

消除对GDP增速放缓的恐惧

向松祚



对于一季度中国经济增速的放缓，似乎仍有一些舆论在市场上不依不饶地渲染着恐慌情绪。实际上，人们应该消除这种恐慌情绪，更应该思考：为什么在此前信贷和财政的刺激下，经济增速还是下滑？为什么货币供应总量高速增长，许多企业却面临“钱荒”？为什么我国GDP增速排在世界前列，股市表现却排在倒数……

改革开放30多年来，尽管我国经济维持高速增长，但真正原创性的科技创新不多，基本是靠引进技术和商业模式。如果这个局面不根本改变，随着资源要素成本急剧上升，我国经

真正的财富不仅仅是金钱的累积，还包括干净的空气、水和环境，以及舒适的生活。因此，经济增长减少对GDP的依赖，消除对GDP增速放缓的恐惧，是一种理性选择，当然这种选择必须有配套的行动

济增速有可能面临真正的风险。如果仅仅靠货币刺激，虽然生产效率提高了，但经济效益却下滑了，许多产业都存在产能过剩的问题，同时也带来金融体系风险的上升。风险上升，利率就会随之上升，由此社会的融资成本也居高不下。这些问题并非只靠发货币和降息降准就能解决，因为这些措施不能降低风险。

中国经济的增长现在必须适当慢下来，静下来思考什么才是真正的财富。真正的财富不仅仅是金钱的累积，还包括干净的空气、水和环境，以及舒适的生活。因此，经济增长减少对GDP的

依赖，消除对GDP增速放缓的恐惧，是一种理性选择，当然这种选择必须有积极配套的行动。

要扭转产能过剩、资源浪费的局面，尽快提升投融资体系的效率。过猛的刺激中，大量投资都是无效的。目前我国钢铁和煤炭的产能，正面临着严重的过剩。而这些无效投资，无疑是对财富的巨大毁灭。

在资源配置中，应该加快调整能源结构，改善环境。对能源的利用要具备前瞻性。要引导社会资源投入到科研、创新和新兴产业中，也应该加大对医疗、教育和服务的投资，从而改善人民

生活。

同时，要加速金融体制的改革，促进民间金融的繁荣。目前，中国的货币国际化程度太低，若要成为金融强国，货币市场化不可或缺。现在世界大多数产品都在中国制造，但很多产品在中国的售价却比国外还要高1.3倍至2倍，所以需要逐步推进人民币汇率市场化，进一步推进货币国际化。

此外，目前金融领域的开放度还不够，应该进一步鼓励VC(风险投资)、PE(私募股权基金)及互联网金融的发展。村镇银行和小贷公司则应该更好地服务于当地，服务于中小微企业，因为中小微企业才真正是解决就业和贫富分化的关键。

促进投资，政府应该逐步放开资本账户，提高对外开放水平，鼓励更多的企业和民众走出去，进行海外投资，在全球范围内配置财富和资源。

(作者为中国人民大学国际货币研究所副所长、中国农业银行首席经济学家)



王慧敏

国家发展改革委经济运行调节局副局长

物流成本居高不下待解

近年来,我国物流业保持了持续快速发展的良好势头,物流业已成为国民经济的支柱产业。但一些长期影响物流业发展的问题还没有得到很好解决。这包括,物流成本居高不下,全社会物流总费用与GDP的比率近年一直徘徊在18%左右,高于全球平均水平约6.5个百分点。目前,我国物流企业正更多运用信息化手段、提供供应链一体化服务、企业加快兼并重组,行业整体转型升级的步伐正在加快。

张长富

中国钢铁工业协会副会长

钢铁业须加快淘汰落后产能

去年以来,各级政府严控新增产能,然而仍有个别地方还在新开工建设钢铁项目,令人担忧。希望各级政府严格落实国务院关于化解产能过剩的举措,规范市场秩序。环保部门要严格执法,加大检查处罚力度,对违规企业责令停产整顿,加快淘汰落后产能。当前钢铁业的困难是体制机制问题的集中爆发,只有加快结构调整、力促转型升级,全行业才能渡过难关。

陈 准

中国城乡建设经济研究所所长

房企应直面市场挑战

当前,一些房地产开发商出于资金链的考虑采取了促销措施,这是市场正常、合理的反应。今年房地产业面临的挑战很复杂,房企要高度关注。以前房企关注的焦点往往是政府的调控政策,现在则更加关注市场本身。今年市场的内在因素将逐步显现,市场的手正在发挥更大作用。习惯于在政策环境而不是市场环境中生存的开发商,必须直面市场风险和挑战。

邓建玲

华电集团公司副总经理

开源节流提高能效

推动能源生产和消费方式变革,关键是“开源”和“节流”两头都要提高能效。在开源上,应立足国内增强能源供应能力,尤其是促进页岩气等非常规油气开发;在节流上,应节约优先,从生产和消费两方面着手,加快推进重点领域和单位的节能工程等。抓好这两头,关键是要通过技术和制度革新,实现能效的提高。

来 论

Letters

关注“老黄牛”的成长愿望

宋昕松

在乡镇等基层一线,许多党员干部任劳任怨、不计个人得失,是工作的顶梁柱,被誉为“老黄牛”。笔者在县级组织部门工作,注意到有极少数过去的“老黄牛”现在得过且过,逐步降低了对自己的要求,往往成了负面声音的发出者。

这样的变化有一定的原因。一是职务晋升“天花板”现象严重。不少乡镇干部是土生土长的“泥腿子”,年龄较大、学历较低,不大符合组织考核推荐的条件,又难以参加各类公选、考试,导致长期原地踏步。二是工作横向交流较少。囿于专业背景、实际能力等原因,许多乡镇“老黄牛”长期从事某一单项工作,虽为某一条线的行家里手,但对其他业务工作知之甚少,阻碍了其横向交流。

要解决这一问题,首先应理顺乡镇干部选任机制,打破升职“天花板”。组织部门要坚持德才兼备、以德为先的用人导向,打破干部选任机制和公选遴选考试中不必要的条件限制,对于基层工作实绩显著,且群众评价较好的“老黄牛”式干部,可以形成“干部选任白名单”。

其次,完善乡镇干部交流机制,打破轮岗“玻璃墙”。健全乡镇干部交流机制,实施基层轮岗性交流,对任职满一定年限的干部,有计划地进行交流。强化乡镇干部教育培训力度,帮助“老黄牛”获得更多横向业务知识,通过转任其他职位、参与相关工作等方式,实现开发性交流。

再次,强化关爱提醒制度,建设温馨“亲廉港湾”。一方面,提高乡镇“老黄牛”经济待遇,确保“老黄牛”通过实干得实惠,“老黄牛”无处遁形。另一方面,提高乡镇“老黄牛”群众美誉度,通过标兵评比、媒体宣传、组织关心等多种方式,使其工作幸福指数得到提升。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画,来稿请发至:mzjjgc@163.com。

本版编辑 张 伟 马洪超

谨防人为“做高”用电量

齐 慧

笔者近日到东北一个省调研采访时发现一个怪现象,一些地方政府为了用电量增速不下降,竟然鼓励高耗能企业多用电。例如,冬季是水泥生产淡季,企业本来有停产减产的意愿,可当地政府为了“做高”用电量却以给予专项补贴促使水泥企业继续生产。

用电量之所以格外引起重视,一个重要因素是它表到表、数对数,几乎做不了假,能从一个侧面及时准确地反映经济形势。这两年,一些地方GDP数据备受质疑,而用电量作为反映经济运行的“晴雨表”,已成衡量经济发展水平的新标准。

目前,我国用电结构还不完善,

工业用电量占全社会用电量70%以上,其中水泥、钢铁、有色金属等重工业用电量堪当绝对“主力”。因此,若想提高用电量增速,增加重工业用电量是最快捷最“有效”的法子。

需要严肃指出的是,此法无异于歪点子。目前我国正处于产业结构调整、经济转型时期,科学合理的用电量结构,应是第三产业用电量增速加快、占比提高,而不该处心积虑地单靠高耗能产业拉动用电量上升,以表现并不真实的经济增长速度。况且,这一做法也与我国节能减排的政策背道而驰。

人为“做高”用电量,值得警惕、应予防范。

严格审核别成了繁文缛节

杨团团

结婚证、身份证、独生子女证,证证不能缺;单位章、婚育章、居委会章,章章不能漏……如今,在一些地方办张“单独二胎”准生证,需出示16本证件,盖六七个章。许多准妈妈们表示,希望能继续简化流程,为办证者提供方便。

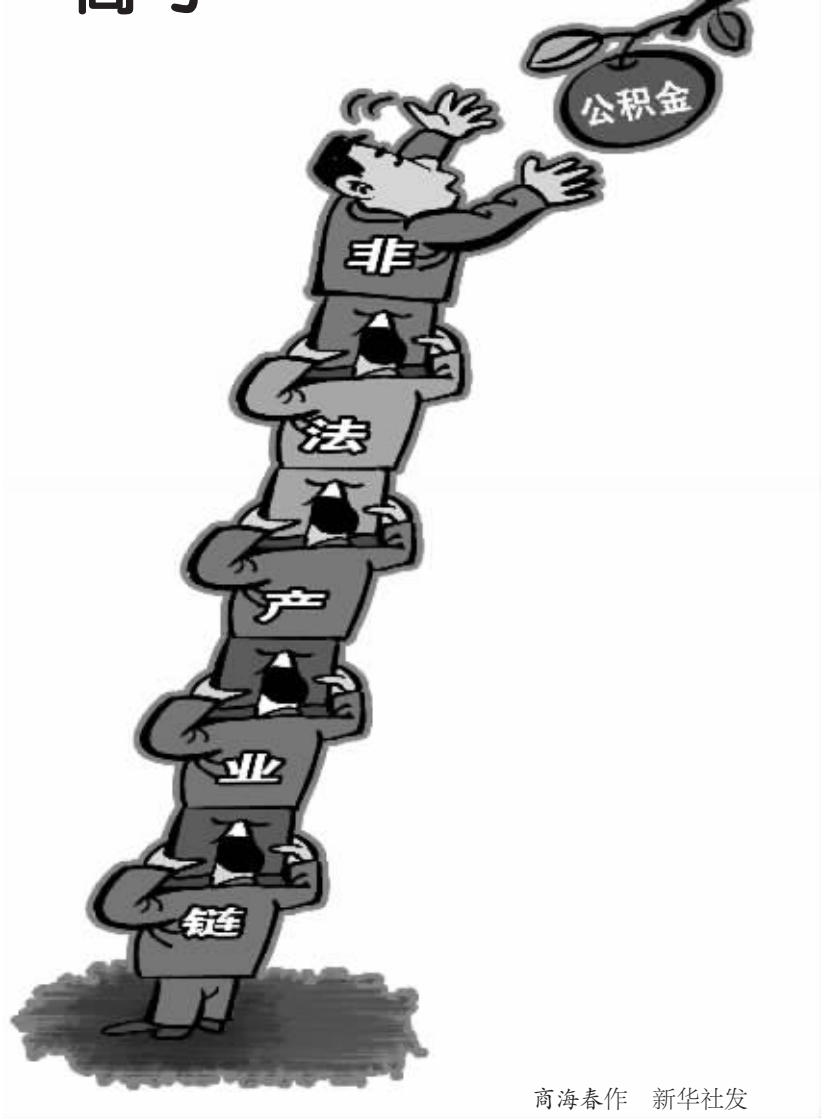
办理“二胎证”之所以需要出示证件、加盖公章,初衷是为了确保信息的真实有效,防止有人钻了政策的“空子”。从这个角度上说,公共部门审慎地盖章、开证明,既是程序正义的要求,也是对公信力的呵护。

可是,严格审核、谨慎操作并不能异化为繁文缛节,不能让办证者有一种被刁难的感受,否则只会加深老百姓和政府部门的距离感和隔阂感。毕竟,办理“二胎证”作为一项公共服务,便民、利民是其应有的成色。那一声声发自内心的

无奈叹息,是对“办证难”问题的批评和鞭策。

应该承认,“单独二胎”作为一项新政策,肯定还有亟待跟进的地方,不可能一蹴而就。公众固然要体谅这一过程的复杂和艰难,相关部门也要有“更快一点”、“更方便一些”的使命感和紧迫感。如果一项原本可以给许多人以光亮和温暖的公共政策,却“办不了”、“接不了地气”,是不是可以在制度设计时就做的更具人性化、更具操作性呢?

建设人民满意的服务型政府,离不开公共服务的优化和升级。政府部门要实现有效治理,就必须更加注重公共服务的社会效益,更加注重老百姓的切身感受,让制度之爱以一种更加亲和、便利的方式,惠及更多的老百姓。“二胎证”如此,其他亦然。



商海春作 新华社发

近日,多地爆出住房公积金非法套现案件。尽管中介费有的高达30%,但住房公积金非法套现生意依然红火,而且“养肥”了一批辐射全国的黑中介。当前,公积金提取难、收益低,而全国房产信息没有联网等,更是容易催生“地下产业链”。对此,相关部门在修补相关漏洞的同时,应考虑推出相应改革举措,使住房公积金能更好地发挥自身的保障功能。

(时 锋)

祝惠春

当时第一步的举措就是,砍掉了占销量七成的老车型,进行转型“长征”。2009年,吉利又经历一次战略转型,宣布品牌一分为三,发布全球鹰、帝豪和英伦3大品牌,进入多品牌战略营销阶段。彼时,汽车市场爆发式增长,“多生孩子好打架”,一些自主品牌车企推出不同定位的多个品牌,希望市场的整体快速扩张,全线出击,抢占市场份额。

然而,自主品牌进行多品牌全线出击的策略并不如意。这几年,国内汽车市场形势发生了急剧变化,合资品牌价格、产品开发不断下探,自主品牌汽车可谓“压力山大”。所以,缩小战线,把品牌营销、产品开发等资源重新聚焦在单个品牌、重点产品上,回归“一个品牌”战略,或许是个明智选择。

产品“花开花谢”,品牌分分合合,如果本质没有变化,能解决问题吗?这次转型能否给自主品牌汽车打一剂绝地反击战?

吉利表示,这次品牌转型的最大不同,在于全面体现一个全新的吉利品牌,核心是企业“携手沃尔沃、协同共

在近日举办的北京车展上,自主品牌行业领军者吉利宣布:回归“一个吉利”品牌,并发布新车标和3大全新产品平台。与此呼应,其他自主品牌车企的展台也没有了往届的多品牌现象,纷纷从多品牌战略回归到一个品牌战略,“一个奇瑞”、“一个比亚迪”……如此的選擇,是自主品牌车企爬坡过坎中的“只做不秀”,说明自主品牌车企正进入战略调整期。

数据显示,我国自主品牌汽车的市场份额在连续下降,不禁让人捏把汗。2013年,奇瑞销量同比下滑9%。奇瑞表示把13款不挣钱产品退市,短期会影响销售,但仍要不惜牺牲销量,将战略调整进行到底。再看比亚迪,虽说其2013年的销量达50多万辆,重回正向轨道,但比亚迪已表示,今后不会特别强调对销量考核,最重要的是把内功、核心竞争力练好。

这样的表述似曾相识!2007年,在自主品牌车企中,吉利率先提出战略转型,并在全国经销商会议时发表“宁波宣言”,宣布“不玩价格战了!”表示要从单纯成本领先向技术先进、品质可靠、服务满意全面提升。



自主品牌进行多品牌全线出击的策略并不如意。而且,这几年国内汽车市场形势发生了急剧变化,所以缩小战线,把品牌营销、产品开发等资源重新聚焦在单个品牌、重点产品上,回归“一个品牌”战略,或许是自主品牌车企的明智选择