用符合自身审美与生活方式的形式重构婚礼意义。这种转变并非对仪式感的消解,而是对“何为幸福”的重新定义——婚礼不再需要迎合世俗期待,而是服务于新人及亲友的情感共鸣。

社会对火锅店婚礼的接纳,也彰显了文明包容性的提升。过去,非传统婚宴可能面临长辈反对或舆论压力,但如今亲友们的点赞与媒体的正向报道,表明社会逐渐理解:婚礼的核心在于缔结婚约的庄严与亲友祝福的真诚,而非场地的奢华或形式的刻板。这种包容为更多个性化选择提供了土壤,使得婚礼不再是被模板束缚的“表演”,而是真实自我的展现。

当然,火锅店婚礼并非适合所有人,其成功的关键在于契合新人的需求与宾客的期待。有的家庭仍重视传统仪式的庄重,有的则偏爱轻松随性的氛围。幸福的婚礼本就没有唯一答案,它可以是酒店宴席的隆重,也可以是火锅店的烟火气;可以是教堂的钟声,也可以是草原上的誓言。关键在于,婚礼能否承载新人的情感记忆,能否让参与者感受到爱与祝福的温度。从海底捞火锅店升腾的热气中,我们看见幸福的多元形态。当年轻一代用勇气与创意打破桎梏,社会以包容之心拥抱变化,婚礼便不再是被固化的仪式,而是成为绽放人性光芒的舞台。形式千变,爱意不变——这或许才是婚姻之礼最动人的真谛。

本版专栏文章仅代表作者个人观点

【养老之道】

赋能“银发时代” 推进养老金融高质量发展

付英俊

近年来,我国人口老龄化加速发展,银发经济逐渐成为社会关注的重要领域。养老金融作为金融服务体系的重要组成部分,是国家积极应对人口老龄化、支持银发经济发展、增进老年人福祉的重要发力领域和着力点,也是完善和推动养老事业发展的重要手段。

当下三大金融需求凸显:一是养老金长期保值增值需求;二是适老化金融服务需求;三是养老产业投融资需求。在此背景下,金融机构探索养老金融高质量发展,需以系统性思维整合资源、创新模式,从资金供给、服务场景与产业生态三个维度构建立体化发展格局。

在养老金融方面,构建三支柱协同发展的长效“资金池”。以“夯实基础、激活市场、引导自愿”为原则,推动养老保险体系三支柱深度协同。强化第一支柱基础功能,支持基本养老保险全国统筹深化,参与养老金投资运营管理优化,通过金融科技提升基金征缴、发放效率,探索基本养老金与资本市场的安全对接路径。激活第二支柱市场活力,聚焦企业年金、职业年金扩面,为中小企业定制“年金+财富管理”综合方案,推动个人养老金账户与企业年金账户的衔接转换机制,鼓励银行、保险、基金等机构开发适配不同行业的年金产品。培育第三支柱创新生态,以个人养老金制度为核心,丰富税延型养老保险、养老目标基金、专属商业养老保险等产品矩阵,探索“账户制+场景化”服务模式(如对接养老社区入住权、长期护理服务预订等),通过智能投顾为不同年龄层客户提供个性化资产配置方案。

在养老服务金融方面,打造全生命周期场景的“生态闭环”。围绕“银发群体”从健康管理到长期照护的全场景需求,构建“金融服务+生态赋能”的闭环体系。

一是覆盖多元养老场景的产品创新。针对居家养老,推出“养老理财+适老化改造贷款+家庭护理保险”组合产品,通过智能终端整合养老金领取、健康监测与支付结算功能。针对社区养老,联合开发“时间银行”积分金融化产品(护理时长兑换理财权益),配套适老化移动支付工具。针对机构养老,提供“建设融资+运营资金管理+入住者保险”一站式服务,探索“押金保险化”“长期照护费用分期”模式。二是科技赋能服务生态。搭建“养老金融大数据平台”,整合医疗、社保、消费数据,实现客户养老需求精准画像,推动AI风控在养老金反欺诈、长期护理需求评估中的应用,同时开发适老化金融APP,简化操作流程并强化风险提示。三是跨界生态合作。与医疗机构、养老服务运营商、科技企业共建“金融+养老+健康”生态圈,例如通过“保险直付”对接康复机构,以“供应链金融”支持老年用品配送体系,形成服务闭环与数据共享机制。

在养老产业金融方面,创新产融结合的可持续投融资模式。针对养老产业“重资产、长周期、多业态”特征,构建多层次金融支持体系。一是多元化融资工具创新。在债权融资方面,开发养老社区专项债券、产业链供应链金融产品(如医疗器械应收账款融资)。在股权融资方面,设立政府引导基金,支持智慧养老、康复医疗等领域,推动企业登陆科创板、北交所。在资产证券化方面,探索养老机构租金、护理保单现金流REITs化,盘活存量资产吸引长期资本。二是产业链金融精准滴灌。聚焦老年教育、适老化改造等全链条领域,提供专属金融方案。例如为老年用品企业提供“研发贷款+知识产权质押”组合服务,为养老服务连锁品牌提供“并购融资+资金池管理”支持。三是风险缓释与退出机制建设。联合政府性融资担保机构设立养老产业风险补偿基金,建立项目评估与退出标准(如通过



警惕非法“校园贷”陷阱

形形色色校园贷,良莠混杂难分开。不法分子布陷阱,灰色套路割韭菜。超前消费易走偏,低息诱惑暗使坏。恶草土壤缘何存?合力铲除最应该。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

REITs、股权回购等方式实现资本退出),同时探索“保险+期货”模式对冲养老服务价格波动风险。

发展养老金融需要实现“养老”和“金融”的深度融合,须始终秉持“养老为根本、金融为手段”的基本原则。老龄化社会催生了多元养老需求,也使不同群体的养老难题更加凸显。当前,一方面要坚守金融服务养老的初衷,以拓宽老年收入渠道、提升生活品质为首要目标;另一方面

需理性认知养老金融的功能边界,其虽为应对人口老龄化的重要路径,却无法仅凭金融手段解决全部养老问题,故不应过度放大金融的作用。满足民众多样化养老需求与美好晚年生活期待,需构建财政、金融、产业等多维度政策协同机制,金融仅是解决养老问题的关键工具之一。如何推动养老金融与其他领域政策形成制度合力,共同应对人口老龄化挑战,是未来养老金融研究的重要方向。

【城市观潮】

9.9元门票引爆的“苏超”经济

李羊

这不是明星演唱会,而是一场票价仅9.9元的城市足球联赛。日前,江苏省扬州市足球队迎来首个主场比赛,对阵邻居泰州队,2万多名观众挤进球场的盛况,一度让安检机器当场“罢工”。从票务系统来看,“苏超”球赛也不是你想看就能看,赛事门票早已抢购一空,热度可见一斑。“苏超”之火,彻底烧穿了人们对草根足球的固有印象,成了观察当下中国城市活力的一个窗口。

9.9元一张门票,比一杯奶茶还便宜。这么普惠的价格,是“苏超”最锋利的切口,全民可消费,以低票价撬动超高流量。数据显示,6月14日“苏超”赛事当天,扬州新增游客80%。而一张低价门票,不仅能看一场球赛,还能打开整座城市景区大门。无锡、常州、徐州等主场城市,A级景区向客队市民免费开放;扬州等主场城市,面向全省十三个城市市民施

行全市国有收费景区日间免费入园政策。外地游客为了看一场球,顺道逛了当地的名胜景区;买完球衣或纪念品,又被当地的小吃摊勾了魂。高流量让城市充满了活力,也给当地经济带来了实实在在的刺激。

近距离体验“苏超”的魅力,远不止于“便宜”二字。它最大的看点,是把“城市”二字刻进了足球的骨子里。不同于“中超”的企业冠名,“苏超”的球队是以城市之名,氛围拉满。这种“城市绑定”让球队与市民的联系更为紧密,是一场城市之名、全民参与的集体叙事。扬州首场主场赛事上,球迷们举着城市条幅,为自己所在的球队呐喊助威;中场休息时,大屏幕循环播放着扬州城市宣传大片,全方位展示着这座城市的历史底蕴与现代风貌;球迷们的加油声中充满了当地方言味,让整个球赛更具地方特色。这种“城市荣誉”之争的氛围,让足球从“精英游戏”变成了“全民战役”。这些球迷都不是

职业选手,看台上却比谁都拼,不比实力也要比气势,因为输了,丢的是整座城的“面子”。这种对城市荣誉的捍卫精神,让“比赛第一,友谊第十四”迅速出圈。

火爆的“苏超”,是体育赛事下沉市场的一个好样本。从贵州“村超”到江苏“城超”,体育的热度正从职业联赛的聚光灯下,流向更接地气的生活场景,需要将专业体育知识向大众普及。在球赛现场,有球迷对点球、越位等专业知识不甚了解,大多都是看个“热闹”,但正是通过这种体育赛事下沉,体育文化得以在更广泛的群体中传播和普及。

“苏超”火了,其他省都相继开设相关赛事,但不一定能学得像。“苏超”能火,还在于江苏13个地级市GDP上下之间较为均衡分布,江苏各城市没有“一家独大”的压迫感,都有了“争一口气”的动力。从2024年数据来看,南京与无锡、南通与常州、扬州与盐城等在GDP数据上相差不大。这种相对均衡的经济格局,为“苏超”

各城市之间的良性竞争和一体化发展提供了基础。而从2024年全国GDP百强市来看,江苏有13个地级市跻身百强行列,正是它们组织了“苏超”的13支球队。相比之下,广东省21个地级市GDP呈现马太效应,甚至呈现断档现象。不过,无论是江苏还是广东,部分城市只要努力,是能够在GDP排名中向上窜一窜的。此外,江苏名胜古迹资源富集,这种经济格局与文化上的特色,也从侧面反映出“苏超”火爆的经济基础和文化优势。

“苏超”的成功,为城市体育与文旅产业发展提供了新的思路。一场球赛,带来了情绪价值,激发了市民生活乐趣。它用流量变成增量,再次证明了草根赛事的生命力;用低价的门票,算出了一笔“经济账”。当我们在讨论“如何让体育赋能城市”时,“苏超”已经给出了答案;不必过于追求“高大上”的职业赛事和高价门票,只需把热爱交给城市,把情绪交给人民,把文化融入生活。