

# 新能源汽车骗补不能一罚了之

杨忠阳

当前，我国新能源汽车产业处于从培育期迈向成长期的重要关口，动力电池核心技术仍未取得根本突破，消费环境也并不完善，完全取消财政补贴非明智之举。但有效杜绝类似骗补情况发生，除对违规企业和个人加强追责和处罚外，当务之急就是要调整完善现行补贴制度，依法依规加强全方位实时监管

## 深度观察

新能源汽车骗补首批名单公布，客车行业成为重灾区。财政部表示，将联合有关部委，对涉事企业分别给予取消整车生产资质、追回补贴资金等处罚，还将处以不同数额罚款。

新能源汽车制造企业恶意骗补，有的涉及车辆数千，资金动辄过亿元，着实让人震惊。对这样的恶劣行径，理当重罚以儆效尤。但在处罚之余，我们更有必要反思：究竟是什么让这些企业如此明目张胆地骗补？

作为市场经济活动主体，企业按照国家相关法律法规进行产品研发、生产、销售，此乃本分。他们之所以敢铤而走险，除了诱惑足够大，恐怕还有政策漏洞可钻，甚至不排除有监管部门某些人为其“护航”。

事实上，我国新能源汽车补贴政策一直存在补贴门槛过低、方式过于粗放等议论。以6至8米纯电动客车为例，

整车总体造价不过50万元，中央财政补贴30万元，按照1:1的配套原则，地方再补贴30万元，早已超过一辆整车的售价。试问，面对这样的政策，有多少企业能禁得住诱惑？退一步讲，就算企业不敢冒风险，也抵挡不住客户的需求。因此，客车企业才沦为了“骗补”的重灾区。

更有一些地方政府管理部门，徒有监管之名，毫无监管之实。以此次点名通报的苏州吉姆西客车制造公司为例，如此大规模的虚假材料采购、车辆生产销售等原始凭证和记录，是如何顺利通过各个部门审核的？如果没有监管部门的一路绿灯，企业骗补能得逞吗？谁又能否认，相关监管部门没有从中分得一杯羹？

当前，我国新能源汽车产业处于从培育期迈向成长期的重要关口，动力电池核心技术仍未取得根本突破，消费环

境也并不完善，完全取消财政补贴非明智之举。但有效杜绝类似骗补情况发生，除对违规企业和个人加强追责和处罚外，当务之急就是要调整完善现行补贴制度，依法依规加强全方位实时监管。

首先，提高财政补贴的产品门槛和技术门槛。应该说，财政的普惠政策对培育新能源汽车初级市场是行之有效的，也是国际通行做法。但若长期执行该政策，企业容易患上政策“依赖症”，丧失技术开发和产品升级的动力和压力，行业也易出现低水平盲目扩张的问题。为此，补贴政策就要不断提高进入推荐车型目录的企业和产品的门槛，使技术先进、市场认可度高的产品及其企业获得扶持，尽快做优做强。同时，产业补贴政策制定者还要及时跟踪产业发展、推广规模、成本变化等因素，进一步完善并细化补贴标准，在弥

补成本差价和促进技术创新上实现动态平衡。

其次，依法依规加强全方位实时监管。必须承认，在新能源汽车日常监管方面还有不少漏洞，监管手段也相对落后，组织大量的人力、物力现场检查与新能源汽车智能化、信息化、网联化特点形成鲜明反差。必须加快建立基于互联网的信息监管平台，应用物联网、大数据等信息技术手段动态掌握车辆的生产、销售、安全运行等情况，依法依规加强全方位实时监管。这是大势所趋，更刻不容缓。

此外，还要加快建立市场化的扶持机制。可以说，这是我国新能源汽车产业中长期政策的调整方向。相比直接的财政补贴，借助市场力量激励并倒逼企业，使其把更多资源投入到产品研发和创新上，更能有效避免部分企业对政策的过度依赖和由此产生的骗补行为。

## 来论

# 景区遭涂鸦折射管理缺陷

杨玉龙

近日，北京房山怪石山景区的10余处景观石上都出现了红色笔迹“陈志成”的留名，引发社会广泛关注。景区工作人员表示，已派人进行洗刷，还会全力找寻涂鸦者。而这一事件的最新消息是，当事人已到景区清洗涂鸦，并公开致歉，称因年事已高想在山上留念才喷漆，他表示会将印记清理干净。

尽管旅游文明一直被提及，但近年来仍有些游客无视文明规则及景区管理制度，想怎么做就怎么做，乱写乱刻，乱扔乱闯。种种肆意行为不仅不文明，还对景区造成破坏，一些严重的破坏行为更有可能触犯法律。而面对破坏景区的行为，多数人选择默默无语、擦身而过，尤其是身边的同伴，更多的是在充当“拍客”，不仅没有制止，还纵容了不文明行为，也负有一定的责任。

说到底，在景区建筑上涂鸦，势必给景区维护带来负担，由此带来的破坏甚至可能不可恢复。比如，被“陈志成”涂鸦的怪石山的景观石，当地相关人员用了一整天的时间才将13处涂鸦全部清理完毕，共使用了50公斤稀料，却还是留下了红色的印记。

不过，游人敢肆无忌惮地在景点涂鸦，也值得旅游部门反思管理与维护是否到位的问题。据涂鸦者介绍，他以为景观石不是景区建筑，才涂写了自己的名字，这与平时管护不到位是直接相关的。尽管是景观山，但任其“自生自灭”，只会给一些不文明的游客留下可钻的空子。

总之，对景区涂鸦行为的处理，不能止于当事人现身道歉，而应未雨绸缪，防患于未然。景区应加大管理力度，尽到防范职责，设立投诉电话或网上举报渠道，及时发现并制止旅游中的不文明行为，将严重违规者纳入信用记录，提高其违规成本。同时，游客更要自律，多行文明之举。否则，再美的风景也会“垮塌”。

# 设计公共政策的前提是堵住漏洞

谭浩俊

在制定政策时，如果不经过深入全面的分析与评估，不对政策出台以后可能产生的问题进行预判，就难免会出现问题。即便到时再严厉追究，也已经陷入被动局面。从已经发生的骗补案例来看，个别地方政府与相关企业竟形成骗补利益链，表明公共政策被肢解、公共资源被侵犯的问题绝不是企业单方面的问题

日前，财政部曝光5起新能源汽车生产企业骗补或谋补典型案例，共涉及财政补贴资金10.1亿元，引发社会广泛关注。

国家出台产业补贴政策，扶持重点行业或产业发展，体现出政府对新兴行业或产业的重视，也是国际通用做法。可是，在制定政策时，如果不经过深入全面的分析与评估，不对政策出台以后可能产生的问题进行预判，只是头脑一热制定政策，就难免会出现问题。即便到时再严厉追究，也已经陷入被动局面。同时，从已经发生的骗补案例来看，个别地方政府与相关企业竟形成骗补利益链。这就表明，公共政策被肢解、公共资源被侵犯的问题，绝不是企业单方面的问题，而是要在相关链条上及时修补缺洞、完善政策。

首先，在政策制定上要进行全方位的调整与优化。洒花露水式补贴，是不利于产业发展、行业进步的，也绝不能仅仅靠提高门槛就能解决的。无论新能源汽车补贴政

策，还是其他方面的补贴政策，在政策设计时，都要充分考虑可能出现的问题，设计出能够防范问题发生的补丁。比如，电池的使用效率、使用寿命、安全性等，都可以有具体标准。只有达到标准才能获得补贴，而不是只要有“新能源汽车”几个字就给补贴。

其次，规范地方政府行为，明确地方财政在执行补贴政策中的责任与义务。财政补贴政策，只能通过地方财政来实施，必须经过地方财政的审核与把关。这也意味着，个别地方极有可能会与被补贴企业在暗地里达成某种共识，亟需强化地方政府的责任与义务来化解。此次检查主要是对企业进行查处，并没有追究相关地方政府的责任。其实，只要补贴资金是通过地方财政一并下达的，地方财政就应当承担骗补责任，相关责任人就应当被追究责任。板子不只打在企业身上，才会让相关各方都觉得疼，市场才能健康发展。



蒋跃新作(新华社发)

## “空手套白狼”

点评 “新能源汽车骗补”不仅严重扰乱市场秩序，侵犯了守法企业研发生产新能源汽车的合法权益，还对我国新能源汽车的推广应用造成极坏影响。曝光典型案例是为了惩前毖后，治病救市场。目前，财政部、工信部等已对被曝光企业采取了追回财政补助资金、取消整车生产资质、将相关车型剔出国家新能源汽车示范推广推荐目录等措施。但处理不能到此为止，对新能源汽车骗补案件一查到底，依法严惩，不仅有助于堵住管理漏洞，而且有助于完善制度设计，引领行业健康发展。

(时锋)



## 单位工资卡竟是信用卡

单位办的工资卡竟是信用卡，8年前多取30元，如今滞纳金已过万，此事引发社会各界广泛关注。据了解，涉事银行已与当事人取得联系，就此事给她们造成的困扰表示道歉，同时对滞纳金予以减免，现在只需还款29.98元即可。

【短评】按照相关监督管理规定，信用卡必须由申请人主动申请持有，银行有责任明确提示消费者计息规则、年费及超限收费方式等信息，并且要求申领人充分了解知晓信用卡产品相关信息，还要签署愿意遵守领用规则的协议。然而，在这一事件中，当事人工资卡卡面没有明确的信用卡标志，单位也并未告知，暴露出银行在发卡环节和管理上存在的漏洞。相关部门应彻底调查此类事件，全面提升银行管理水平，维护储户利益，保障社会公平。

## 职校虚假宣传致招生“变脸”

近日，重庆一家民办职业学校的入校新生向媒体表示，该校在招生宣传及广告中大打“擦边球”，误导学生到该校就读。承诺发放重庆大学大专文凭，但在招生后却“变脸”，被发现只是网络教育大专文凭。

【短评】在现实中，民办职院打出一些“高大上”的旗号招揽生源已经不是新鲜事了。比如，“师资力量雄厚、毕业发放名牌大学文凭”等，让一些不明就里的新生“慕名而来”。虚假宣传是对学生不负责任，也反映出民办教育培训机构招生难的困境，他们只能通过弄虚作假达到招生目的。这样的做法或许无奈，但相关涉事学校却不能以此为借口逃避法律法规的惩处。相关部门要加强执法、加强管理，不给一些学校“浑水摸鱼”的机会，还教育以公平。

# 腾讯阿里受资本热捧源于持续创新

秦海波

## 思辨

对“资本寒冬”的说法要辩证看待。资本方只是不再把钱投向仅靠疯狂补贴获取用户、没有清晰盈利模式的互联网公司了，而对有创新技术、新商业模式的公司，资本方的热情并没有减退。傻钱热钱撤了、聪明钱开始进入；立足技术和模式创新，中国互联网经济依然充满活力

近来，中国互联网巨头腾讯和阿里巴巴受到资本市场热捧。先是腾讯，9月6日收盘价215港元，市值正式站上2万亿港元台阶，折算成人民币逾1.7万亿元，一举超过中国移动，成为亚洲市值最大的上市公司。后是阿里，美国时间9月16日，阿里巴巴集团在纽交所的收盘价为104.64美元，市值达到2664.13亿美元，约合人民币17770亿元，成功登顶亚洲上市公司市值首位。

自8月中旬阿里和腾讯先后发布2016年第二季度财报后，两家公司开始了新一轮的市值飙升。在第二财季，阿里收获自IPO以来的最强劲增长，腾讯也实现了自2012年以来的最大增幅，两家公司市值由此稳定在2400亿美元之上。数据显示，上市12年来，腾讯股价涨了270倍，年化收益率高达59%，表现令人咋舌。阿里除市值取得新突破外，旗下的蚂蚁金服在最近一轮融资中的估值已达到600亿美元，几乎相当于百度

的全部市值。之前，在亚洲市值第一这个宝座上，中国石油、中国工商银行、中国移动、日本丰田、印度塔塔等传统巨头曾轮流坐庄。腾讯和阿里相继登顶，成了新一批的企业代表。这与全球发展趋势是一致的，苹果、谷歌、微软、亚马逊、脸书等互联网公司的市值，都在世界前十之列。腾讯有QQ和微信两大入口，阿里也有淘宝和支付宝；通过各自的巨大入口，腾讯和阿里几乎完整覆盖了用户的日常生活，包括社交、购物、支付、出行、理财、娱乐等，为用户提供着便捷、安全的服务。

其实，在腾讯和阿里相继登顶亚洲市值第一的背后，是国际资本市场对中国互联网商业模式的熟悉与认可。基于高度成熟的消费互联网和用户庞大的移动互联网，中国互联网产业开始形成独具特色的创新模式，并将这一创新辐射到诸多传统产业领域。“互

联网+”碰撞出的巨大动能，是国际资本市场看好中国新经济的根本原因。数据显示，2015年中国互联网融资规模创下新纪录，融资1105例，披露金额就有286.14亿美元，环比增长316.28%。

虽然近段时间以来，国内一些互联网公司融资困难，不少开始裁员、收缩战线，有的甚至倒闭。于是，有人高呼“资本寒冬”来了。但实际情况却并非如此。资本方只是不再把钱投向仅靠疯狂补贴获取用户、没有清晰盈利模式的互联网公司了，而对有创新技术、新商业模式的公司，资本方的热情并没有减退。傻钱热钱撤了、聪明钱开始进入；立足技术和模式创新，中国互联网经济依然充满活力。以腾讯、阿里、百度、网易和京东为代表的中国互联网公司，正开始主导新兴市场的互联网空间，并将中国模式在海外快速复制。

## 产品召回不能单靠商家

2014年，在江苏读大二的钱志文通过微信网店卖出58个热水袋，今年8月，他从一则新闻上获悉，自己当时售出的热水袋属于国家禁止销售的电板式电热水袋，极易引发安全事故。之后，他主动联系买家一一退款召回。钱志文表示，召回退款已花费约5万元，而当时卖热水袋才赚了1000多元。

【短评】由于开设网店门槛低，导致这一领域鱼龙混杂。不少商家只求能赚钱，完全不顾产品安全和售后服务。一旦出现产品问题，也只会或推诿或逃避。从这个角度来看，钱志文的正常举动反而显得有些另类，值得称赞。只有商家对产品质量心怀敬畏之心，消费者的权益维护才能落地。但落实缺陷产品召回制度，不能只靠单个店主的力量与道德支撑，监管部门还要及时介入，用法律做保障，保护消费者的合法权益。

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 牛瑾 祝伟