

国际社会高度关注中国两会

中国每年召开的两会都是世界各国及各国媒体关注的重点。今年在各国关注中国政府换届的同时，两会上传递出的发展目标及措施更引人注目。

俄罗斯： 重点关注宏观经济政策等内容

北京召开的两会引起了俄罗斯各界的高度重视，中国新一届政府的人员组成、未来一年中国宏观经济政策走向、新一代领导人主导下中国外交的未来等都成为俄舆论重点关注内容。

莫斯科大学亚非学院教授维利亚·格尔布拉斯认为，新一届人大代表更注重突出对各阶层人民利益的代表性，这是中国这一届人代会的一大亮点。种种迹象表明，未来中国共产党新一代领导集体将不仅关注经济的发展速度，同时还将更为重视科学教育、医疗保健、居民收入等民生问题。

俄罗斯科学院远东所副所长奥斯特洛夫斯基表示，相信中国经济将继续保持增长，再过若干年其国内生产总值将赶上美国。至于中俄关系，中共中央总书记习近平不久后将对俄罗斯进行正式友好访问，与普京总统共同揭开2013年俄罗斯“中国旅游年”的大幕，未来中俄关系将更加紧密。奥斯特洛夫斯基同时认为，新一届中国政府如何应对世界经济危机及中国经济放缓的挑战，如何落实中国共产党十八大提出的全面建成小康社会的任务应是本届两会上最主要的议题。

韩国： 主要预期目标反映发展信心

韩国许多媒体对温家宝总理所作政府工作报告均进行了大篇幅报道，并对中国2013年GDP增长目标7.5%、CPI控制目标3.5%、财政赤字1.2万亿元等报告中的主要数据进行了重点解读。

《朝鲜日报》认为，在美欧等国勒紧腰带缩减赤字的背景下，中国财政赤字预算较去年大增50%，达到了1.2万亿元。报道分析，该财政预算的制订综合考虑了世界经济的不确定性，以及政府为消除贫富差距，在教

育、医疗、社会保障等方面的巨额资金投入。这说明中国正活用“相对健康财政”的红利，以加快经济增长。报道还认为，在中国政府扩大财政投入的情况下，今年中国经济的实际增长率可能会超过7.5%。

《韩国经济》认为，中国今年的经济政策维持了保证增长、稳定物价和促进结构调整的三大基调。令人瞩目的是中国今年CPI的控制目标为3.5%，低于去年的目标4%，而1.2万亿元的财政预算赤字也比去年高出50%，这反映了中国政府在实施稳健的货币政策和积极的财政政策的情况下，努力实现增长目标的坚定决心。

保加利亚： 正在释放发展积极信号

两会相继开幕后，保加利亚媒体迅速作出报道。6日出版的保中央报纸聚焦温家宝总理的政府工作报告内容，突出报道中国国家领导层将换届，新一届领导人将通过扩大内需和调整生产结构推动国家的进一步发展。

保加利亚中央大报《劳动报》发表评论说，中国党的第五代领导人将正式接手管理国家。温家宝总理在重申稳定发展经济和坚决反腐时激情满怀。同时，当他谈到坚决捍卫国家安全和领土完整时，语气锋利，铿锵有力。

保加利亚社会党机关报《言论报》发表的文章指出，中国新一届领导人将致力于通过扩大内需拉动经济增长，推进生产结构调整，缩小贫富差别，全力反腐和治理环境污染，这是中国第十二届全国人大第一次会议释放出的积极信号。政府工作报告提出，中国本年度的国防预算将为7201.68亿元，增加10.7%，增幅与去年相比略有减少。

新加坡： 如何加速经济转型是考验

在新加坡，有关中国两会的消息每天都占据媒体的大量版面，尤其是著名的华文报纸《联合早报》，每天都用两个整版的篇幅来报道两会的内容和进展情况。

温家宝总理所作的政府工作报告是《联合

早报》重点报道的内容之一。《联合早报》认为，今年是中国政府的换届之年，作为全球第二大经济体以及世界经济的主要驱动引擎之一，中国的经济发展趋势备受外界关注。而对中国新一届政府来说，如何加速经济转型和对各种经济指标作出适当的调整，是对新政府的考验。

《联合早报》也注意到，温家宝总理的政府工作报告中还首次提到了空气质量问题，说明中国政府已经下决心采取切实防止污染措施，促进生产方式和生活方式的转变，以彻底改善环境质量。

《联合早报》认为，中国经济今年已经取得了“开门红”，诸多宏观经济数据显示经济正在温和复苏，1月份出口增速创21个月来新高，剔除春节因素的影响，进口的增速也超过了8%。为维持下一个10年的可持续发展，新一届领导人的重要任务就是转变经济发展方式，从出口拉动型转向内需型拉动，并促进产业结构调整，发展新技术产业。

印尼： 中国将继续带动东南亚经济

今年中国人大和政协的换届大会受到印尼媒体的普遍关注，主流电视台、报纸和网站及时跟踪报道，当地最大华文报纸《国际日报》连日来更是每天用两个整版的篇幅全面报道两会。

当地各类媒体关注的主要内容包括：中国新一届国家和政府领导人的组成及分工；中国政治体制改革的新趋势及新的反腐措施；在领土和主权问题上中国外交政策的走向；新一届政府如何解决一系列民生和发展问题等。

温家宝总理的政府工作报告将今年经济增长目标设定为7.5%，通货膨胀率控制在3.5%以内的两项指标，对与中国经贸全面合作关系日益密切的东盟国家来说，无疑是一个令人鼓舞的利好消息。此间经济分析人士指出，作为几乎所有东盟国家最重要的进出口市场，中国经济的发展必将带动东南亚经济继续保持上升势头，进一步促进中国—东盟全方位的互联互通，并有利于东盟经济共同体的发展进程。

（本报记者 廖伟径 杨明 张春荣 陶杰 李国章）

代表委员政见

全国人大代表陈云华——

国企要着力提高质量效益

本报记者 薛海燕

“作为国民经济支柱的国有企业，应该发挥应有的作用，为构建社会主义和谐社会做出重要贡献。”首次当选全国人大代表的江苏悦达集团有限公司董事长陈云华对国有企业的社会责任感感触颇深。

陈云华代表提出了5条建议：一要进一步加快改革步伐，加大体制机制创新力度，促进企业科学发展，创造更多的社会财富；二要进一步转变发展观念，创新发展模式，把加快发展的着力点转到加快技

术进步、优化产品结构、加强内部管理、提高质量效益上来，走可持续发展道路；三要坚持走新型工业化道路，切实增强自主创新和资源节约能力，形成低投入、低消耗、低排放和高效率的节约型增长方式；四要加快推进调整重组，加强企业内部资源整合，努力实现资源的优化配置；五要充分认识到自身所肩负的社会历史责任，从构建社会主义和谐社会的高度，切实抓好安全、环保、稳定等各项工作。

全国政协委员马德秀——

加快发展高技术服务业

本报记者 吴凯

全国政协委员、上海交通大学党委书记马德秀认为，当今我国已经成为世界第二大经济体、第一大出口国，但高技术含量产品国际竞争力不够强。

马德秀委员建议，必须加快发展以知识创新和科技创新为特征的高技术服务业，不断提升高端制造的国际竞争力。一要加快培育专业化的高技术服务人才队伍，吸引国外高技术服务领域的优秀人才加盟。加快高等院校人才培养模式的改革。二要注重引导高

技术服务业集聚发展，可依托现有的国家高新区等进一步推动高技术服务业产业集群的发展。三要积极承接国际高技术服务业转移，引导和鼓励外资投资高技术服务业，重点吸引国际著名文化创意机构等落户。四要进一步加大对高技术服务业的研发投入。五要加强知识产权保护，对高技术服务相关的知识产权归属进行科学界定，加快推进高技术服务业的发展，进而有效提升我国制造业的国际竞争力。

全国人大代表徐龙——

信息化助力大气污染防治

本报记者 邓海平

全国人大代表、中国移动广东公司总经理徐龙说，“要做好大气污染防治工作，关键在于能否为防治工作提供制度保障和信息化支撑。”他建议重点从污染物总量控制、机动车污染防治、重点区域联防联控、环境信息公开等8个方面对《大气污染防治法》补充完善。

徐龙代表强调，在完善的法律制度框架内，要充分借助信息化技术和手段开展环境监测和信息公布，以信息化技

术助力大气污染防治。比如，大力建设环保物联网，采用“电子眼”监控污染源；通过智慧城市建设，整合智能传感器、物联网和云计算技术实时监测空气中的PM_{2.5}等颗粒物；通过互联网、手机信息播报等提供空气信息查询服务；开发手机客户端软件提供免费下载，让每个人都能及时掌握城市空气质量监测和治理等相关信息。

本版编辑 张虎



协同创新助力 东风“大自主”强势突围

作为中国汽车工业国家队，东风品牌乘用车1月份销量3.6万辆，同比增长90.4%，成为国产品牌的佼佼者。其中，东风风神销量增长尤其明显，1月销售1.3万辆，同比增长100.2%，赢得2013年开门红。

从追随者到超越者，东风乘用车仅仅用了短短的一年时间。

随着东风“大自主”事业渐入佳境，东风自主事业开始成为支撑东风汽车的重要支柱，东风公司已经进入“自主发展+合资合作”的双轮驱动阶段，“十二五”计划顺利启航，东风公司的顶层设计实现战略合围。

协同创新夯实“大自主”

2012年，东风公司销售汽车307.85万辆，继续保持历史最好水平，稳居行业第二。公司自主事业取得新进步，“走出去”取得积极进展，经营协同向纵深发展，改革与开放合作迈出新步伐，管理基础得到加强。

2011年开始，汽车行业“微增长”趋势确立，东风乘

用车开始蓄势。2012年，东风风神销量一举突破6万辆，同比增幅逾100%。

2011年以来，东风“大自主”之所以取得不俗的成就，归根溯源，这和东风公司举集团之力推动自主板块协同创新密切相关。东风日产、神龙汽车和集团其他板块的单元，借助合资公司的技术以及积累，同时开创性地把自主业务和合资业务对接，从研发开始，包括采购、制造以及市场营销等多方面的协同创新，开创了东风“大自主”事业的新高峰。

在外界看来，东风风神大胆突破常规的举措，都是协同创新理念指导下的成功典范：从2011年开始，东风乘用车旗下的很多4S店，可以同时销售东风风神、东风柳汽和东风郑州日产三个不同品牌的车。在外部竞争日益激烈、各项成本居高不下的行情下，这种整合销售思路为公司销量逆势增长奠定了基础。

在制造环节，类似的例子更多。东风风神的A60与东风日产联合采购，降低成本。东风风神的S30、H30与神龙公司共享PSA发动机总成。

双轮驱动完善顶层设计

东风风神、东风柳汽和东风郑州日产，东风乘用车旗下三大自主事业单元实现强势突破。其中，东风风神在2012年取得的战绩，无论对于自身五年的发展历史还是之于整个东风的“大自主”战略，都具有不可磨灭的重要价值。这一年的价值，不仅体现于100%的增长值，更体现于全员全环节的能力提升，战略落地，信念归位。

对于东风公司而言，自主品牌的强势突破，则意味着东风公司的自主短板实现完美补充。

东风公司一直以合作伙伴众多、合作模式多元化和合作范围广泛著称，曾被扣上“过于重视合资合作，忽视自主发展”的帽子，但是，随着东风“大自主”计划在短短两年内取得远超车市整体增幅的骄人业绩，东风公司“合资合作+自主发展”的公司顶层设计战略开始渐入佳境。

东风的“十二五”计划，确定了“做强做优，建设国内

最强、国际一流汽车制造商”的战略目标。这份计划的核心将围绕自主品牌的突围展开，“乾”D300计划不仅代表国内大型汽车集团对未来车市的预判，而且也明确了东风汽车未来的业务增长点。

“乾”D300计划目标即：至2016年，东风汽车自主品牌包括商用车和乘用车销量要达到300万辆，其中东风品牌乘用车100万辆，东风品牌乘用车100万辆，其他自主品牌100万辆。

从“十二五”开始，东风公司进入了公司发展历史上第五个阶段。其重要标志是：集团的合资公司的事业和自主事业要齐头并进。“十二五”期间，东风公司将坚持两条战线并进的路线。一条是已经取得良好业绩的合资公司继续保持快速增长，另一条战线是全集团的重点要转到以自主事业为核心价值实现上。

2013年，东风公司的经营目标是实现汽车销量332万辆，加快自主发展，成为东风2013年计划的重中之重。2013年1月份取得的梦幻般开局，预示着东风公司“大自主”协同式创新模式已经开始进入新的收获阶段。