

【头条评论】

# 稳经济需在三大着力点上突破惯性思维

吴霞

31个省区市近期密集部署下半年经济工作,将扩大内需、发展新质生产力、稳定外贸作为三大着力点。这一部署既体现了对中央政策的贯彻,也反映出地方稳增长、稳预期的紧迫性。然而,要实现全年经济增长目标,仅靠常规手段恐难奏效,需在政策执行中突破惯性思维,避免“撒胡椒面”式的资源分配,真正激活经济内生动力。

各地将消费和投资作为扩大内需的主要抓手,如发放消费券、推动以旧换新、加快“两重”项目建设等。这些措施短期内能提振数据,但若缺乏长效机制,效果容易衰减。以消费券为例,过去多地发放后虽带来短期消费反弹,却未能根本扭转居民消费意愿不足的问题。当前,居民储蓄倾向高、收入预期不稳仍是制约消费的核心因素。因此,政策需从“补需求”转向“稳预期”,通过完善社会保障、优化收入分配,让居民敢花钱、能花钱。

【商道论衡】

# 上市公司审计委员会需强化履职保障

刘辉 吴俊雄

根据2023年新《公司法》和2024年《上市公司章程指引(修订草案征求意见稿)》的规定,上市公司必须设立代行监事会职责的审计委员会,这体现了立法者和监管部门对审计委员会的高度信赖。但在2002年到2023年之间,由于审计委员会存在一系列的履职困境,其财务审计职能的发挥受到极大掣肘。新《公司法》实施后,原审计委员会固有的履职困境依然存在。在此基础上,贸然要求审计委员会代行监事会职责,可能会导致监事会职责的落空。

理论上,审计委员会依靠其独立性和专业性在公司财务审计方面发挥重要作用,但在实践中,选任机制、成员履职等方面的困境容易导致审计委员会被虚置。

第一,作为董事会的内设机构,审计委员会由董事会选任产生,这会影响到审计委员会的独立性。审计委员会要监督董事会,但却由董事会选任产生,对董事会负责,这形成了董事会自己监督自己的局面。董事会为了确保决策的通过率,一般会选任对自身比较顺从的审计委员会委员。

第二,审计委员会主要成员由独立董事组成,但我国独立董事履职的实际情况与预期目标之间存在较大差距,这会进一步限制审计委员会功能的发挥。

新《公司法》之所以让审计委员会代行监事会职责,除了基于公司治理结构精简化的考量,更重要的是认为审计委员会比监事会更有能力发挥监督作用。可要真正实现这一立法目的,就必须先解决审计委员会的固有履职困境,但新《公司法》及相关规范性文件在很大程度上忽视了这一点。此时,要求审计委员会代行监事会职责意义有限。

【发展之道】

# 银行业反内卷须杜绝“规模情结”“速度情结”

姜飞鹏

近期,多地金融监管局、银行业协会发声推进银行业“反内卷”,要求银行遵守自律机制约定,落实相关利率政策,构建科学合理的激励机制等,引导银行业回归更加理性和健康的竞争状态,更好服务经济社会发展。

去年7月,中央政治局会议提出要强化行业自律,防止“内卷式”恶性竞争。之后,“反内卷”在多个领域稳步快速推进。“内卷式”竞争与新发展理念、与高质量发展格格不入,必须坚决破除。从银行业来看,受内外部环境的影响,“内卷式”竞争在多个领域有所体现,负面影响不容忽视,需要银行业自身主动谋变,强化金融监管和行业自律协同,与市场监督形成合力有效“反内卷”,推动银行业高质量发展和服务经济社会发展。

银行业“内卷式”竞争在多个领域有不同表现。首先是高息揽储和低成本放贷,这也是“内卷式”竞争集中的领域。近年来,金融管理部门就规范存款竞争出台多

项举措,但仍有个别银行以高息揽储来提高存款市场竞争力。同时,个别银行简单通过降低贷款利率来吸引融资客户。其次是高返佣。为稳定市场占有率或者吸引客户,银行在房贷、车贷等业务发展中通过返高额佣金等方式开展中介合作,扰乱正常的市场秩序。再次是为了“冲时点”。在月末、季末等时点表现得更为明显,银行和客户合作通过“购买存款”等方式,以实现特定时点经营指标有效完成。最后是放松风控要求。为拓展市场,个别银行弱化贷款的信用风险管理要求,信贷资金没有有效流向高效利用的领域。

银行业“内卷式”竞争是多种因素影响下出现的。从宏观方面看,全球经济增长面临压力,影响包括我国在内的经济增长。为稳定经济增长,货币政策降息,低利率环境下银行业净息差收窄。从行业层面看,银行业净息差大幅下降,稳定收入利润压力较大,加上金融服务同质化特点突出,从而简单采用价格战开展市场竞争。从机构方面看,部分银行难舍“规模情结”“速度情结”,绩效考核机制设计不

科学,以业务规模、增速为核心指标,导致员工通过低价格、高返佣等营销手段经营客户。从客户方面看,企业和个人对利率变化的敏感度增强,在不同银行金融服务可替代性较强的情况下,价格成为一个重要的决策因素,从需求侧推动银行业开展“内卷式”竞争。

“内卷式”竞争的负面影响不容忽视。银行业开展“内卷式”竞争降低银行资产端收益率,提升负债端成本,加大净息差下行压力。这不仅不利于银行业自身可持续发展,也对银行业持续服务实体经济带来负面影响。银行机构简单通过扩大规模开展同质化竞争,难以满足需求主体的个性化金融服务需求。同时,在信贷领域缺少有效创新的情况下,“以量换价”的竞争模式容易引发资金流向套利领域,科技创新等主体资金需求无法有效满足,不利于提高资金使用效率,影响货币政策传导和调控成效。不仅如此,在“内卷式”竞争中,银行贷款“三查”不到位,积累信用风险,增加经济发展中的不稳定因素。就银行内部而

第一,新《公司法》和《上市公司章程指引(修订草案征求意见稿)》等未明确规定代行监事会职责的审计委员会是由股东会选任产生还是由董事会选任产生。上市公司的通行做法是由既有的审计委员会代行监事会职责,新设审计委员会。换言之,上市公司以往的审计委员会与代行监事会职责的审计委员会基本是一样的,二者只是履职范围存在区别,相当于原有的只负责财务审计的审计委员会完成了“升职”。但由于选任机制未变,董事会自己监督自己的局面并未被打破。

第二,代行监事会职责的审计委员会主要成员仍然由独立董事组成,在审计委员会未摆脱董事会控制的情况下,如要审计委员会充分履行监事会职责和固有职责,那么只能寄希望于独立董事能够勤勉履职。2024年4月,监管层发布了《独立董事和审计委员会履职手册》,但手册更多是对独立董事的履职内容进行强调和细化,缺少对独立董事履职的实质性保障。因此独立董事在新《公司法》时代仍然存在前述的履职困境,审计委员会的作用发挥依然受到较大限制。

为了确保审计委员会职能的有效发挥,应当调整审计委员会的选任机制,强化对独立董事履职的保障,使审计委员会能够妥善行使好审计与监督职责。

第一,由股东会选任产生审计委员会,审计委员会对股东会而非对董事会负责。由股东会选任产生审计委员会可以使审计委员会摆脱董事会的控制。尽管审计委员会是董事会的内设机构,但股东会享有选举和更换公司董事、监事的职权,既然审计委员会代行监事会职责,且成员由董事组成,那么股东会自然有权选任审计委员会。股东会选举产生审计委员会后,审计委员会在形式上隶属于董事会,但实质上对股东会负责。

第二,强化对独立董事履职的保障。首先,将独立董事参与公司现场工作的时间由每年不少于15日调整为每季度不少于4日。以季度计时可以更好地保证独立董事参与公司治理的时效性,确保独立董事能够及时全面地了解公司经营情况。其次,规定审计委员会中至少有一名专职独立董事。专职独立董事除了在上市公司担任独立董事,不在其他任何单位担任职务。这可以充分保证专职独立董事参与公司治理的时间,使其对公司情况有更深刻的把握,并将相关信息传递给其他独

立董事。最后,调整独立董事的收益分配与责任承担机制。一方面,除了固有津贴,独立董事可以根据在审计委员会和董事会中的履职情况获得额外奖励。其中,对于独立董事积极参与公司现场工作,并通过审计委员会积极发表见解的,监管部门可以对独立董事进行声誉激励。另一方面,在应当承担责任的情况下,根据独立董事平时的履职情况,对不同的独立董事施加不同的责任。同时可进一步普及独立董事履职责任险,实现风险的转移分配,尽可能减少独立董事履职的顾虑。

招商困难。新质生产力的核心是技术创新和产业协同,各地应立足自身禀赋,差异化发展。像河南、四川等劳动力大省,可推动传统制造业智能化改造,而非一味追逐“高大上”项目。

此外,新质生产力离不开人才和制度支撑。目前,许多地方对企业的补贴多集中于设备采购,忽视研发投入和人才培养。建议将政策重点转向构建“产学研用”生态,比如支持企业与高校共建实验室,完善知识产权保护,让创新真正落地生根。

在全球贸易摩擦加剧的背景下,多地提出稳订单、拓市场,但传统低价竞争模式已难以维系。例如,广东、浙江等外贸大省面临东南亚低成本竞争和欧美市场壁垒的双重挤压。单纯依靠补贴或海外仓建设无法从根本上解决问题,外贸转型

的关键在于提升产品附加值。“一带一路”和“中欧班列”是开拓市场的机遇,但企业参与度不足。一些中小外贸企业因信息不畅或风险顾虑,仍依赖传统欧美市场。地方政府可搭建服务平台,提供相关国家市场分析、法律咨询等,降低企业“出海”门槛。同时,鼓励外贸与内贸联动,引导出口转内销企业适应国内标准,形成“双循环”支撑。

下半年经济工作部署已明确方向,但落实效果取决于执行精度。各地需避免“口号式”响应,真正从本地实际出发,在消费、投资、产业、外贸等领域找准突破口。例如,中西部省份可借力产业转移完善配套,沿海地区则需通过技术创新突破“卡脖子”环节。只有打破政策惯性,才能让三大着力点发挥乘数效应,为经济高质量发展注入持久动力。



不动产登记加快推动“跨省通办”

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

宁可数据多跑路,要让群众少跑腿。房产登记跨省办,在线遥控能到位。政务联通网络化,便民服务赢口碑。拥抱科技新时代,与时俱进多美。

立董事。最后,调整独立董事的收益分配与责任承担机制。一方面,除了固有津贴,独立董事可以根据在审计委员会和董事会中的履职情况获得额外奖励。其中,对于独立董事积极参与公司现场工作,并通过审计委员会积极发表见解的,监管部门可以对独立董事进行声誉激励。另一方面,在应当承担责任的情况下,根据独立董事平时的履职情况,对不同的独立董事施加不同的责任。同时可进一步普及独立董事履职责任险,实现风险的转移分配,尽可能减少独立董事履职的顾虑。

对于服务行业来说,信任一旦崩塌,重建将是一个漫长而复杂的过程。无论是部分家政服务暗藏陷阱,还是暴雨中散落的快递包裹,都印证了这一规律。正因为,服务业如何突破转型瓶颈,迈向高质量发展新阶段,才备受市场关注。

对于目前的医疗纠纷而言,危机公关处理更需要谨慎。从以往案例来看,事实和证据是一方面,共情和安慰也是一方面。哪怕是营利为目的的私营医疗机构,也应保持对健康和生命的敬畏,怀有仁慈之情和关爱之心。情理与法理并进,真诚高于技巧,反思重于反击,或许才是更妥当的处理之道。

对于目前的爱康国宾来说,危机公关的本质,已经不再是一场输赢之争,而是一次修复信任的疗愈之旅。在事实与情感的天平上,唯有注入真诚的共情与深刻的反思,方能在舆论风暴中锚定企业价值的航向。

【市场把脉】

# 短剧如何才能从爆红走向长红?

周春媚

最近,一则数据在文娱产业掀起波澜:据第三方机构统计,字节跳动旗下短剧平台红果短剧以2.1亿月活跃用户的成绩,首次超越传统长视频平台优酷的2亿月活。这一里程碑式的突破,标志着以短剧为代表的碎片化内容形态正重塑中国数字娱乐产业的基本格局,从根本上改变了用户的娱乐消费习惯。

近年来,短剧以高歌猛进之势,不断蚕食着长视频的市场份额。其中,红果短剧更是凭借着“免费观看+广告分账”的模式,实现了用户规模的指数级增长。事实上,短剧的爆火并非偶然,背后是多重因素共振的结果,其“小成本、快节奏、高密度、强反转”的特点,精准击中了移动互联网时代用户“时间碎片化、注意力稀缺化、情绪即时满足化”的核心痛点。

一方面,从用户需求的角度看,现代生活节奏加快,通勤、午休、睡前等碎片时间成为宝贵的“精神按摩”时段,传统45分钟一集的电视剧或90分钟电影,已难以满足即时解压的需求。与之相比,短剧往往开篇即高潮,而且每集有爆点,反转和爽点密集,这样的强制刺激能够为观众提供更高效的情绪价值。

另一方面,从商业模式的角度看,与制作成本高、回报周期长的长视频相比,短剧制作遵循“短平快”的逻辑,单部成本从数万元到百万元不等,拍摄周期以天计,变现模式多元。加上AI生成剧本、虚拟演员建模、自动剪辑等工具的广泛应用,极大缩短了短剧的制作周期,降低了制作成本,吸引了大量资本和内容创作者涌入。

然而,作为新兴事物,短剧的“爆红”背后也隐藏着难以忽视的“野蛮生长”乱象。比如,短剧题材高度同质化,质量参差不齐,且不乏色情低俗、血腥暴力、审美恶俗等违规内容。不久前,一部短剧以“一胎生99子”的离谱剧情令无数观众大跌眼镜,相关话题冲上微博热搜,引发广泛讨论。这折射的是在“流量至上”的错误导向下,部分短剧创作者以无底线的“洒狗血”来博眼球,以低俗、低智的内容侵蚀行业的健康生态。同时,平台依赖“点击量”“完播率”的指标进行算法推荐,其审核机制对荒诞有害的剧情视而不见,也助推了这类猎奇内容的生产与传播。

除此以外,短剧行业还存在盗版侵权行为、用户过度沉迷等问题与隐忧。尤其值得注意的是,中老年人是短剧市场的重要受众,一些短剧平台利用老年人时间充裕、精神孤独、网络消费辨识能力弱等特点,设置重重消费陷阱,诱导其高额付费、花式充值,形成对银发群体的资本围猎与收割,损害老年人的合法权益。

红果短剧对长视频平台的“逆袭”是里程碑,但绝非终点。短剧若想从“爆红”走向可持续的“长红”,必须正视问题,主动变革。首先,创作者要秉持“内容为王”的创作导向,从“流量收割”转向“价值创造”,跳出“爽文”窠臼,探索更多元、更优质的内容题材。其次,监管部门与平台方应通过规范治理营造健康的行业生态,通过优化管理细则、建立版权保护机制,严厉打击低俗色情内容与盗版侵权行为;平台则应承担主体责任,通过完善审核机制、推行更透明合理的付费模式、构建防沉迷机制等,以全链条治理遏制行业的“歪风邪气”。

短剧不仅是一种商业形态,更是数字时代的文化载体。流量的狂欢不等于价值的胜利,短剧要摆脱“精神麻醉品”的标签,需要回归内容本源,平衡好商业利益与社会责任。唯有以精品内容为舟,以技术创新为帆,以监管规范为锚,短剧方能在千亿乃至万亿的蓝海中行稳致远,迎来持久的“长红”。

【世相百态】

# 爱康国宾陷入危机公关困局的启示

王小伟

7月30日,体检机构爱康国宾召开媒体说明会,核心是澄清北京律师张女士“十年体检漏检癌症”的控诉不成立。在这次发布会上,身陷信任危机的爱康国宾通过官宣强势回击,对老客户张女士向法院提起正式诉讼,并获法院受理立案。

出乎爱康国宾意料的是,这场信心十足的说明会,很快就被市场质疑是一次“把澄清变为自杀”的危机公关失败案例。该公司负责人在现场放言“别指望几百元体检,什么病都查出来”,被市场解读为企业冷血、推卸责任;现场进行的“预设采访问题——公司照本宣科念稿回复”的流程化采访,也被市场解读为“走过场”。

这体现出爱康国宾危机公关的策略失当。这场发布会是否能挽回爱康国宾挽回信任,结果仍有待观察。从目前来看,一些舆情反而开始指向爱康国宾一些部门团队变更频繁,被北京和上海等地行政处罚,在黑猫投诉平台被投诉数量超过千条等不利于爱康国宾的细节问题。

近年来,小米汽车的致死事件、娃哈哈的资产争夺事件,以及爱康国宾澄清发布会引发的舆情事件等陆续出现。这说明,无论是制造业、消费产业还是服务业,随着企业规模的做大,往往都会被市场用放大镜审视企业或产品。从舆情公关角度看,一旦出现问题,单纯的“堵”与“压”往往难以奏效。这既是对公司包括公关在内的舆情能力提出了新考验,也对公司整体运营提出了更高要求。

对于服务行业来说,信任一旦崩塌,重建将是一个漫长而复杂的过程。无论是部分家政服务暗藏陷阱,还是暴雨中散落的快递包裹,都印证了这一规律。正因为,服务业如何突破转型瓶颈,迈向高质量发展新阶段,才备受市场关注。

对于目前的医疗纠纷而言,危机公关处理更需要谨慎。从以往案例来看,事实和证据是一方面,共情和安慰也是一方面。哪怕是营利为目的的私营医疗机构,也应保持对健康和生命的敬畏,怀有仁慈之情和关爱之心。情理与法理并进,真诚高于技巧,反思重于反击,或许才是更妥当的处理之道。

对于目前的爱康国宾来说,危机公关的本质,已经不再是一场输赢之争,而是一次修复信任的疗愈之旅。在事实与情感的天平上,唯有注入真诚的共情与深刻的反思,方能在舆论风暴中锚定企业价值的航向。