国务院办公厅出台指导意见

十举措缓解企业融资成本高

本报讯　（记者　许超声）　国务院办公厅昨天发布　“关于多措并举着力缓解企业融资成本高问题的指导意见”，要求金融部门采取综合措施，着力缓解企业融资成本高问题，促进金融与实体经济良性互动。并提出十了十个方面的措施，并分解到央行、银监会、证监会、保监会及外汇局等部门。

《意见》指出，当前我国经济形势总体向好，但仍存在不稳定因素，下行压力仍然较大，结构调整处于爬坡时期，解决好企业特别是小微企业融资成本高问题，对于稳增长、促改革、调结构、惠民生具有重要意义。《意见》指出，当前企业融资成本高的成因是多方面的，既有宏观经济因素又有微观运行问题，既有实体经济因素又有金融问题，既有长期因素又有短期因素，解决这一问题的根本出路在于全面深化改革，多措并举，标本兼治，重在治本。金融部门和金融机构要采取综合措施，通过转变经济发展方式、调整经济增长结构、形成财务硬约束和发展股本融资来降低杠杆率，消除结构性扭曲，着力缓解企业融资成本高问题，促进金融与实体经济良性互动。

《意见》指出，央行要负责落实好“定向降准”措施，发挥好结构引导作用，要发挥直接融资对于缓解融资难、融资贵的重要作用。要求逐步扩大各类长期资金投资资本市场的范围和规模，按照国家税收法律及有关规定，对各类长期投资资金予以税收优惠，降低商业银行发行小微企业金融债和“三农”金融债的门槛，简化审批流程，扩大发行规模。

《意见》提出了十个方面的政策措施，并明确了各金融机构的职责分工：继续坚持稳健的货币政策，保持信贷总量合理增长，着力调整结构，优化信贷投向；抑制金融机构筹资成本的不合理上升，遏制变相高息揽储，维护良好的金融市场秩序；缩短企业融资链条，清理不必要的环节，整治层层加价行为；清理整顿不合理收费，对直接与贷款挂钩、没有实质服务内容的收费一律取消；优化商业银行小微企业贷款管理，采取续贷提前审批、设立循环贷款等方式，提高贷款审批发放效率；完善商业银行考核评价指标体系，引导商业银行纠正单纯追逐利润、攀比扩大资产规模的行为；积极稳妥发展面向小微企业和“三农”的特色中小金融机构，促进市场竞争，增加金融供给；大力发展直接融资，发展多层次资本市场，支持中小微企业依托中小企业股份转让系统开展融资，扩大中小企业债务融资工具及规模；大力发展支持小微企业等获得信贷服务的保险产品，开展“保险+信贷”合作，扩大小微企业担保业务规模；有序推进利率市场化改革，充分发挥金融机构利率定价自律机制作用，增强财务硬约束，提高自主定价能力。

MasterPass万事通助力中小企业跨境电子商务

本报讯　（记者　连建明）全球领先的B2B在线交易平台敦煌网近日宣布引入万事达卡MasterPass万事通电子支付平台服务，成为中国首家接受MasterPass万事通支付的商户，为中小企业跨境电子商务交易提供更安全、便捷和智能的支付方式。

自2013年2月发布以来，MasterPass万事通已将受理网络扩展到包括美国、英国、加拿大、澳大利亚、新西兰、意大利、新加坡在内的全球十个市场的30000余家商户。MasterPass万事通作为创新的一键式支付方式，十分适合这种小金额、高频率和多样化的交易类型，使交易双方能安全和便捷地完成货款交割。

上汽加强“头脑型”总部建设

大规模调整人事和架构

本报讯（记者　叶薇）本周三，上汽集团交出上半年业绩：上半年实现营业收入3182.62亿元，同比增长13.9%；归属于上市公司股东的净利润135.73亿元，同比增长18.37%；国产整车销售286.1万辆，同比增长11.6%。就在半年报公布前夕，上汽董事长陈虹首次接受媒体采访，对近期上汽在人事、组织架构上的变动一一回应。

陈虹透露，上汽4位高管升任集团副总裁，1人升任总工程师。组织架构也有重大调整：原战略规划部分为规划部、战略研究和知识信息中心；成立前瞻技术研究部，集中在今后两代车型的研发上；成立技术研究部，对知识产权、专利进行全生命周期的管理；信息系统部将变为信息战略和系统支持部，重点研究信息与制造业、产品开发、服务贸易等融合发展；海外业务筹备组更名为国际业务部。此外，公司董事会办公室中增加了市值管理、投资者关系牵头整合等工作。

陈虹透露，为捕捉最新技术，上汽在美国硅谷、香港等地成立风投公司，关注新能源技术、智能化、车联网、新材料等领域。“我们要从主要依赖制造业的传统企业，转变为消费者提供全方位产品和服务的综合供应商。”

下周一汽柴油价格可能下调

本报讯（记者　叶薇）8月18日24时国内汽柴油零售调价有望再度迎来下跌。据安迅思数据模型测算，下周一国内汽柴油零售价下跌幅度在190元/吨，测算到零售价格90号汽油和0号柴油（全国平均）可能每升分别降低0.14元和0.16元。

批发市场对此次下调价格预期也在日渐加重，下游玩家采购意愿低迷，成交气氛的清淡致使国内汽柴油批发价格不断小幅走跌，预计在下周调价兑现后，可能会有一轮补货需求。根据国内现行成品油定价机制调价周期测算，9月1日24时将迎来2014年的第十七轮汽柴油调价节点。

天猫发布时尚整体战略

构建电商时尚生态圈

定制时尚大片、建立专题导购、打造时装秀；为消费者提供与国际时尚界同步的时尚趋势和潮流，与T台同步的品牌全网新品首发，让消费者能“边看边买”……昨天，天猫发布了时尚战略，通过打造时尚媒体立体营销体系，在品牌商和消费者之间实现无缝对接，建立电商时尚生态圈。

消费者可以“边看边买”

在品牌包装方面，天猫为单一品牌商提供量身定做的时装秀和丰富的时尚大片。大片通过时尚集团旗下的《COSMO》和《BAZAAR》杂志别册和广告进行线下呈现，同时在天猫新风尚活动页面展现。在品牌推广方面，天猫即将开展11场“新风尚”活动秀，邀请数十位国内一线时尚潮流意见领袖和明星到场，由知名模特摄影师造型师联袂打造时尚大片联合大赏。参与走秀的品牌商，覆盖国际名牌、国内知名品牌、天猫原创等品牌成长各个阶段。

天猫采用创新技术理念，改进客户端设置，在消费者能够实现用手机电脑“看秀”的同时，可以在页面直接点击购买模特所穿搭配，实现“边看边买”的全新购物体验。此外，消费者在读赏时尚杂志以及在线浏览时，通过手机天猫客户端扫码，即可直达所见品牌和活动页面，将视觉盛宴享受转化为轻松购买体验。

时尚媒体多维营销体系

不同以往传统单一线上营销方式，这次天猫将通过整合卫视、时尚杂志、时尚意见领袖等各种资源，以高品质的权威线下时尚内容和立体传播渠道构建媒体站。比如：在时尚媒体多维营销上，时尚集团旗下的全线杂志，包括男人装、时尚家居、时尚健康、美食与美酒等都将开设天猫媒体站，YOKA时尚网、苏格APP等新媒体也会与其形成互补；在卫视上，天猫通过电视+电商的全新“F2O”模式，继与央视《舌尖上的中国》、与湖南卫视《爸爸去哪儿》等金牌栏目合作后，又牵手东方卫视《女神的新衣》；在无线端，天猫开拓手机客户端“范儿”，吸引设计师、超女、模特等各类时尚潮人，以品牌打标的方式分享购物心得和时尚态度。

“天猫媒体站是一个全新的媒体体系，也是全新的时尚表达。”时尚传媒集团总裁苏芒表示，“时尚达人和明星偶像与我们近在咫尺，近到我们可以通过一次轻轻的点击，便可购买他的一身行头。”

欲领跑B2C全面时尚化

今年二季度以来，天猫首页全面改并更新品牌标语，以凸显时尚调性的崭新姿态亮相。除Burberry、雅诗兰黛、ASOS、无印良品、ZARA等国际大牌外，还有超过45个国家的4000多个国际品牌陆续进驻天猫。像在天猫“年中促”里，服饰新品促销占比就超过60%，连不少国际品牌亦参与进来。此外，在3C数码、家装、商超等各垂直类目上，天猫也创新了“全网新品首发”、“先试后买”、“C2B订制”、“全国送货上门”等一系列让买家叫好的销售模式和服务模式。

据艾瑞《2014Q2中国网络购物市场交易规模报告》显示，天猫市场份额占比57.3%，环比Q1增长了近7%，继续领跑B2C购物市场。业内人士分析，时尚化是电商未来的趋势，在用户自然增长放缓的情况下，如何提高平台的粘性以及改善电商在用户心目中的定位，需要电商平台做本质的转变。

（卫兰）