本版编辑：楚双志 版式设计：李 婧 E-mail：w4@studytimes.cn Tel：010—68929851

彰显政策性金融的担当作为

□ 赵富洲

2月23日，习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上讲话，为战胜疫情、推进经济社会全面发展指明了方向，提供了根本遵循。讲话提出，要用好政策性金融。作为政策性金融机构，农发行山东省分行将深入学习贯彻习近平总书记要求，把统筹支持疫情防控和经济社会发展作为落实“两个维护”的具体行动，发挥好政策性金融“当先导、补短板、逆周期”三大作用，在大战大考中展现政策性金融的担当作为。

强化行动自觉，发挥好政策性银行“当先导”作用

当前，打赢疫情防控阻击战任务仍然十分艰巨。习近平总书记在讲话中指出，“打疫情防控阻击战，实际上也是打后勤保障战”。打仗最终打的是消耗，需要强大的后勤保障和经济支撑。政策性金融机构应切实增强责任感、紧迫感、使命感，发挥好示范引领作用，积极主动提供优质高效的金融服务，争做防疫后勤保障金融主力军。

带头执行政策。党中央、国务院围绕疫情防控和经济社会发展出台了一系列政策部署，在金融领域出台了人行专项再贷款、小微企业专项信贷额度、财政贴息、延期还本付息等政策。政策性银行应加强政策学习，吃透政策精神，把握政策要求，确保政策执行过程中不走样、不跑偏、不打折；要带头执行政策，做到令行禁止，政策倡导的坚决执行，政策禁止的坚决不做。坚持“不以盈利为目的”的政策属性，疫情面前，多算政治账、少算经济账，执行好各项优惠政策，从贷款利率、结算费用、中间业务等方面出台减费让利举措，积极让利于企、让利于民，切实降低受疫情影响企业的融资成本，帮扶企业渡过难关。

带头提供支持。疫情面前政策性银行应冲锋在前，通过带头开展金融支持，体现一种政策导向，引导商业性金融的介入。政策性金融更要突出支持的精准性，要明确重点、靶向发力，及时向医用物品、医疗设备、生活物资和防疫物资生产、运输、销售和采购的重点企业提供优质金融服务，特别是对企业因生产防疫及生活物资而产生的资金缺口，应积极给予支持，以资金供应的“不断档”保障企业开工“满负荷”，为抗疫前线提供充足“弹药”和坚强后盾。在当前抗击疫情的特殊时期，应以“赶考”心态和“战时”状态做好金融服务，坚持特事特办、急事急办，启动应急通道、绿色通道，切实提高办贷效率，使资金在最短的时间内到位。疫情发生以来，农发行山东省分行积极对接防疫和生活物资重点保障企业，已经向22家企业发放疫情防控应急贷款8.6亿元。其中，全国和山东省疫情防控重点保障企业达16家，4.1亿元，有效支持了医药、防护用品、消杀用品、农副产品的生产流通以及医疗监测点建设。

带头合规经营。在支持疫情防控的关键时刻，规矩意识不能丢，金融秩序不能乱。政策性银行应做金融行业自律的带头人，发挥示范效应，维护金融市场秩序。在金融支持过程中，严格遵守各项政策规定，向真正有资金需求的企业提供支持，把好钢用在刀刃上，严防借防疫之名行不实之事，造成政策性优惠资金被挪用。特别是对全国和省级重点保障企业，政策性银行应坚持原则，守好行业底线，既要防止恶性竞争，一味采取低价策略，不正当抢占客户，又要防止一哄而上“垒大户”，造成过度授信，埋下风险隐患。

扛起使命担当，发挥好政策性银行“补短板”作用

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。完成两大目标任务，脱贫攻坚最后堡垒必须攻克，全面小康“三农”领域突出短板必须补上。这次疫情也暴露出我国在重大疫情防控体制机制、公共卫生应急管理体系等方面还存在明显短板。农发行作为专司“三农”业务的政策性银行，服务“三农”和脱贫攻坚是主责主业，支持完善应急物资保障体系和公共卫生服务体系也是义不容辞的责任，在国家需要的关键时刻，要按照“拉得出、冲得上、顶得住、打得赢”的要求，发挥金融助力作用，积极补齐各项短板。

支持补齐脱贫攻坚短板。习近平总书记在讲话中指出，“今年脱贫攻坚要全面收官，原本就有不少硬仗要打，现在还要努力克服疫情的影响，必须再加把劲，狠抓攻坚工作落实”。作为东部地区的金融机构，农发行山东省分行统筹支持省内扶贫和东西部扶贫协作，扶贫贷款余额220亿元，长期居于山东金融系统首位，发挥了金融扶贫先锋主力模范的作用。当前，应及时摸排、评估疫情对贫困地区、贫困人口的影响，采取针对性的精准帮扶措施，帮助他们将疫情的影响降到最低。要继续紧盯革命老区、黄河滩区、湖区、库区等相对贫困地区和特殊贫困群体，重点依托产业扶贫模式，支持扶贫龙头企业、扶贫车间尽快复工，吸纳当地就业，解决好本地贫困人口脱贫。同时树立全国一盘棋的思想，通过一定的优惠措施，支持引导企业积极参与东西部扶贫协作，组织开展劳务对接、产销对接等，吸纳西部贫困地区劳动力到东部就业，解决贫困地区农副产品卖难问题。研究接续支持扶贫工作，主动谋划脱贫攻坚与乡村振兴在融资支持上的衔接，激发贫困地区和农村低收入人口发展的内生动力，持续巩固提升脱贫成果，集中优势力量，助力坚决打赢脱贫攻坚战。

支持补齐“三农”领域突出短板。我国发展中最大的不平衡是城乡之间的不平衡，最大的不充分是农村发展不充分。“三农”本就是全面小康的最大短板，当前更要通过积极的金融支持，有效缓冲疫情对农业农村的冲击。特别是目前正处于春季农业生产的关键时节，一旦因为疫情贻误春耕备耕时机，将对全年农业生产、粮食安全乃至经济社会稳定产生不利影响。农发行山东省分行要充分发挥深耕“三农”金融的优势，大力支持种子、化肥、农业、农机等农业生产资料供应，支持农田水利基础设施建设，增加高标准农田面积，改善农业灌溉条件，促进春耕备耕的开展，确保农业生产不误农时，打牢农业基础。要全力支持国家储备粮油增储轮换和粮食收购，促进农民将手中余粮变现，提升农民种粮积极性，为农业增产、农民增收保驾护航。同时，大力推动实施乡村振兴战略，构建全面支持乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴的业务格局，打造乡村振兴齐鲁样板，推动农业农村现代化，补上全面小康的短板。

支持补齐公共卫生和应急保障体系短板。针对这次疫情暴露出来的短板和不足，党中央部署完善重大疫情防控体制机制和国家公共卫生应急管理体系。农发行山东省分行应积极跟进，结合自身业务范围，重点支持农村地区防控能力建设，推进县级医院和标准化乡镇卫生院建设，改造提升村卫生室，消除医疗服务空白点，改善农村基层医疗卫生服务。大力支持健全统一的应急物资保障体系，配合国家有关部门健全国家储备体系，科学调整储备的品类、规模、结构，提升储备效能，及时充足供应政策性储备物资所需资金，保障应急保障物资关键时刻调得出、用得上。

履行调控职能，发挥好政策性银行“逆周期”作用

疫情不可避免会对我国经济社会造成较大冲击，但疫情的冲击是短期的、总体上是可控的，我国经济长期向好的基本面没有改变，要通过加大政策调节力度，把我国发展的巨大潜力和强大动能充分释放出来，实现今年经济社会发展目标任务。习近平总书记在讲话中指出，“宏观政策重在逆周期调节”。政策性银行承担的是国家使命，配置的是国家资源，体现的是国家意志，是国家宏观调控政策工具之一。逆周期调节是农发行的特定属性，越是经济下行时刻，越需要农发行逆势而上，以“越是艰难越向前”的勇气，主动跟进国家调控方向，提升金融服务质效，筑牢经济发展底板，推动经济社会稳健发展。

大力支持企业复工复产。结合农发行业务范围，重点围绕脱贫攻坚、粮食全产业链、生猪全产业链、普惠小微贷款、重要农副产品生产供给、农业科技成果转化、国家重点战略、绿色生态项目、农业农村基础设施民生工程、其他涉农中小微企业等十大领域，支持企业精准复工复产，提供绿色通道和差异化信贷政策，对企业复工资金需求做到应贷尽贷、应贷快贷。积极发展供应链金融，加强上下游产销对接，通过对产业龙头企业的支持，全力稳定产业链、畅通供应链，带动上下游企业顶住冲击、有序复工。对受疫情影响较大的民营小微企业，用好专项信贷额度，提供优惠信贷支持，调整完善企业还款付息安排，加大贷款展期、续贷力度，适当减免小微企业贷款利息，防止企业资金链断裂，与企业同舟共济、共克时艰。目前，农发行山东省分行已发放贷款29.1亿元，支持企业复工复产105家，发放中长期贷款255.7亿元，支持148个基础设施重点项目复工建设，为经济社会平稳运行注入了金融活水。

统筹支持“六稳”工作。通过政策性金融支持，加大“六稳”工作力度，更有效应对疫情对经济运行的影响。通过支持企业复工复产，特别是纺织等劳动密集型企业，增强劳动力吸纳能力，稳住就业；高度关注疫情带来的风险，加强信用风险防控，有序化解地方政府隐性债务，打赢防范化解金融风险攻坚战，稳住金融；充分发挥山东省农业进出口大省的优势，支持战略性、资源性农产品进口和农副产品、农村名优特新产品出口，稳住外贸；积极支持山东自贸区、上合组织经贸合作示范区建设，改善投资环境，增强外商吸引能力，稳住外资；加大对农业农村和城乡一体化发展领域的重大项目、民生项目的支持力度，扩大有效投资额，增强经济拉动能力，稳住投资；通过政策性金融支持，传递政策导向，释放经济发展信心，稳住预期。

有效激发经济新潜能。此次疫情对人们的生产生活方式产生不小影响，催生出一些未来的发展趋势。政策性金融应增强前瞻性、引领性、创新性，科学认识产业发展可能出现的深层次变化，抢先支持和培育新的经济增长点。同时，要把支持复工复产与扩大内需、激发动能结合起来，着力拉动经济增长。探索支持新兴产业，在农发行业务范围内，探索对新技术、新产业以及5G网络、数据中心等新型基础设施建设的支持，推动产业变革和新兴产业发展；积极服务国家战略，大力支持黄河流域生态保护和高质量发展，支持山东建设为黄河流域对外开放桥头堡和高质量发展排头兵，打造地方经济发展新引擎；积极支持扩大内需，支持仓储保鲜冷链物流等农村流通体系建设，支持扩大电子商务进农村覆盖面，打通农村物流“最后一公里”，充分挖掘农村消费市场巨大潜力，积极支持文化、生态、乡村旅游产业，把被抑制、被冻结的消费释放出来，让实物消费和服务消费得到回补。积极支持改善人居环境，以疫情防控为切入点，积极支持环境保护和生态修复，支持“厕所革命”、村容村貌提升、农村生活垃圾和生活污水治理，有效改善农村人居环境，提升农村卫生水平，降低疫情灾害发生率。

（作者系中国农业发展银行山东省分行党委书记、行长）

改革不停顿 创新不止步

——中国联通启动大市场统筹运营组织体系改革

近年来，中国联通深入践行新发展理念，顺应数字化转型的大潮流，以混合所有制改革为契机，保持聚焦创新合作战略定力，大胆探索和实践企业互联网化运营模式，在“五新”联通建设上迈出一条差异化发展之路。近日，中国联通在深化改革方面又有“大动作”，集团公司党组坚持疫情防控与改革发展“两手抓”，在2月下旬党组召开“应对疫情转危为机、蓄势提能转型发展”专题研讨会的基础上，3月3日公司党组审议通过了《大市场统筹运营组织体系改革方案》，相关改革随之全面启动。

中国联通实施大市场统筹下的运营组织体系改革，是纵深推进混合所有制改革的再突破，是互联网化运营转型的再推进，是中国联通“聚焦创新合作”战略和“五新”联通建设的再深化。这次改革意义主要体现在以下三点：第一，这次改革是中国联通纵深推进混合所有制改革的实际行动。中国联通作为央企混改的先行者，在“混”的任务完成后，“改”的探索始终没有停歇。这次改革，也是希望在企业治理模式、治理结构与治理能力的现代化等方面进一步有所突破。第二，这次改革是中国联通全面落实“去机关化、去行政化、去层级化”的实际行动。按照中央企业“总部机关化”问题专项整改工作部署，中国联通正在全面梳理总部和各级本部功能定位，优化职能、机构、岗位设置，建立更加符合公司化、市场化的组织运营体系。政企BG改革、大市场统筹改革都是落实这一部署的具体体现。第三，这次改革是中国联通顺应防控新冠肺炎疫情助力全社会数字化转型变革、打造数字化服务能力的实际行动。当前，电信业正处于新旧动能转换的关键时期。过去以成本驱动的发展模式难以为继，传统业务增长缺乏动力。从行业外来看，加快5G建设发展、防控新冠肺炎疫情带来的数字化转型大潮风起云涌，线上线下一体化、集约化的消费与运营模式成为必然选择。面对新形势、新任务，需要加快推进公司运营模式转变，强化市场和资源的统筹与协同，提高市场前端组织变革的适应性，打造“体验领先、高效运营、良性增长”的数字化服务能力。改革不停顿、创新不止步。总之，改革创新是中国联通高质量发展的动力与活力所在。本次运营组织体系改革，有助于提高企业的市场敏捷性和灵活性，有助于为广大消费者提供信息通信美好智慧生活。可以说，大市场统筹的运营组织体系改革势在必行。

中国联通始终坚持问题导向，推进各领域的改革。这次运营组织体系改革前，公司有关方面做了大量深入细致的调查研究工作，充分运用实地调研、问卷分析、职责梳理、制度研究等调研方式，充分征求和吸纳各层面意见，归纳总结出目前在运营组织体系的定位、运营、支撑三个层面存在的诸多突出问题。这次运营组织体系改革，一是重点解决“三个痛点问题”，具体来讲，就是通过运营组织体系的调整优化，重点解决“统筹不足”“产品竞争力不足”“线上线下割裂”这三个痛点问题；二是化解“三对突出矛盾”，具体来讲，就是化解“增量与存量”“营销与交付”“销售与服务”这三对突出矛盾，加强产品与渠道触点间的协同，实现效率的提升；三是加快“三个转型”，通过上述努力，最终将以客户为中心，加快产品、渠道、创新三个转型，在转型需求的牵引下，厘清总部管控方式和功能定位、明确统筹内容、强化能力建设以支撑大市场统筹体系建设，有序推进大市场统筹运营体系和组织体系改革工作，建立“匹配转型、责权清晰、协作高效”的组织体系。

中国联通运营组织体系改革的主要内容是，通过改革建立大市场统筹下的总部、省分、地市及区县四级新型运营体系，按照“统筹”“产品”“运营”三大板块，整合市场线资源，让生产关系适应生产力发展。第一，在总部层面，建立以“1部2中心”为核心的运营组织体系。“1部”，即将市场部作为大市场体系的规划者和资源协调者，负责市场前后端的统筹协调组织。“2中心”，即建立大市场统筹下的“产品中心”“渠道运营中心”。第二，在省分公司层面，实现“管”“办”分离。市场营销部负责规则与策略制定、统筹资源等，可设置独立的产品、运营板块；地市公司设营销部，负责客户运营与末梢支撑；区县以末梢生产组织为载体，负责落地执行。第三，在改革节奏上，实行分阶段推进。由于大市场统筹对现有组织的承载能力、团队的支撑能力、人员的专业能力都提出了新要求，公司将根据现实情况分为两个阶段有序推进。第一阶段，重点补全大市场统筹职能，迅速提高公众市场产品能力，推进线上线下一体化，打造大统筹全运营的公众市场体系；第二阶段，通过对产品、能力的进一步统筹整合，未来待集约共享、赋能渠道条件成熟后，建立“市场部+公众BG”市场与运营解耦模式。第四，在改革的力度上，通过线上线下一体化进一步强化电商在发展中的作用。毫无疑问，从这次改革的最本质内容来看，电商的作用不仅不会削弱，而且会进一步增强。过去，电商可能作为公司的一个部门而单独存在，或者代表一类产品，或者代表一类渠道。这次改革后，全公司上下都将进一步按照互联网化的方式运作，推进整体性的数字化转型，实现线上线下的一体化融合。

中国联通运营组织体系改革后新组建的“1部2中心”，其职责定位分别发生了新的变化。大市场统筹组织体系下的市场部，未来其主要职责是负责集团营销模式的建立，并尽快转型成为公司运营发展中的“新六者”：一是在战略上，要做大市场体系的规划者；二是在协同上，要做大市场资源的协调者；三是在执行和变革上，要做领先营销模式的打造者；四是在担当上，要做互联网化运营的驱动者；五是在品牌上，要做智慧品牌的创造者；六是在合作上，要做生态合作的构建者。大市场组织体系下的产品中心，将整合市场、电子商务相关业务，负责产品的统筹管理研发，落实产品全生命周期管理，加快推动产品转型。大市场组织体系下的渠道运营中心，将整合实体渠道、电子商务相关业务，负责产品在各类触点的销售，以实现增量与存量、销售与服务、营销与交付、产品与触点之间的高效运营协同。

中国联通运营组织体系改革的主要目标是，聚焦客户价值经营、品牌塑造与传播、产品创新、全渠道运营、中台、大数据、生态合作、金融八大能力建设，形成差异化优势。为顺利推进实施本次改革，公司将在以下方面提供配套保障机制。一是人才队伍建设的配套保障，中国联通将通过培养、评价、选拔、考核、激励等一系列机制建设，实现“能上能下”“能进能出”“能增能减”，打造一批“素质优良、能力突出、凝聚力强、富有活力”的市场前端人才队伍。二是IT能力建设的配套保障，中国联通将通过持续加强业务与IT、网络协同，建立以市场牵引后台资源的协同保障机制，由市场来决定IT资源配置。

中国联通是电信体制改革的产物，改革是企业成长壮大的主旋律。集团公司党组要求公司上下全体干部员工充分理解改革、主动拥抱改革、积极支持改革、自觉投身改革。一是要充分理解改革、主动拥抱改革，特别是在当前“治理体系数字化，社会管理云大物化，企业经营互联网化，用户消费线上化”的大背景下，要清晰地认识到互联网化是大势所趋，要清晰地认识到“唯改革者进”，要坚定不移地将改革进行到底；要注重以问题为导向进行改革，加快理顺体制机制，使生产关系更加适应生产力发展的需要，使生产力得到解放。改革方案实施中，要积极弘扬正能量，各级干部和全体员工要敢于与各种不正确、不健康的错误观点和行为作斗争。二是要积极支持改革、自觉投身改革，公司党组要求中国联通各级企业、各单位要充分发挥主观能动性，进一步统筹线上线下一体化，探索新型O2O的有机体系，提升线上产品转化率；要充分运用数字化管理工具，完善“中台”管理工作；要在客户细分的基础上继续丰富产品，提升产品审批效率，做强做大互联网渠道；要保持变革时期人员和业务的稳定，实现个人与企业共成长。

中国联通培养市场前端人才队伍

当前，新冠肺炎疫情的发生，使得“治理体系数字化，社会管理云大物化，企业经营互联网化，用户消费线上化”的趋势更加明显。中国联通将坚定不移地走互联网化转型之路，坚定不移将改革进行到底，加快理顺体制机制，使生产关系更加适应生产力发展的需要，使生产力进一步得到解放，推进中国联通高质量发展，实现广大客户、员工与企业共成长。

（中国联通新闻宣传中心供稿）