自主品牌汽车市场占有率持续下降,既有自主品牌"技"不如人的问题,也有外资品牌价格下 探的原因,但最根本的一点,则在于我国汽车产业政策缺乏"顶层设计",由此而带来的部分大型国 有车企过度合资,在一定程度上抑制或钝化了自主品牌发展动力。

本期"经济日报 中央电视台联席评论"话题——自主品牌汽车如何做强。

自主品牌汽车如何做强

中国汽车工业协会日前发布产销数 据显示,8月份自主品牌乘用车和轿车 市场占有率分别降至37.1%和19.5%,这 已是自2013年9月以来的"12连降", 至于何时见底, 现在还难下结论。与此 相反,合资品牌却一路高歌猛进。以至 于中汽协常务副会长兼秘书长董扬在发 布会上忍不住向媒体大声疾呼:请购买

自主品牌汽车市场占有率持续下 降. 是我国汽车产业诸多矛盾交织的一 种体现。其中,既有自主品牌"技"不 如人的问题, 也有外资品牌价格下探的 原因,还有不少地方限购带来的"副作 用",但最根本的一点,则在于我国汽车 产业政策缺乏"顶层设计",由此而带来 的部分大型国有车企过度合资, 在一定 程度上抑制或钝化了自主品牌发展动力。

必须承认, 早年的合资合作, 确实 极大地促进了我国汽车工业发展。我们 通过引进资金和技术,不仅改变了中国 汽车工业"缺重少轻、轿车几乎空白" 的历史, 而且建立了中国轿车零部件工

业配套体系,这为中国自主品牌轿车的 发展打下了基础。如果没有这个基础, 也不会有后来吉利、奇瑞、长城、比亚

然而, 合资如果不走向自主创新, 终将不利于企业发展。由于依靠跨国车 企现有的技术和产品,就能轻松获取销 量和利润大幅度增长,目前一些大型国 有车企已患上严重的合资依赖症,发展 后劲明显不足。以上汽集团为例,尽管 其今年前8个月总销量高达366.91万 辆, 雄踞国内车企排行榜榜首, 但只要 仔细分析, 不难发现其三家合资公司上 海大众、上海通用、上汽通用五菱销量 就有331万辆之巨,而旗下荣威和名爵 两大自主品牌乘用车仅完成12万辆的销 量,至今还在亏损泥潭中挣扎。

问题的严重性还在于, 在设立合资 公司之初, 我们并没有把利益诉求放在 品牌上, 而只是囿于资本比例和技术及 产品的引进。表面上看,今天我们在合 资公司是拥有了50:50的对等股比,在 合资公司的发展中也拥有了平等的话语

权和利益分享,但却放弃了作为企业发 展最重要资源——品牌,而这恰恰是造 成我国汽车工业"大而不强"最主要的 原因。试想,如果我们当初把跨国公司 的技术用在自己原有的品牌上, 假以时 日,精心培育,自主品牌也不会像今天 这样举步维艰。有分析指出, 自产业革 命以来,除了中国汽车产业,还没有一 个国家制造业的物理规模达到全球第 一,而没有培育出世界级企业和世界级

自主品牌汽车之所以遭遇今天这样 的困局,不能完全责怪企业自身不够努 力。事实上,很多自主品牌,特别是像 吉利、长城、比亚迪等企业, 从零起 步, 在并不对等的市场环境中, 一路打 拼过来,取得现在的业绩,着实不易。 然而, 在一个全球主要汽车跨国企业都 已完成跑马圈地的市场, 弱者如果没有 非常之策, 胜出的机会是很少的。更何 况,双方实力是如此悬殊!

"没有自己的品牌,造多少车都是 别人的辉煌。"多年前,一汽集团老厂

长耿昭杰这句肺腑之言, 道出了品牌的 极端重要性,也道出了市场竞争的残酷 无情。但是如何做强自主品牌,并不是 喊几句口号就能实现的, 这不仅需要企 业自身努力,更需要国家从战略层面, 做好产业政策"顶层设计",给予自主 品牌强有力的引导和扶持。目前,企业 在发展中的所面临的问题,不少是与国 家层面的产业政策直接相关的, 有时候 仅凭企业一己之力, 根本无法改变。比 如,国企创新动力不足问题,就需要从 体制、机制上去解决。试想,又有谁愿 意放弃合资公司的丰厚利润分成, 而像 苦行僧一样,去做"事倍功半"的自主

引进技术和产品只是建设汽车大国 的手段,提升自主品牌实力才是汽车强 国的根本途径。从现有的产业基础和实 力来看,我国发展自主品牌汽车的能力 早已形成, 而且还有令人艳羡的全球最 大市场,这是发展自主品牌的最稀缺资 源,更需要我们倍加珍惜。

(本文执笔:杨忠阳)

On Watch

旅游联席会议 考验部门协调能力

国务院近日同意建立由国家旅游局牵头的国务院旅游 工作部际联席会议制度,负责统筹协调全国旅游工作,提 出促进旅游业改革发展的方针政策,协调解决旅游业改革 发展中的重大问题等。运行14年的全国假日旅游部级协调 会议制度也随之取消。

独行快,众行远。新机制能否行得又快又远,人们充满期 待。撤销"全国假日办",改开"部际联席会议",绝不仅仅是名 称从"协调"到"联席"的变化,而是从召集人到成员单位的全 面提格和扩容。这与近年来旅游业地位的日益提高不无关 系,与发展的要求相适应。从《国务院关于加快发展旅游业 的意见》、《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》、《中华人民 共和国旅游法》,再到今年实施的《国务院关于促进旅游业改 革发展的若干意见》,在我国这样一个年出游量超过33亿人次 的大国,国家在不断深化旅游业的改革。

可以预见,随着我国旅游业进一步加快发展,未来旅游 要面对的不光有假日旅游问题、旅游资源开发与利用、旅游 者素质等问题,还要面对早已固化的利益格局和易生的改革 风险。在这个转型发展的关键时期,成立更高层级的旅游管 理机构,既是对公众需求的呼应,也是改革的大势所趋。

不过,对于此番变化,有人拍手叫好,也有人担心是 "换汤不换药"。随着收入水平不断提高,公众对休闲生 活、旅游质量的要求水涨船高。如何进一步推动旅游业发 展,这对政府部门改革发展的智慧、能力与胆略提出了更 高要求。希望联席会议制度,有更高层面的顶层设计和协 调机制,用创新思维和创新的机制来解决制约旅游发展的 诸多矛盾。



据报道,在举报沃尔玛使用过期原材料制作熟食、煎炸用油"一个月不换"的一个多月后,沃尔玛 深圳洪湖店4名员工等来的不是企业的道歉,而是自己的解聘合同书。在当前举报机制不健全的背景 下,无论是食品安全领域,还是反腐败领域,举报人保护工作被忽视、其利益受损害等并非个案,而 开除、免职也不算最差遭遇, 有的举报人甚至生命受到威胁。看来, 必须完善相关制度, 为举报人撑 起结实的"安全伞"。

企业500强排名方式应优化

崔玉斌

企业500强排名逐渐显

露一些弊端,如重视影响力

轻视竞争力、重视数量指标

轻视质量指标、重视短期变

化轻视长远发展等。必须顺

应潮流,改革创新,转变产

生方式,实现由"排名"到

"评选"的转型

中国企业联合会、中国企业家协会前 不久发布了2014中国企业500强榜单,引 起广泛解读和热议。我国实行企业500强 排名已十年有余。这项工作在提高企业国 际竞争力、促进国家经济发展的同时, 也 逐渐显露出一些弊端。笔者认为,在我国 全面深化改革和加快经济转型升级的形势 下,企业500强排名应转变产生方式,实 现由"排名"到"评选"的转型升级。

我国企业500强排名工作主要存在三

一是重视影响力轻视竞争力。影响和 决定企业强弱的基本因素是影响力与竞争 力。具备两个必要条件,才能是"强 企"。小而精的企业缺少影响力,大而虚 的企业缺少竞争力。缺少任何一个条件, 都不够"强企"的标准。而现行的企业 500强是主要依据营业收入来排名的,它 反映的是企业经营规模、影响力的大小。 以它为标准进行企业排名, 突出了影响力 而忽略了竞争力。这样排出的只能是"企 业500大"而不是企业500强。企业500 强排名依据上的偏差导致不少只有影响力 而没有竞争力的"弱企"也进了强企排行 榜。我国500强榜单上的企业有一部分是 靠产品价格暴涨、政策扶持以及垄断做大

了营业收入,也有一部分是亏损企业(近 两年占比超过8%),还有的企业是靠并购 或留榜或一夜之间入榜(近三年上榜企业 每年有并购行为的不低于三分之一)。这 显然是违背企业成长和发展规律的。这样 的构成,降低了企业500强排名的科学 性、权威性。

二是重视数量指标轻视质量指标。企 业由小到大、由弱到强是一个客观的成长 发展过程, 它受多种因素的影响和制约。 表现企业500强的应该是一个由相关若干 数量指标和质量指标构成的指标体系。按 照企业核心竞争力构成要素原理, 可以在 营业收入和盈利总额指标的基础上,分别 增加反映劳动创造能力、资产创造能力、 科技创新能力、生态环保能力、品牌知名 度和国际化水平等指标。如: 劳动生产 率、资产收益率、科技研发投入率、碳排 放率、品牌国际评分以及跨国指数(海外 产品销售比重、海外资产比重和海外员工 比重)等。现行企业500强排名的指标是 唯一的, 即营业收入。企业营业收入是一 个综合的数量指标, 它直接反映企业的经 营规模, 但不能直接、真实、准确反映企 业的竞争实力。单纯以数量指标排榜, 坚

持的是数量导向, 容易传递错误的信息,

误导企业进行"销售额竞赛","唯销售额 论英雄",盲目扩张,粗放经营,而不是 集中力量转变企业的发展方式,全面提升 核心竞争力。这种偏向是非常有害的。

三是重视短期变化轻视长远发展。其 实,企业年度间的变化并不重要,人们更 看重的是其长远发展趋势和可持续的核心 竞争力。500强排名只重视企业年度变 化, 而忽视长期发展趋势和内在演进规 律, 容易误导人们陷入"重短轻长"和心 理浮躁的误区。企业500强实行年度排名 过于频繁, 有炒作之嫌, 确无必要。笔者 认为,3年或5年排名一次完全可以。

总之, 在我国全面深化改革和加快经 济转型升级的形势下,企业500强排名也 应顺应潮流,坚持改革创新,转变产生方 式,实现由"排名"到"评选"的转型。 其基本思路可以是:依据影响力与竞争力 相统一、数量指标与质量指标相结合的原 则设计一个指标体系, 每项指标根据其重 要程度分配不同的权数, 把统计出的每项 指标数值分别乘以其权数并累计求出总 分,总分排列前500位的即是中国企业 500强。如果3年或5年评选排名一次, 则需要对各企业3年或5年的综合总分求 出序时平均数再进行排列。

牢记血与火的历史启示

-纪念"九一八"事变83周年

新华社评论员

奋进在复兴之路的中国人民, 倍加 珍惜来之不易的民族独立与和平发展,更 加坚定地维护地区稳定与世界和平。前 事不忘,后事之师。只有不断从历史中 获得深刻启迪,才能牢牢把握发展走 向,开创美好未来

时间可以抚平创伤,却无法抹去记忆。1931年9月 18日,日本侵略者悍然入侵我国东北。不愿做亡国奴 的中国人民奋起反抗,拉开了长达14年的抗战序幕。 "九一八" ——"从那个悲惨的时候"起,中华民族开 始了走出苦难的艰难跋涉, 开启了逆转命运的历史

国破家亡的历史记载着屈辱, 气壮山河的抗争见证 着伟大。"九一八"事变点燃了日本法西斯侵略亚洲的 战火,中国人民最早投入到反抗侵略、争取自由的世界 反法西斯斗争中,以3500多万人伤亡、直接经济损失 1000亿美元,间接经济损失5000亿美元的惨重代价, 取得中国近现代史上抵御外敌侵略的首次完胜,为彻底 战胜日本法西斯作出不可磨灭的巨大贡献。中华民族在 抗日战争中唤醒的民族意识、展现的民族精神, 为实现 民族复兴凝聚起势不可挡的伟大力量。

恩格斯曾说:"没有哪一次巨大的历史灾难,不是 以历史的进步为补偿。"今天,奋进在复兴之路的中国 人民, 倍加珍惜来之不易的民族独立与和平发展, 更加 坚定地维护地区稳定与世界和平。前事不忘,后事之 师。只有不断从历史中获得深刻启迪,才能牢牢把握发 展走向,开创美好未来。

苦难中蕴藏历史的警示。"九一八"事变的耻辱警 示我们:落后就要挨打。明治维新之后,率先在亚洲走 上资本主义道路的日本国力大幅增长。面对强敌入侵, 中国军民以血肉之躯顽强抵抗,付出巨大人员伤亡。惨 重的损失深刻表明,没有强大的综合国力,维护国家主 权和尊严, 让百姓安居乐业就无从谈起。紧紧围绕发展 这个历史命题励精图治、接续奋斗, 是当代中国人必须 肩负的重大使命。

救亡中迸发不屈的精神。"中华锦绣江山,谁是主 人翁? 我们四万万同胞!"一曲《抗敌歌》, 抒发中华儿 女的悲愤之情。在中国共产党倡导建立的抗日民族统一 战线感召下,"地无分南北,年无分老幼","四万万 众,坚决抵抗",书写了现代战争史上以弱胜强的奇 迹。正是在绝境中奋起的抗战精神撑起民族的脊梁, 为 中华民族命运的伟大转折注入源源不断的精神动力。

抗争中形成历史的选择。在亡国灭种的危急时刻, 中国共产党以旗帜鲜明的全民族抗战立场和正确的抗战 主张, 赢得人民的信任和拥护, 历史地成为团结带领全 国人民赢得最后胜利的坚强领导核心。沧海横流方显英 雄本色,坚如磐石才能砥柱中流。在中国共产党坚强领 导下,坚定不移走中国特色社会主义道路,中华民族必 将以更加自信和坚定的步伐迈向实现伟大复兴中国梦的

历史的车轮滚滚向前, 正义与和平的力量不可阻 挡。日本法西斯的覆灭充分证明侵略必败的铁律。维护 第二次世界大战形成的和平秩序,是国际共识,也是时 代潮流。谁破坏这一共识,违背这一潮流,世界所有爱 好和平的国家和人民绝不会答应。

世界大潮,浩浩荡荡,顺之者昌,逆之者亡。 坚持和平、发展、合作、共赢的理念,坚持走自己的 路,拥有无比广阔的前景。勿忘"九一八"的警钟响 起,83年前的黑暗一页早已翻过,中华民族站在了实 现伟大复兴的崭新历史起点。当昨天的深重苦难化作前 行的深沉动力, 我们必将用今天的不懈奋斗成就明天的 (新华社北京9月17日电)



城市建筑为啥会"来去匆匆"

许 辉

近日被报道的"广西柳州柳宗元人物铜像被拆" 一事,再次将公众关注的目标聚集到了城市规划上。

有些城市建筑想建就建、喊拆就拆, 全凭领导一 句话,这是人治模式的产物,却鲜有因此被问责的情 形。《城乡规划法》第7条明确规定"未经法定程序不 得修改"城乡规划,并规定了修改的条件、程序以及 违反规定的法律责任。如今,此法已经实施6年多, "短命"规划还是不少,浪费依然严重,有些"短 命"规划甚至在曾经的决策者因贪腐等问题"落马" 后,才浮出水面。

法律制定之后,却没有发挥其指引、规范、惩处 等作用,纵容了"规划审批走程序,规划不行可重 来"的怪圈,损害的是法律公信力。要防止出现新的 "短命"规划,必须确保法律落到实处,使规划决策 者权责对等。建筑"来去匆匆",就应以明确的方式 界定到底是之前的规划不合理,还是拆除规划不合 理,并按照"谁参与谁负责、谁审批谁负责"的原则 终生追责。只有法律得到执行,才能控制部分官员乱 改规划的"权力冲动"。

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