当前社会矛盾的新特点

□ 刘建明

随着改革开放向纵深推进，社会群体之间的利益整合与利益分化呈现新趋势，处于社会转型期的当代中国社会矛盾与社会问题呈现新特点。从整体上来看，这些社会矛盾的性质属于广大人民群众在根本利益一致基础上非对抗性的、具体的、常态化的人民内部矛盾，是一个社会前进过程中的正常现象。但同时也应该清晰地看到，当前社会矛盾呈现数量增多、规模扩大、程度加深、范围拓展，突发性事件增多等特点，如果处理不当极易干扰改革发展大局。

从矛盾的表现形式来看，从隐性走向显性、从单一走向叠加，是当前社会矛盾呈现的突出特点。

在全面深化改革的当下，各种利益的分化、调整和重组逐渐触及核心区和深水区，各种利益主体的博弈日趋激烈，不同利益主体之间的矛盾也逐渐从隐性走向显性，从后台走上前台，各种社会矛盾呈现公开、直接、显性的特点。在社会矛盾呈现显性化特征的同时，社会矛盾的内容从以往较单一的以经济利益为中心逐渐走向经济、文化、社会和生态等利益交织叠加为特点的矛盾新常态，社会矛盾所指向的内容日趋复杂多元。传统的社会矛盾主要是以经济利益为矛盾中心点，但随着经济社会发展和人民生活水平的提升，人们在强化物质需求的同时，精神要求、文化要求和环境要求日益增强，从而使得原本单一经济诉求演变为多种诉求的叠加，主要表现在为社会诉求同经济问题相交织，环境问题与发展问题交互在一起，表现在矛盾内容上呈现出矛盾叠加的特点。从矛盾的状态来看，近年来社会矛盾程度有上升趋势，在化解社会矛盾过程中确实存在“不闹不解决、小闹小解决、大闹大解决”的现象，从而致使一些矛盾主体在利益表达过程中，往往采取非理性方式来表达诉求，甚至有极少数法律意识薄弱、分不清什么是正常表达诉求行为和不法行为的人，越来越多地采取极端性方式如暴力抗法、破坏社会秩序等手段来吸引社会舆论的关注，以寻求解决诉求的途径。



从矛盾成因来看，利益因素与心理因素交织，个人意识凸显与制度缺陷共存，是当前社会矛盾生成的新特点。

正如马克思所言，“人们奋斗所争取的一切，都同他们的利益有关”。从本质上说，社会矛盾的生成与化解均是以利益为内核。随着改革向纵深推进，人们对利益的需求不断丰富和饱满，一些传统的没有被意识到的利益被唤醒而走到了前台，利益诉求的复杂化、多元化成为一个新的特点。与此同时，由于贫富差距问题、腐败问题、发展的公平正义问题等交织在一起，尤其是行业收入差距和城乡收入差距呈现不断加大的趋势，使得部分群体心理不平衡感在上升；相关部门一些民生政策不完善、执行措施不到位，直接致使一部分群众利益受损，从而对社会发展的感知不一致。这些都极易造成一种不和谐的社会心理态势，在利益因素和心理因素的双重交织下，减弱了群众的获得感，从而延伸到对党和政府的政策产生不满情绪，往往为了一点小事就要不罢不休，制造事端从而引发社会矛盾。改革开放不仅带来了经济社会的发展，也使得人们思想观念发生深刻变化，传统的个人利益无条件地服从集体利益的观念受到挑战，以个人为中心的利益格局得到强化，个人的权利意识增强，在利益博弈面前简单的个人服从集体的观念在实践推进中受到阻碍，在传统的利益分配体制机制下，各种社会矛盾不断涌现。

从矛盾的发展态势来看，新时期的社会矛盾极易形成积聚效应，从“小问题”演变为“大矛盾”。

以互联网为代表的新媒体发展使得人们对信息的获得不再局限于单一的渠道。社会不同个体借助于网络构建起相应利益共同体，从而形成网络跨区域的利益群体。社会群体会通过各类新媒体就所关注的焦点问题进行组织和动员，极易使得一个平常的甚至不起眼的小事件在互联网的放大下酿成一个大问题。近年来社会矛盾的一个突出特点就是群体性事件的急剧上升，无论是上访还是聚众闹事，都会利用网上发帖、微信短信通知等方式进行联系，经常是聚集前化整为零，需要时随叫随到，短时间就能形成规模性聚集。这就要求我们对化解传统的小问题引起高度的重视和警觉。另一方面社会矛盾的化解方式和处理方法是新时期一个值得思考的现实问题，一些地方和部门不能正视矛盾本身，而是刻意掩盖社会矛盾，从而致使矛盾的处理背离矛盾本身，要么为了稳定而息事宁人，要么用简单粗暴方式强制处理。这些过度注重短期效果的处理方式，不利于社会矛盾的根本解决，反而会为激化新的社会矛盾留下隐患。

有感而发

精准扶贫须尊重扶贫对象意愿

□ 袁金辉

精准扶贫是未来脱贫攻坚的基本方略，是推动扶贫工作提质增效的重大举措。精准扶贫首先就是要弄准哪些是贫困家庭、哪些是贫困人口，其次才是因户施策，因人而异。脱贫是与贫困人口自身息息相关的事情，采用什么样的方式脱贫等问题一定要尊重扶贫对象意愿。

精准扶贫对象确定需要尊重本人意愿。精准识别贫困人口是精准施策的前提，只有把需要扶贫的对象搞清楚了、弄准确了，才能做到因户施策、因人施策。但扶贫对象的确定不能光由指标说了算，不能光从数字中判断，还必须在充分了解的基础上，尊重扶贫对象本人的意愿。首先，是对贫困标准的认可问题，我国现行的贫困标准是按照年人均纯收入来确定的，但在同样的收入标准下，每个家庭的情况也不一样，尤其是支出情况不一样。比如，有的贫困家庭虽然现金收入不高，但由于生活资料基本能够自给，其他教育医疗的开支也不多，这样导致支出不高，这种情况下就不一定非要把他确定为贫困家庭或贫困人口。其次，是对贫困身份的认同问题。一些群众虽然现金收入少，但是温饱不成问题，虽然物质上贫困，但是精神不贫困，甚至精神富裕，幸福指数很高，在这种情况下若他们本人不愿意成为扶贫对象是可以理解的。最后，要尽量避免扶贫对象的指标化。在过往的贫困对象确定工作中，多半是通过层层下达指标的方式来确定扶贫对象。这样虽然也能找出相对贫困的困难群众，但还是不能精准确定扶贫对象，有时反而有可能在贫困农村激发新的社会矛盾，让一些生活相对稳定的家庭或乡村干部的关系人成为扶贫对象，而一些真正需要帮扶的困难户有可能被拒之门外。此外，还需要注意的是，贫困人口的确定也是相对的，是需要动态调整的。有些贫困人口经过脱贫帮扶走上了致富道路，应该及时根据本人意愿进行调整，而一些非贫困人口也许因为自然灾害、子女教育、大病住院等原因需要及时纳入扶贫攻坚的对象。

采用何种方式脱贫要和扶贫对象充分协商。脱贫致富的方式和路径很多，有的需要发展产业，有的需要易地搬迁，有的需要生态补偿到位，有的需要发展教育，还有的需要通过社会保障兜底解决，但不管通过那种方式，都需要尊重困难群众的意愿进行。以产业扶贫为例，过去都是政府主导、大水漫灌，不仅导致跑冒滴漏、贪腐现象严重，而且还造成往往政府鼓励引导的产业后来都因为市场迅速饱和导致谷贱伤农，这样的事例举不胜举。未来的产业扶贫，一定要在充分调研并扶贫对象反复协商的基础上，引入市场主体参与扶贫项目，而不能由政府大包大揽，这样一方面能保证市场经济条件老百姓的稳定收益，还能厘清政府和项目主体的关系，增强其监督功能的实效。在搬迁扶贫中，更要尊重当事人意愿。一些困难农民虽然生活条件很艰苦，但故土观念很重，不愿意搬迁到其他地方生活居住，这时就要加强思想引导，千万不能搞一刀切或强迫命令。而对于那些完全或部分丧失劳动能力的贫困人口，要全部纳入农村低保。但同时也不能“养懒汉”，把一些好吃懒做或者是贫困程度不够的人口纳入扶贫脱贫范围。在扶贫的方式和路径上，个人认为，对于某些贫困地区某些贫困人口，政府只需要把当地的基础设施得以完善，同时把老百姓的教育问题、医疗问题从根本上加以解决，至于老百姓种什么，养什么，发展什么，要顺其自然或提供侧面引导和服务，这样的扶贫模式和理念也许更值得推崇和尊重。

要调动扶贫对象参与精准扶贫的主动性。贫困群众是扶贫攻坚的对象，更是脱贫致富的主体。党和政府有责任帮助困难群众脱贫致富，但是绝不能大包大揽，更不能助长“等、靠、要”思想。为此，一定要调动贫困群众参与脱贫致富的积极性和主动性。一方面，要引导和支持所有有劳动能力的人，依靠自己的双手开辟幸福生活。人穷志不短，扶贫先扶志。脱贫致富终究要靠贫困群众用自己的辛勤劳动来实现，精准扶贫，就是要扶起贫困人口自主脱贫的志气，增强自我奋斗的决心和勇气。另一方面，要尊重扶贫对象的主体地位，各类扶贫项目和扶贫活动都要围绕群众需求进行。尤其是产业扶贫，一定要与贫困地区的实际情况结合，因为是以扶贫为目的的产业发展，因此产业一定要符合扶贫地区的地理环境需求和帮扶困难群众的实际需求。同时，还要鼓励贫困群众自己探索创新脱贫致富的方式和路径。此外，还要以促进人全面发展的理念来推动扶贫工作，要在落后的贫困地区倡导现代文明理念和现代生活方式，丰富贫困地区群众的精神文化生活，以提升他们的精神风貌，激发贫困群众奋发脱贫的热情和激情。



（上接1版）我们将按照《路线图》，深入研究出口形势、广泛搜集经贸项目、分类分级开展甄选、利用全媒体渠道进行发布，加强贸促系统出口促进工作合力，提高出口促进服务效率。今后，《路线图》将每年发布一次。

帮助企业应对贸易摩擦

记者：请问您如何看待当前我国出口产品遭遇的贸易磨擦问题？贸促会又如何帮助企业加以应对？

姜增伟：近些年来，随着我国出口在国际市场份额的不断上升，我国出口产品遭遇的贸易摩擦居高不下。特别是国际金融危机以来，受世界经济复苏乏力、国际市场需求不振、贸易保护主义抬头等因素影响，不管是发达国家还是发展中国家，都频繁对我国产品发起贸易救济调查，我国钢铁、轮胎、陶瓷等产业发展受到很大影响。截至2015年，我国已连续21年成为世界上遭遇反倾销调查、连续10年成为遭遇反补贴调查最多的国家。应该说，我国遭遇越来越多的贸易摩擦已成为一种常态。对此，我们要以平常心看待，一方面要按照国际通行规则积极应对、妥善化解，实现互利共赢；另一方面要加快我国外贸转型升级步伐，提高产品科技含量和附加值，让全世界的消费者享受到更多更好的“中国制造”。

应对贸易摩擦的主体是企业，但政府部门、行业协会也肩负着义不容辞的责任。贸促会与境外一些行业组织、政府部门联系较多，沟通交流比较方便，同时与境内企业联系也很密切，对企业的影响力和公信力较强，在组织行业企业应对经贸摩擦方面具有得天独厚的优势。为有效维护行业企业利益，中国贸促会和所属的中国国际商会从2014年下半年开始启动经贸摩擦应对工作，已经取得了实实在在的成果。

2015年，我们集中力量组织10个行业的300多家企业应对13起社会影响较大的经贸摩擦案件，涉及贸易救济、关税壁垒、技术壁垒等，涉案金额24亿美元，案件结果直接关系到数万家出口企业的切身利益。在美国对我发起的铁制机械传动部件“双反”案中，通过我会组织行业提交技术抗辩数据，美起诉方被迫三次缩小涉案产品范围，我企业涉案金额从立案时的2.84亿美元大幅下降至4000万美元。在巴西鞋类产品反倾销日落复审案件中，我会代表行业积极抗辩，最终争取到裁决结果比原审税率降低26%。我们在全国设立了52个预警机构，基本覆盖了贸易摩擦多发地区和重点行业，共发布“两反一保”、技术性壁垒、关税壁垒、产品安全等预警信息2600多条，直接服务2万多家外经贸企业。我们还在全国组织了20多期经贸摩擦应对培训班，共培训企业代表和全国贸促系统工作人员4000多人次。

需要强调的是，我们在比利时布鲁塞尔设立了中国国际商会驻欧盟代表处，专门从事对外经贸游说和摩擦应对工作。这是我国民间组织在海外建立的第一个常设专业游说机构，被国际社会认为是我国熟练运用国际规则应对经贸摩擦的重要体现。

总的看，贸促会参与贸易摩擦应对工作起步较晚，但发展很快、力度很大，成效也很明显，得到了政府有关部门和行业企业的普遍认可，现在有越来越多的企业主动上门求助。我们有决心也有信心把这项工作做好，为企业营造更加公平的贸易环境，更好地帮助行业企业维护正当权益。下一步，我们将在有关部门指导下，全面推进贸易摩擦应对工作，特别是面对我国钢铁遭遇的贸易摩擦愈演愈烈的新情况，在全力以赴做好个案法律抗辩的同时，大力推动中外钢铁行业交流和官民对话，努力化解经贸摩擦，实现互利共赢。

积极参与“一带一路”建设

记者：请问贸促会在推进“一带一路”建设方面将开展哪些具体工作，主要抓手有哪些？

姜增伟：“一带一路”是习近平主席提出的重大合作倡议，是推动开放合作、促进和平发展的中国方案，是纵贯古今、统筹陆海、面向全球的世纪蓝图，得到国际社会广泛关注和许多国家积极响应。目前，“一带一路”建设取得阶段性成果，积极效应正在显现。实干是“一带一路”宏伟蓝图变成美好现实的必由之路。“一带一路”建设的顺利推进，既需要相关国家、国际组织的广泛支持和国内外企业的积极参与，也需要发挥各类贸易投资促进机构、行业协会商会等的作用。作为中国最大的贸易投资促进机构，贸促会认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，已经并将继续积极投入到“一带一路”建设的伟大事业中。

两年多来，我们充分发挥“亦官亦民”的身份优势、“四位一体”的体制优势和广泛联系国内外工商界的渠道优势，积极参与“一带一路”建设。一是完善与沿线国家和地区的多双边工商合作机制。我们已建成中国—南亚商务理事会、中国—东盟商务理事会、中国—阿拉伯联合商会、中国—中东欧国家联合商会等一批多边工商合作机制，与新加坡、俄罗斯、蒙古、伊朗等20多个国家建立了双边工商合作机制，基本形成了覆盖“一带一路”沿线主要国家和地区的工商合作网。二是以“一带一路”建设统领贸易投资促进工作。

2015年，贸促系统组织赴沿线国家办展参展240多场次，取得丰硕成果。出台《贸促会参与“一带一路”建设贸易投资促进工作方案》，要求全国贸促系统加强配合与协作，形成合力参与“一带一路”建设。三是积极推动与沿线国家的经贸交流与合作。成功举办中俄蒙商务论坛、中国—东盟商务与投资峰会、中阿工商峰会、孟中印缅商务论坛等多场工商界交流活动。我们还与国际商会共同推广国际商事规则，与相关沿线国家开展国际商事规则应用交流，提高贸易投资便利化水平。

下一步，贸促会将从以下三个方面全力以赴推进“一带一路”建设。一是利用工商合作机制宣传政策主张。借助亚太经合组织工商咨询理事会、二十国集团工商领导人峰会平台，与国际商协会充分交流合作，参与国际经贸规则制定，推进落实相关倡议。借助上海合作组织中国实业家委员会、中国-东盟商务理事会等多边合作机制，宣传“一带一路”倡议及我政策主张。二是搭建全方位经贸合作平台。全力办好配合国家领导人访问相关装备制造展，与相关地方政府联合举办21世纪海上丝绸之路国际博览会、丝绸之路国际博览会等经贸活动。组织贸易投资促进团组赴沿线国家开展产品推介和项目对接，做好沿线国家重点经贸合作区投资促进。三是完善经贸合作综合服务体系。不断加强商事调解、经贸仲裁、海损理算、敦促履约、法律顾问咨询、国际惯例推广、知识产权保护、经贸摩擦应对等涉外商事法律服务，继续做好市场信息提供和税务、金融、通关等方面的咨询和培训，提高企业经营水平和风险管控能力，帮助企业开拓沿线国家市场。

在对外交往中讲好中国故事

记者：虽然现在通过互联网等高科技手段，各国家之间可以增加了解，但国外对中国还是有一些误解。我们知道，为促进双方投资合作，贸促会通过开展会议、展览等一些国际贸易活动，来展示中国企业的形象和实力，其实这也是展示中国文化，提升中国软实力的一个重要途径。

姜增伟：我认同这一观点，并且贸促会已着手相关工作。习近平总书记在全国宣传思想工作会议上强调：“要精心做好对外宣传工作，创新对外宣传方式，着力打造融通中外的新概念新范畴新表述，讲好中国故事，传播好中国声音。”讲好中国故事，是事关中国自身发展以及构建中国与世界新型合作共赢关系的重大战略性问题。在开展对外工作中讲好中国故事、传播好中国声音是贸促会工作的重要内容，也是义不容辞的责任。

举办展览论坛、召开国际会议是开展贸易投资促进工作的重要抓手，是推动出口增长最有效和最经济的方式之一，也是宣传我国国家和企业形象、展示国家文化和企业实力的重要平台。近年来，贸促会锐意改革创新，放大功能作用，努力提升现有展览论坛水平，通过发挥展会论坛多功能平台的作用和优势，落实国家“一带一路”建设、国际产能合作、外贸优进优出等重大战略，兼顾经贸效益和公共外交。

贸促会根据工作需要，在突出贸易、投资、产能、装备制造的同时，积极宣传人文交流合作成果。2015年，贸促会高水平完成了中国（巴西）装备制造业展览、第六届俄罗斯国际创新工业展中国馆和中非装备制造业展等承办任务，取得良好的政治、经济和社会效益。不久前举办的澜沧江—湄公河国家合作展，以“同饮一江水，命运紧相连”为主题，全面展现我国与湄公河五国合作的丰硕成果和发展前景，较好地配合了澜沧江—湄公河合作首次领导人会议，受到中外各界的广泛好评。

通过境外展览塑造国家亲和力，宣传国家形象和实力。贸促会从参展企业代表性、展出商品档次、展览设计搭建等多个方面提升展会质量，精心设计配套经贸论坛与文化交流活动，并以图片、影像、实物等形式，现场展示中国社会、人文、文化及现代化建设的成就，加深了国外民众对中国日益增长的经济实力和国际影响的印象。尤其是在赴未建交国家举办的中国贸易展览会上，针对中国贸易展览会普通民众多、观众流量大的特点，贸促会制定国家形象整体宣传方案，在展会整体风格、展位结构设计等方面深度挖掘中国传统文化元素的魅力，辅以实物、文字、图片、视频播放等多种展示手段，全面深入地向当地民众展示我国改革开放以来所取得的经济建设成就和现代中国的崭新形象。同时，配套组织慈善捐赠、大学演讲、文化体验等活动，以实际行动展示中国的开放和友好。