中经观点

锚定发展的民生坐标

新年伊始，我们正在全面建成小康社会的最后一个目标和最后一步时间之内迫切需要补齐发展短板上多用力。日前召开的中央财经领导小组第十四次会议，就环境、养老、住房、食品安全等百姓关切的6件民生大事提出一系列务实的解决方案。重民生、重细节、重落实，将发展方向锚定在“民生坐标”上，改革发展才更有“稳”的基础、“进”的动力。

保障和改善民生是发展的根本目的，也是我们全部工作的出发点和落脚点。坚持以人民为中心的发展思想，就是不断增强人民群众的获得感，这是全面建成小康社会的灵魂。想群众之所想、急群众之所急、解群众之所困，在学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居上持续取得新进展，实实在在地把民生保障好改善好、提升好。多年来的实践表明，牢牢锚定“民生坐标”，改革发展才不会偏离方向。

现实地看，推动我国经济持续发展，巩固“稳”的基础，重在民生；积蓄“进”的力量，也在民生。党和政府向来重视就业这个民生之本，今年前三季度，全国城镇新增就业1067万人，9月份31个大城市的城镇调查失业率3年来首次低于5%。同时，破解民生难题、回应民生关切、满足民生需求也会增添发展动力。医药卫生体制改革、户籍制度改革、养老金并轨……这些年，每一项涉及民生的重大改革举措，无一例外地释放出更多更大的发展活力和潜力，支撑了消费、扩大了需求，催生更多新技术、新产业、新业态、新模式。就业、医疗、养老等“基本盘”够稳，进一步推动改革发展就有了底气，供给侧结构性改革也有了源源不竭的动力。人民是推动发展的根本力量，锚定发展的“民生坐标”，就是在不断淬炼发展的“成色”，也是我们党赢得人民拥护、立于不败之地的根基所在。

2017年是实施“十三五”规划的重要一年，是供给侧结构性改革的深化之年，锚定发展的“民生坐标”尤为关键。一方面，保基本的力度不能减弱，要牢牢守住养老金发放等底线，继续大力推进脱贫攻坚工作；另一方面，应持续加大民生领域的改革力度，解决好人民群众最关心、最困难、最现实的问题，在医疗卫生、住房保障、创业创新等方面发力，让群众看得见改革红利、摸得着发展实惠，进一步催生发展的新动力。将民生改善与经济发展更好统筹起来，人人共建、人人共享，必将为全面建成小康社会、实现中国梦凝聚起最深厚的伟力。

自主品牌汽车为何表现远超预期

杨忠阳

深度观察

今年自主品牌汽车之所以能够表现远超预期，原因在于产品结构不断优化、产品质量稳步提升、技术创新能力也在不断增强。在肯定进步的同时，也要看到当前自主品牌汽车面临的不足。中国车企唯有围绕自身品牌定位，脚踏实地，做好每一款产品，日积月累，久久为功，方能推动品牌上行

曾经不被认可的自主品牌汽车实现了“逆袭”。中国汽车工业协会日前发布的数据显示，今年前11月，自主品牌乘用车销售925.1万辆，同比增长20.2%，增幅远超整体车市和外资品牌。更重要的是，支撑自主品牌汽车崛起的，除了销量和市场份额的增长，还有利润和对集团的贡献度提升。在长安集团300万辆汽车销量中，自主品牌份额已超越合资品牌，占比接近60%；而广汽传祺对集团利润贡献也已超越同门多数合资企业。

今年自主品牌汽车之所以能够表现远超预期，主要有三方面原因。

首先，产品结构不断优化。近年来，自主品牌车企从供给侧入手，及时调整产品结构，抓住了SUV和MPV两大细分市场。分析销售数据不难发现，在SUV车型前10榜单中，自主品牌已占6席，而在MPV车型前10榜单中，自主品牌则占有9席。与此同时，哈弗H6、传祺GS4、宝骏560、长安CS75等一批以SUV为主的“明星车型”成为各企业销量贡献的中流砥柱。其中，哈弗H6在11月份创下单月销量破7万辆的好成绩，传祺GS4也超越了3万辆。反观合资企业，由于市场反应慢，决策时间长，以及车型引入需要过程，其所展现出来的产品快速推出能力，明显落后于自主品牌。

其次，产品质量稳步提升。长期以来，自主品牌给人以质次价低、山寨抄袭的印象，只能在低端市场里立足。但经过多年的积累和发展，现在不少自主品牌的新车型，无论是在外观设计，还是内在质量，并不输于合资品牌。一家国际权威调查机构发布的2016中国新车质量研究（IQS）报告显示，21个在平均线以上的主流车品牌中，已有6个中国自主品牌入围，占比达30%。并且，去年的调查显示，中国的自主品牌比国际品牌每100台车多22个问题，而今年这种差距缩小到了14个。按照这样的速度，到2018年，中国自主品牌在新车质量方面有望和国际品牌并驾齐驱。

第三，技术创新能力增强。没有技术上的创新，就很难有产品上的突破。当前，长安、广汽、吉利等车企已建立完整的研发能力，并在若干核心技术领域取得突破性进展。以长安汽车为例，该公司不仅在中国、美国、英国、意大利、日本等国建立起全球研发体系，实现24小时不间断协同研发，同时还建立了长安汽车研发流程体系（CA-PDS）和产品试验验证体系（CA-TVS）。其中，历经6年时间自主研发的蓝鲸2.0TGDI发动机，已通过国家863项目专家验收，打破了国外发动机在2.0L以上先进汽油机产品的垄断地位。

不过，在肯定进步的同时，也要看到当前自主品牌汽车面临的不足。由于当初自主品牌大都是从低端切入市场的，在消费者心中形成了质次价低的形象，品牌溢价能力弱，以至于同样配置的产品，自主品牌售价往往比合资品牌低很多。问题还在于，这也使得自主品牌在迈向高端时困难重重。要改变这一被动局面，提升品牌“含金量”，自主品牌车企不仅要坚定品牌自信，更要有“且行且坚持”的耐心。因为任何一个著名品牌的形成，皆是大量的细节长期堆叠累积的结果，就像“百年育人”，想一夜成名并不现实。事实上，奔驰也是历经了130多年的沉淀和锤炼，才成为了今天备受尊敬的豪车品牌。因此，作为后来者，中国车企唯有围绕自身品牌定位，脚踏实地，做好每一款产品，日积月累，久久为功，方能推动品牌上行，真正超越洋品牌。

警惕“重发展轻安全”倾向抬头

李 哲

临近年底，又到了安全生产事故的易发、高发期，河北、山东等地接连发生的烟花爆竹爆炸事件再一次敲响了警钟。在事故的背后，“赶工期、操作不当”等是导致事故发生的主要诱因。但更深层次的原因，还在于相关单位安全发展观念的松懈。尤其在部分行业经济下行压力较大的当下，必须警惕“重发展轻安全”倾向抬头，“发展决不能以牺牲安全为代价”是任何时候都不能忘记的。

警钟首先要敲响在心里。走进煤矿、工厂等企业，都可以见到“警钟长鸣”4个大字被粉刷在墙上，但“安全第一”的理念是否真正走进人心？今年以来，煤炭、钢铁等产品价格上涨，一些不符合安全生产要求的煤矿、钢厂违规偷采、违规投产，造成多起安全生产事故。这也意味着“红线意识”必须加强再加强，从政府到企业，从单位到个人，都必须牢固树立新发展理念，始终把人的生命安全放在首位。只有这样，才能从源头上排除隐患，从根本上减少并防止事故的发生。

同时，要进一步完善细则，让相关法律法规真正落地。安全生产法是保障安全生产的基本法，自颁布实施以来，我国安全生产形势逐年好转，2015年反映安全发展水平的4项主要相对指标降至历年最低。然而，我国安全生产形势依然严峻，特别是重特大安全事故频发势头尚未得到有效遏制。目前，国务院尚未出台《安全生产法实施条例》，同时，只有四分之一的省（区、市）完成了当地的安全生产条例。此外，还存在安全生产标准缺失、老化甚至自相矛盾的问题。要让法律制度真正“落地生根”，安全生产法配套法规和标准的制定修订工作必须加快步伐。

最后，要理顺机制，让监管发挥应有效力。目前，全国所有省（区、市）均按照“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”的要求，确定由地方主要负责同志担任安全生产委员会主任。在安全生产这个问题上，地方党委和政府不可谓不重视。但是，在具体的监管工作中，却又存在许多体制机制不完善的问题。比如，海洋石油生产目前没有明确监管部门，委托国有石油企业代为监管的做法不符合法律规定；民航、铁路、电力等行业跨区域监管体制尚未理顺，行业监管与属地监管职责分工不明确；全国3300多个开发区、高新区、科技园区近半数没有安全生产监管机构；安全监管部门未纳入政府行政执法序列，执法能力不足。要想实现对安全生产的有力监管、无缝监管，相关体制机制应尽早理顺。