

慈利多措并举促民营经济大干快上



近年来，慈利县委、县政府顺应新时代民营企业新期盼，多措并举全力打造民营企业快速落地绿色通道，促进民营经济高质量发展，使全县民营经济出现了大干快上的良好局面。仅今年下半年全县引进民营企业开工建设51家，投资金额37亿元，占县域经济投资总额的70%。

针对全县国有经济主体财源并不十分突出的实际，该县把大力发展民营经济作为促进全县经济高质量发展的突破口，在县政务服务中心投资项目联合审批大厅设置民营投资建设项

目快速落地受理窗口，实行一窗受理；并出台了《慈利县民营企业投资建设项目建设快速落地实施办法》，对民营经济高质量发展建立了工作例会、联合办公、投诉考核三个制度，落实了领导负责、督查问责两种责任；对民营经济发展中存在的问题做到一处处梳理，一项项克服、一个个解决、一件件落实。县政务中心推行中心牵头、部门联办的工作机制，协调部门、企业、中介机构之间的关系，联合审批、联合验收，提高项目审批效率，压缩审批时间，加快推进快速落地，为发展民营经济同心同向、大干快上，在全县营造出了亲商、利商、敬商、懂商、悦商的浓厚氛围。

促进民营经济高质量发展，政策是支撑，关键在落实，降低民营经济

成本，减轻民营经济负担，是促进民营经济高质量发展的重要推手。慈利县还出台了《关于促进民营经济高质量发展的若干意见》，制定了许多政策措施干货，引导企业抢抓利好政策红利，实实在在地支持民营经济快速发展，全面落实国家减税降费政策，切实让国家利好政策在慈利民营企业落地见效，由县科工局牵头，组织税务局、财政局、工商联、政务中心等单位全面清理规范行政审批中介服务；规范服务收费，对行政事业性收费、政府性基金实行清单管理制度，收费标准按规定下限执行，不收取过路费、少收服务费。全面清理取消对民营企业不合理的行政性收费、乱收费和行政摊派费用。据统计，全年共为民营经济减税3000多万元，降费5000多万

元；用足活国家土地政策，保证民营企业项目用地指标，认真摸排闲置厂房、整顿僵尸企业，盘活闲散用地，提高土地利用集约度，对重大招商引资项目新增用地和省级重大签约招商项目所需用地，按照一事一议方式，充分保障项目合理用地需求和价格倾斜力度，降低民营企业土地使用成本；加大信贷支持力度，开展中小企业融资与信用担保，建立过桥资金，有效解决民营企业融资难、融资贵的问题；在水电气等方面给予民营企业最大优惠，降低民营企业管理成本。千方百计给民营企业放水养鱼，让民营企业快速落地生根、开花结果，生成财源。

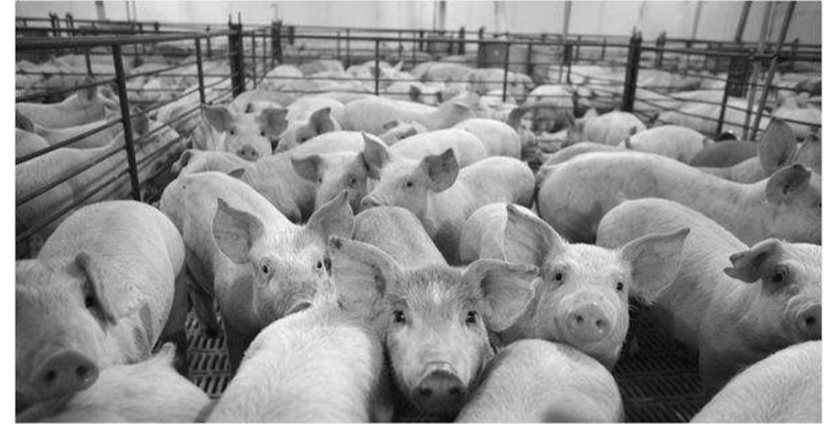
黄岳云 任红兵



中国企业家杂志【中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于强化知识产权保护的意见》】财联社11月24日讯，近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于强化知识产权保护的意见》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。《意见》要求，力争到2022年，侵权易发多发现象得到有效遏制，权利人维权举证难、周期长、成本高、赔偿低的局面明显改观。到2025年，知识产权保护社会满意度达到并保持较高水平，保护能力有效提升，保护体系更加完善，尊重知识价值的营商环境进一步优化，知识产权制度激励创新的基本保障作用得到更加有效发挥。

新浪财经【厉以宁：中国经济理论创新获奖名单体现经济学家对经济发展特殊贡献】厉以宁在中国经济学家论坛表示，第九届获奖的名单展现了改革开放以来经济理论界对中国经济改革和发展的理论的探索，体现了中国经济学家对中国经济发展的特殊性贡献，希望继续秉承公平、公正、公开，坚持客观、科学、规范的要求，把活动办下去，推动经济研究的探索和创新。

央视财经【生猪产能下滑见底，存栏有望回升！肉价稳了？】今年以来，猪肉价格的高涨一直是最受关注的话题之一。从8月份到现在，全国有25个省份出台了支持生猪复产保供的政策措施。11月22日上午，来自农业农村部最新发布的数据显示，10月份能繁母猪存栏环比增加了0.6%，这是自去年4月份以来首次出现增长。农业农村部相关负责人表示，当前全国生猪产能下滑已经基本见底，年底前存栏有望回升，同时力争明年年底生猪存栏基本恢复到常年80%左右的水平。生猪产能下滑见底，存栏止跌回升，肉价会稳吗？要实现生猪供给恢复正常水平，挑战在哪儿？11月23日晚，《央视财经评论》邀请农业农村部农村经济研究中心研究员姜楠和财经评论员张春蔚做客演播室，深度解析。姜楠表示，生猪存栏止跌，是多方面政策共同作用的结果。但也要看到生猪生产需要一个比较长的周期。随着后面政策进一步落地，产能的恢复趋势是毋庸置疑的，但真正使市场供应明显增加，还需要一个过程。张春蔚表示，疫情将会是一个持续的挑战，它不仅体现在发生以后造成的破坏，还体现在它对养殖户、从业者生产预期的影响，在这一过程中，稳定预期很重要，这有待于国家层面持续提升疫情防治能力，同时需要及时清楚披露信息。



21世纪经济报道【学历门槛降至无学历要求，养老护理员招人太难了】据民政部、国家卫健委等部门统计，我国目前有2.49亿老年人、4000万失能半失能老年人，而养老护理从业人员仅有30万名，反差极大的三个数字揭示了养老护理人员的巨大缺口。而除了数量少，人员素质良莠不齐、专业能力有限、流动性大等也成为困扰这个行业发展的难题。

新浪财经【李培林：国民收入差距过大抑制消费增长】全国人大常委会副主任委员李培林在中国经济学家论坛表示，中国已是世界上收入差距最大的国家之一，在这种情况下，没有形成一个强大的中产阶级，就没有一个经济合力拉动消费增长。所以收入差距过大的话，低收入没钱消费，有钱人消费又没饱和，整个国家消费就难以快速增长。

央视财经【省事！这7个地方可以看病不带卡，扫码就行】医保电子凭证是全国医保线上业务唯一的身份凭证，即日起将在河北、吉林、黑龙江、上海、福建、山东、广东七个省（市）的部分城市陆续开通使用。山东省医保局副局长仇冰玉表示，医保电子凭证实行实名认证，一人一码动态生成，加密传输，也可以通过刷脸认证来验证身份，所以它能够有效地保障个人信息安全和医保资金的安全，可以预防他人冒用骗保，对打击欺诈骗保也能起到积极作用。据悉，医保电子凭证由国家医保局统一签发、管理，跨区域互认，具有医保结算、缴费及待遇领取、办理医保业务等功能，参保人可通过国家医保App，或通过微信、支付宝等经国家医保局认证的第三方渠道激活使用，十分方便。值得注意的是，国家医疗保障局开发了相应的国家医保服务平台App，届时参保人可在各大主流App商城、应用商店下载使用；也可以打开支付宝、卡包、证件，选择医保电子凭证，并激活、进行身份验证后使用；在微信关注我的医保公众号，激活医保电子凭证，也可以开通使用。



凤凰网财经【老人30年前存了1000，银行承诺能得36万！结果到期仅4000】30年前，吉林昌邑区的杨女士的父亲花1000元购买了某大型银行的一种教育储蓄，当时的宣传单写着30年后，到期本息共36万。今年9月29日到期，杨女士去取钱时，银行大堂经理表示只能取4000元。杨女士觉得很很不公平，某大型银行工作人员回应称，1989年时很多银行都推出了类似的储蓄产品，但当产品真正发行完几天后，中国人民银行便通过发电报通知各银行停止发行此类产品，因此该行马上就收回了。工作人员表示，因为30年前信息不畅通，当时也不是实名制，有一部分人是联系不到的。

21世纪经济报道【知乎10万人关注：那些第一次读就令人震撼的句子】随着时代发展，传播媒介愈加多样。从文字阅读，到读图时代，再到如今短视频传播大行其道。但文字的魅力依旧不减。当我们阅读到某一段触动内心的文字，它或是一语惊醒梦中人，或是如雪中送炭般给予我们温暖，或是写出了我们无法讲出的种种，或是带我们领略这个世界另一个维度的精彩……而这样的文字，令人震撼，充满力量。今天，让我们一起来欣赏那些第一次读就令人震撼的句子，生活中是否曾有过一些句子让你听了之后醍醐灌顶的？让我们感受文字的力量。

今日华尔街【扎克伯格：没人应该拥有那么多财富，有些财富积累不合理】当地时间10月4日，Facebook创始人马克·扎克伯格在对话Facebook员工时表示，没人应该是亿万富翁，所以自己和妻子决定做慈善。在被问到有人质疑富人决定发展哪些科学项目是否合理时，他表示一部分人拥有选择权总比没人资助科学项目好。目前扎克伯格身价666亿美元，是世界第五大富豪。据 新浪微博

他给营销下了一个 尽可能简洁的定义

吴晓波



芝加哥大学的米尔顿·弗里德曼（Milton Friedman）和麻省理工学院的保罗·萨缪尔森有很多共同的学生，因为导师之间的江湖恩怨，他们常常会左右为难。只有一个人如鱼得水，因为他告别了所有的经济学门派，并且在更功利的细分行业，自立为一代宗师。

这个人就是菲利普·科特勒。有一次，他很自得地和记者说：我对经济学家们并不研究的实质性问题很感兴趣，如公司在广告上花了多少钱、什么是销售力量的合理规模、公司如何明智地定价。我陷入了一种市场的思维形式之中。

如果说，科特勒是当代营销学的理论建构大师，甚至是最后的大师，恐怕一点都不言过其实。

菲利普·科特勒出生于1931年，在芝加哥大学拿到经济学硕士学位，在麻省理工学院拿到经济学博士学位，1962年到西北大学凯洛格商学院任教，再未离开。因为他像神一般的存在，凯洛格常常在北美最佳商学院的评选中，力压哈佛商学院排名第一，市场营销系则从来是无争议的全球第一。

科特勒的奠基之作，便是《营销管理》，它首版于1998年，到2015年，已更新至第15版。如果说，各大经济学院经常在萨缪尔森、曼昆或斯蒂格利茨的经济学原理教材中徘徊选择的话，那么，营销学教材则要省心得多。

一本伟大的教科书需要具备三个特点：清晰而严谨的理论架构、精准的概念定义和与时俱进的迭代能力。恰巧，科特勒是这三方面的天才。

在科特勒之前，所有的营销学教材都是在描述营销所起的作用，而科特勒则把营销学思想变成了一种分析导向和可接受的学术范式。他第一个把经济学、行为科学和数学的元素引入到了自己的理论中，从而实现了营销学知识的可证伪与可量化。

科特勒写作《营销管理》的

1960年代末，正是商品由短缺向泛滥的爆发时刻，新的品牌如雨后春笋般层出不穷，营销人才开始被人追捧，新的营销概念也不断地被制造出来。科特勒在自己的研究中，率先对一些基础性概念进行了定义。

营销：个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值，以获得其所需之物的一种社会过程。

产品：人们为留意、获取、使用或消费而提供市场的，以满足某种欲望和需要的一切东西。

营销管理：为了创造与目标群体的交换以满足顾客及组织目标需要所进行的计划、执行、概念、价格、促销、产品分布、服务和想法的过程。

他还给市场营销下了一个尽可能简洁的定义，那就是有利可图地满足需求。

正是从这些清晰的定义出发，科特勒建构了自己的营销学理论王国。

如果仅仅如此，科特勒还称不上伟大，只能算是一个优秀的教书匠。他在营销学的创造性价值是在过往的数十年里，一次次地提出了诸多具有创见的新概念，从而为大家打开了一扇又一扇营销之窗。

科特勒沿着德鲁克提出的趋势继续前进，把企业关注的重点从价格和分销转移到满足顾客需求上来。他提出了顾客交付价值这一全新概念。它是总体顾客价值（由产品价值、服务价值、人员价值和形象价值组成）与总体顾客成本（包括货币成本、时间成本、精力成本和心理成本）的差额。

他创造了反向营销这个新名词，指的是设法降低消费者对某一产品或服务的需求预期。

1970年代，他又提出社会营销，把营销学的应用推广到了商业活动之外的所有社会领域。

营销是一门被消费者心理、新兴市场和科技工具共同推动的学科，它的所有理论诠释了时代遭遇变化所带来的挑战。

当科特勒写出《营销管理》的时候，特劳特还没有发表《定位》，迈克尔·波特的竞争理论要晚13年才会出现，而互联网对世界的冲击更是一件遥远的事。

科特勒像一个大都市的市长一

样，在日后漫长的岁月里，需要一次次把这些概念、技术和最新的公司案例接纳进自己的理论体系中，让城市的疆域和功能不断扩张与迭代。

如果在商业教育界有四大师，他们应该是彼得·德鲁克、菲利普·科特勒、迈克尔·波特和彼得·圣吉。

他们分别在管理学、营销学、战略学和学习型组织这四个方面开天辟地，分河划江，坐镇一方。

在四大师中，科特勒是中国最亲近的一位，他在过去的10年里，每年到访中国4至5次，为多家公司提供营销咨询服务。很显然，这个全球人口最多的大国，为他的营销思想提供了无穷的灵感和商业服务机会，同时也提出了挑战。

2008年，中国爆发三聚氰胺事件，奶粉行业所有善于营销推广的明星企业遭遇灭顶之灾。之后，一家中国杂志就这一事件访问了科特勒。

科特勒：在日本，如果一家公司的总裁遇到丢脸的事情，有时会剖腹自杀，羞耻是他们文化的一部分。羞耻感在中国是个大问题吗？

记者：不，我们有不同的文化。科特勒：羞耻感不起作用的话，罪疚感呢？

记者：说不准。罪疚感更多存在于西方文化中。

科特勒：那么面子呢？面子问题在你们的文化中也不明显吗？

记者：面子是我们的文化。不过面子问题主要发生在认识的人之间，比如朋友之间和社区之中。

科特勒：明白了。（他此刻的表情估计很复杂）

在第15版的《营销管理》中，科特勒把科技、全球化和社会责任并列作为全书重点阐述的三大变革力量，其中，关于社会责任，他写道：由于市场营销的影响会扩展到整个社会，营销人员必须考虑其活动的道德、环境、法律和社会联系。

不知道科特勒写到这里的时候，有没有想起几年前关于三聚氰胺事件的那场对话。

注：在营销学界，不乏经典传世之作，值得推荐的书有：大卫·奥格威，《一个广告人的自白》；唐·舒尔茨，《整合营销传播》。

据：吴晓波频道



环保菜摊

刘兵

么妹接手表哥的菜摊位后，开业的当天就给中老年顾客耳目一新感：各种时令蔬菜码放得错落有致，地面冲洗得干干净净，上方的显示屏滚动播放着价格以及农药残留的检测结果，电脑打结算单并记录顾客的交易信息。她还放了大招，凡买菜金额达到十元以上者，赠送一把葱或小堆蒜头；若在对面摊位购买鸡蛋或豆腐，免费提供可循环使用的包装容器，但条件是下次须将此物带回；凡登记了基本信息的顾客，可领取一只印有么妹菜摊美观结实可循环使用的布质购物袋，而其它蔬菜不再另行提供塑料袋；另外，若累计达到二千的积分，则可领取一篮鸡蛋或等值其它的时令蔬菜。

那时正值早购高峰，菜场内顾客川流不息。菜总是要买的，还不如到么妹摊前得实惠。大爷老婶们自觉地排起了队，一直延伸到菜场外面。他们夫妻俩忙得不亦乐乎。老公负责过秤打标，么妹则登记顾客，小心翼翼地把大葱、芹菜、萝卜、蒜苗、茼蒿按轻重分量装入免费布袋里，并在上面放好赠品，微笑着交代：大爷，您再光顾，一定要带上这专属布袋哟！大妈，要不您再买点热豆腐或鸡蛋，我们提供可循环使用容器，保准在路上摔不坏哦！老年人做事讲究慢、划算和保险。经么妹这么一番热心推荐，又能得一套免费的印字包装袋，当天，对面老叔摊位的销售额也跟着上升了近三倍。

由于兜售的时令菜更抢鲜，信息公开透明，还给顾客送实惠，么妹的菜摊成了家庭主妇尤其是老年群体的首选。其他摊主也跃跃欲试，有意模仿之。顾客体验后，感到唯一不便之处就是不提供免费塑料袋。么妹每次都耐心地解释，她的定位就是环保菜摊，从源头上减少塑料袋的滥用和任性。前几年曾掀起过一阵限塑风，超市对大的结实的购物袋收费五毛到一元，有些客户舍不得，就自带购物袋进超市。在菜场购物逛下来，大伙想想，每户至少要用去几十条袋子吧？君不见，每天的垃圾桶里外卖用过的塑料盒和餐盘占多大的比例？白白消耗了多少资源啊！我们不能再将废塑料袋给垃圾增量。现在国家正推行垃圾分类。为配合此计划，以后本摊位将免费提供一只可降解材料做的袋子，给各位大伯老婶装厨余垃圾。行不？么妹每次耐心的解释最后都成了既朴实又现身说法的演讲，顾客和旁边摊主觉得她的初衷顺潮流，应大势，纷纷点赞许：其实，消费习惯也可以改，环保意识要从点滴践行。从当天开始，集腋成裘，汇小溪成江河，从而减轻资源过度消耗。

现在，菜场又有好几家摊主给顾客提供棉质购物袋，买把芹菜、大葱等用自带的布袋提着，并不丢人现眼。兜售塑料袋和便捷的塑料容器的商贩觉得现在菜场的生意开始变得特难做。这也许是么妹菜摊产生的环保效应吧！

由此，我们十分佩服么妹为改变人们无节制滥用塑料袋的消费习惯的勇气和韧劲。其力量虽微薄，但环保意义的影响大而深远。但愿，都市里新业态的环保菜摊会变得越来越多。