

冷静看待新兴产业投资热

林火灿

关注战略性新兴产业

当前，国内各地积极发展战略性新兴产业，并保持着较高的招商热情和投资冲动。但我们也要看到，由于推进战略性新兴产业发展过于急迫，一些地方也存在相关项目一哄而上的问题，容易导致新兴产业布局上的重复建设和建成后的产能过剩。

新闻漫谈

推广公共自行车  
不可忽视细节

杨开新

北京市公共自行车服务系统近期开始试运营,首批公共自行车分别在东城、朝阳两区的63个租赁服务站点投入使用。到2015年,北京将建成约1000个租车服务站点,自行车总数达到5万辆,形成辐射和覆盖全市的公共自行车租赁服务系统网络。

在低碳节能日益深入人心的今天,具备环保、便捷、健身等特点的自行车尤其受到热捧。这次北京推出的公共自行车服务得到了社会普遍好评,但其中也不乏质疑声,焦点主要集中在两个方面:

一是租车难。从各地的实践经验来看,公共自行车和发卡量的数量比应当在1:5至1:10。北京市首批公共自行车只有2000辆,这就意味着目前发卡量以1万张至2万张为宜。这对于拥有2000万常住人口的城市来说,实在太少。

二是还车难。目前北京租赁站点偏少,布局不尽合理。有使用者表示,好不容易找到站点时,却经常发现没有空余车位,只能寻找其他站点归还,以致于出现“骑车只用10分钟,还车却花1小时”的现象。

其实,早在2005年北京就开始出现现规模的自行车租赁服务,2010年也提出过公共自行车试点,但效果均不好。究其根本,对细节注重不够是主因。比如,大部分自行车胎都需要打气,如果置之不理,一个月的时间就可以让公共自行车体系陷入瘫痪。又比如,车辆丢失后怎么办,损坏后谁来维修。这类问题如不妥善处置,也必然导致虎头蛇尾。因此,要更好地解决百姓出行“最后一公里”难题,需要有关部门加大投入和调度力度,通过细化服务,改善骑行大环境。

资源价格改革  
需“闯关”

新华社记者 冯印澄作

7月1日起,阶梯电价制度在全国全面试行。

环视价格体系,我国绝大多数商品和服务价格已由市场决定,但在能源资源、公益事业等领域,价格不合理的问题未有改观,深化改革已成必然。

要保持改革的公平性,某些非改革因素必须剔除,否则会让改革沦为涨价的幌子。这就意味着,资源价格改革不仅仅要做加法,也有减法,尤其是一些认识误区,比如改革就是“纯市场论、理顺变唯涨价论、提价补亏论”等等。

在资源价格改革中,迟来的市场化之路并非一蹴而就,也不可能一步到位。改革的审慎、稳妥,取决于3大关键:充分尊重和广纳民意,是改革的出发点和落脚点;公开、透明的成本监审,是改革顺利进行的保障;找准各方利益平衡点,是改革成功的关键。

与此同时,改革还需把握节奏。水电油气属于基础类价格,密集调价并不利于经济稳定,而改革一步到位也不现实。要充分考虑基础价格上涨带来的连锁反应,更要谨防跟风乱涨价。(宗文)

国际观察

最近,印尼有些人认为,中国水果的大量进口影响了本地水果产业的发展,并要求政府采取措施加以限制。这是因为对中国与东盟水果贸易的基本情况缺乏了解

中国与东盟水果贸易互利双赢

李国章

2006年1月,中国与东盟早期收获协议下的农产品全部实现了零关税,标志着中国和东盟的农产品贸易进入了一个新阶段,同时为双方农业领域的合作与发展创造了一个更大的平台。中国和东盟处于不同气候带,水果品种、收获季节具有明显的差异,加上庞大的消费群体,双方水果进出口贸易的互补性很强。中国从东盟国家进口的水果主要包括:香蕉、菠萝、火龙果、榴莲、山竹、荔枝、红毛丹、蛇皮果等热带水果,而出口东盟国家的水果主要包括苹果、梨、葡萄、桃子、猕猴桃、柑橘等温带水果。实现零关税以来,中国和东盟农产品的贸易壁垒大大减少,降低了双方农产品的出口成本,提高了各自的出口规模并有利于开拓新的国际市场。在中国与东盟实现了水果贸易零关税1年后的2007年,双边农产品贸易额就突破100亿美元,以后每年都以两位数的速度增长,实现了互利双赢。

据中国农业部统计数据,作为世界水果生产和消费的第一大国,中国在2011年共计进口水果坚果等323.5万吨,总金额30.4亿美元,其中进口东盟水果262.4万吨,占81.1%,金额16.6亿美元,占54.6%;共计出口水果312.3万吨,总金额31.9亿美元,其中出口东盟175.7万吨,占56.2%,金额14.86亿美元,占47.5%。需要特别指出的是,中国与东盟之间的水果贸易,无论出口量还是创汇额,东盟国家多年来一直保持顺差。

中国和东盟的亿万消费者对双方水果进出口贸易的大幅增加,也表示出由衷的赞许和支持。前不久在南宁的东盟博览会上,中国的消费者曾对东盟国家的记者表示,正是由于实现了水果贸易的零关税,我

们才能品尝到那么多种来自东南亚国家的鲜美热带水果;而印尼一位水果经销商则对中国记者表示,口感新鲜、物美价廉及源源不断的供货能力,是中国水果受到本地水果经销商和消费者青睐的主要原因。

从上述数据及消费者反映中不难看出,中国与东盟的水果进出口贸易是互补的,也是互利互惠的。正因为中国与东盟建立了自由贸易区并实现了水果贸易零关税,包括水果进出口在内的中国与东盟农产品贸易发展速度才能如此迅猛,广大消费者才能得到如此多的实惠。只要双方摒弃保护主义思维,继续保持友好合作,坚持互利互惠,同时继续做好品种改良、病虫害防治、保鲜及包装、降低储运成本等方面的工作,中国与东盟的水果进出口贸易还将有一个大发展,双方在农产品贸易领域的合作还将上一个新台阶。

根治发票违法  
需从制度抓起

王璐

受虚假发票、买方市场、需求和卖方市场、高额利润等因素的相互刺激,目前发票违法犯罪的多发、高发势头尚未得到根本遏制。日前,全国打击发票违法犯罪活动工作协调小组办公室会同公安部、国税总局、审计署、最高检、最高法通报了近一时期全国开展打击发票违法犯罪活动工作情况。据悉,2011年全国公安机关共破获发票犯罪案件5107起,捣毁各类窝点4771个,缴获假发票3.5亿余份,查补税收收入71亿余元。

尽管数据显示2011年发票犯罪案件数近年来首次出现同比下降,税务总局也在进一步扩大网络发票试点范围,并已有30多个省、设区市一级税务机关开展了网络发票试点,但部分地区发票犯罪大要案件仍频发,打击发票犯罪工作丝毫不能放松。

由于我国实行以票管税、凭票报销的财税管理制度,发票承载功能很多,由此形成了对虚假发票的巨大需求,而发票监管、财务管理、金融等相关制度的不完善,使得当前打击发票违法犯罪活动工作面临的形势依然严峻。这就要求我们一方面要保持打击发票违法犯罪活动的高压态势,另一方面要积极推进长效性制度和机制建设,从根本上防范发票违法犯罪活动的发生。

从税收体制上讲,要坚持不懈地推进制度机制建设。一是进一步做好网络发票系统的建设工作,并在全国范围内推广网络发票相关制度;二是进一步推进公务卡改革,尽快将公务卡制度改革推进到各级政府及所属预算单位;三是进一步推进将银行转账凭证作为大额发票报销入账和抵扣税款的必要条件;四是进一步加强税务机关与金融机构的联系和配合,协调建立信息协作渠道;五是继续强化行政事业单位财务、会计制度建设。同时,还要加强工作绩效考核,及时总结经验,完善考评措施。

从防患于未然的角度来说,审计部门应当持续加大审计力度。当前,审计部门正不断加大对发票违法犯罪问题的审计力度,重点加强对行政事业单位、国有企业、金融机构使用发票情况的监督检查,督促被审计单位整改。2011年,审计署对中央部门预算执行和其他财政收支审计中发现82个所属单位采取截留收入、虚列支出等方式套取和私存私放资金4.14亿元,其中使用虚假发票仍然是相关单位套取资金、设立“小金库”的重要方式。2011年,审计署共发布涉及发票违规问题的审计结果公告12期,涉及金额10.27亿元。

发票违法犯罪不仅造成国家税款的大量流失,大量假发票流入经济建设的各个领域,也干扰了国家宏观经济调控政策的实施,并引发洗钱、贪污贿赂等其他犯罪,严重影响社会经济的健康发展。为此,税务部门、审计部门、公安部门、检察机关和法院要各司其职,加大对发票违法犯罪的查处,切实维护国家的经济平稳有序发展和广大群众的利益。

## 纺织业如何应对 低端订单外流

暴媛媛

与各方预期一致,前4月的纺织行业运行数据表明,纺织服装出口下行压力继续加大。我国对日本、欧盟、美国的纺织品服装出口增速均有所放缓,在3大市场的市场份额也均有所下降。

今年以来,出口对纺织行业的拉动力持续减弱,尤其是一直被认为占有国际竞争优势的订单式生产和出口型纺织品,正面临外部需求下滑的严峻考验。今年前3个月,我国出口日本的纺织服装产品同比增长约7%,同期,日本自越南、柬埔寨进口的同类产品同比增长却超过40%。已有消费者注意到,部分品牌服装的原产地由中国变成了越南、孟加拉国等东南亚周边国家和地区。

低端订单外流,纺织出口企业应当如何应对?承接中高端订单是否可行?

现实的情况是,一方面,尽管龙头企业早已涉足中高端面料和服装成品的订单生产,但国外的核心技术和生产工艺不会轻易“转”进国内。因此,即便是拿到订单,也多是在技术含量较低的层面进行生产加工。另一方面,与东南亚周边地区相比,各项成本的上漲已让低端OEM代工企业的竞争优势渐失。

低端订单正外流,高端订单不易接,服装出口如何保持优势?笔者认为,应势而变、主动转型才是对应良策。

首先,需从观念入手,用内销的头脑经营外贸。过去,强品牌和重设计似乎只是内销服装的必备。如今,外贸企业也认识到需减少对单纯贴牌加工的依赖,增加对品牌和设计的投入,使产品渐具独特、惟一、不可替代性。告别简单复制,才能不受制于人,提高产品附加值,才不至于在价值链低端徘徊不前。

其次,需在行业低谷时抓时机,找方向。行业发展顺境时,企业调结构的紧迫感不强;市场冷下来时,企业则强烈感受到市场倒逼机制的作用。面对成本升高、订单外流的压力,目前,一些企业已将部分生产环节主动转向中西部,并正进一步完善产业链的相关配套;另一些企业则选择依靠科技创新积蓄力量。

再次,随变化,开阔视野,从新兴市场掘金。一些企业在努力巩固传统优势市场的同时,正积极开拓包括非洲、中东、澳大利亚等在内的纺织服装出口新兴市场。新的订单市场不仅可缓解欧美市场下滑的窘境,也将成为服装出口企业未来利润的新增长点。

本版编辑 刘志奇 管培利  
Email: mzjgc@163.com