

新闻发布厅

十二届全国人大五次会议举行记者会，工业和信息化部部长苗圩在回答经济日报·中国经济网记者提问时表示——

合力突破新材料产业难题

经济日报·中国经济网记者 袁 勇 李盛丹歌



3月11日，十二届全国人大五次会议新闻中心举行记者会，工业和信息化部部长苗圩等就“推进实施‘中国制造2025’”的相关问题回答中外记者的提问。右图为经济日报·中国经济网记者袁勇就新材料技术发展问题提问。

本报记者 李景录摄



2025：产业政策对弈市场力量》报告认为，我国提出的相关产业政策与市场化改革背道而驰。这一观点引发了广泛关注。

对此，苗圩表示，“中国制造2025”自发布实施以来，我国始终坚持市场主导、政府引导的原则。“促进经济发展，要发挥好市场的决定性作用，更要发挥好政府的引导作用。这是国际上的通行做法，为了发展本国制造业，一些国家和地区在不同时期都出台过类似‘中国制造

2025’之类的文件。”

苗圩表示，中国是一个发展中国家，对先进技术和产品需求巨大，制定实施“中国制造2025”的根本目的就是加快推进中国工业转型升级，满足国内市场需求。“有些设备和产品，西方国家对我国禁运、我国市场又急需，如果我们自己不做，何谈促进经济发展、何谈满足人民群众的需求、何谈保护我国国防安全？”

同时，苗圩指出，“中国制造2025”及相关政策适用于所有中国境内企业，也就是说，中国对内资企业和外资企业是一视同仁的。“以新能源汽车为例，我们的准入条件是企业必须掌握全套开发技术和制造技术。这个要求不只针对外资企业，更不是强制要求外资企业把技术转让到中国来。政策的初衷是防止有些企业钻补贴政策的空子，防止某些企业赚一把钱就走人。”

打造更多享誉世界的“中国品牌”

今年的政府工作报告提出，要打造更多享誉世界的“中国品牌”，推动中国经济发展进入质量时代。在这方面，工信部有很多工作要抓紧落实。

“针对不断变化的消费需求，国货当自强是不变的要求。”苗圩说，我国制造业供给端仍然存在一些问题，导致无法满足中高端的需求。为此，工信部将着力推进供给侧结构性改革，增加中高端消费品供给。“我们今年将组织行业协会发布升级和创新消费品指南，推出一批个性、绿色、时尚精品；加快国际标准化转化，全面提高奶粉、药品、马桶盖、电饭煲等产品的质量和档次。”

此外，工信部还将进一步深入实施消费品工业“三品”专项行动，进一步提升供给能力。苗圩说：“在‘增品种’方面，进一步加强轻纺产品工业设计和纺织服装创意设计；发展智能消费品和营养与健康消费品。在‘提品质’方面，组织一些产品开展国际对标和品质对比活动，新增一批制剂和原料药企通过GMP认证。在‘创品牌’方面，支持一些行业协会开展自主品牌建设，培育一批轻纺品知名品牌。”

苗圩表示，下一步将努力营造良好的市场环境；大力弘扬工匠精神，厚植工匠文化，培育出更多能工巧匠，支持消费品走向市场、走向国际。

需求导向，解决新材料“不好用”等难题

今年的政府工作报告明确提出，要加快发展新材料，全面实施战略性新兴产业发展规划。春节前，工信部等四部委联合发布了《新材料产业发展指南》，对先进基础材料、关键战略材料、前沿新材料均提出了具体的发展目标。那么，工信部将采取哪些措施确保新材料技术取得突破？

在回答经济日报·中国经济网记者提出的上述问题时，苗圩表示，党中央、国务院高度重视新材料产业发展，2016年12月23日，国务院批准成立了国家新材料产业发展领导小组。工信部将按照领导小组的统一部署和《新材料产业发展指南》的具体要求，推动落实3方面工作。“第一，形成发展合力。加强部门之间的分工协作，发挥好专家委员会、行业协会、产业联盟等各方面的作用，聚焦重点领域，力争合力在这些领域实现突破。第二，注意分类施策。从先进基础材料、关键战略性材料和前沿新材料3方面入手，解决共性的技术问题，提高政策精准性和有效性。第三，坚持需求导向。以解决应用需求为目标，推进新材料相关政策的落实。比如，搭建实验检测平台和生产应用示范平台，研究首批次新材料纳入保险补偿范畴，解决新材料刚投放市场时下游用户‘不敢用、不好用’等难题。”

市场主导，对内资外资企业一视同仁

近日，中国欧盟商会发布的《中国制造

今年的政府工作报告指出，切实落实脱贫攻坚责任制，实施最严格的评估考核，严肃查处假脱贫、“被脱贫”、数字脱贫，确保脱贫得到群众认可、经得起历史检验。

党的十八大以来，党中央对脱贫攻坚作出新部署，脱贫攻坚取得显著成绩。2013年至2016年的4年间，每年农村贫困人口减少均超过1000万人，累计脱贫5564万人；贫困发生率也从2012年底的10.2%下降到2016年底的4.5%。

成绩可喜，未来可期，却也要防止操之过急。习近平总书记指出，“要充分认识打赢脱贫攻坚战的艰巨性，防止层层加码，要量力而行、真实可靠、保证质量”。实践证明，党中央自十八大以来推进的脱贫攻坚精准度空前、力度空前，同时，难度也是空前的。在这样的局面下，尤其要稳住心神，将政策落到实处，心急是打不赢攻坚战的。

从贫困的历史成因来看，很多地区的贫困代际相传，成因复杂。区域贫困既有自然条件严酷的原因，也有基础薄弱的原因；个人贫困既有客观条件所致，也有内生动力不足、脱贫能力有限的原因，甚至还有一种陈规陋习带来的返贫、致贫。从脱贫的现实进度来看，越往后脱贫难度越大，剩下的大都是条件较差、基础较弱、贫困程度较深的地区和群众，啃硬骨头需要真功夫，搞形式主义、玩数字脱贫是无法蒙混过关的。

总之，不难不足以言“攻坚”，不稳不足以“攻坚”。在脱贫攻坚的最后几年，唯有工作务实、过程扎实，结果才会严实，脱贫成效才能真正获得群众认可、经得起实践和历史检验。

建言献策

全国人大代表、安徽省滁州市委副书记许继伟：

让更多发展成果惠及群众

本报记者 白海星

今年的政府工作报告提出，政府的一切工作都是为了人民，要践行以人民为中心的发展思想，把握好我国处于社会主义初级阶段的基本国情。在全国人大代表、安徽省滁州市委副书记许继伟看来，把这一要求落实到具体工作中，就是对于群众反映强烈、期待迫切的问题，有条件的要抓紧解决，把好事办好；一时难以解决的，要努力创造条件逐步加以解决。

具体到滁州市的实际情况，许继伟代表说，去年，滁州市统筹安排好一系列民生项目，群众获得感和幸福感不断提升。“保障和改善民生，没有终点，只有连续不断的新起点。今年，我们将继续贯彻共享发展理念，多谋民生之利，多办民生之事，多解民生之忧，让发展成果更多更公平地惠及群众。”

许继伟代表表示，“做好民生工作，不能贪一时之功、不能图一时之名，要注重长远谋划，确保群众得实惠”。

全国人大代表、晶科能源CEO陈康平：

推动光伏扶贫有效落地

本报记者 王轶辰

“因地制宜开展光伏扶贫，既符合精准扶贫、精准脱贫战略，又有利于扩大光伏发电市场，促进贫困人口增收、增收。作为资产收益扶贫的重要方式，光伏扶贫实际上为打赢脱贫攻坚战开辟了新途径。”全国人大代表、晶科能源CEO陈康平表示。

据介绍，目前，光伏扶贫还存在资金缺口大、融资难，以及贫困地区光伏发电配套设施改善难、政府光伏扶贫指标扩容难等问题。为此，陈康平代表建议，国家发改委、能源局等部门应顺应市场需求，可考虑适度减少商业电站的发展规模，全面扩大光伏扶贫电站指标规模。同时，各级政府在协调具体实施的过程中，要综合考虑将光伏扶贫电站与小规模集中式相结合，充分利用村头空地、村集体屋顶、敬老院等公共建筑的屋顶等，将装机规模设定在几千瓦到几百千瓦，采用收益由多个贫困户共享的模式等，确保光伏精准扶贫最终有效落地。

全国人大代表、广东移动总经理简勤：

让大数据助力精准扶贫

本报记者 庞彩霞

“信息化、大数据助力精准扶贫已具备基础。”全国人大代表、广东移动总经理简勤指出，当前，我国正大力推进电信普遍服务试点，农村的信息基础设施正在不断完善，为精准扶贫打下了信息化基础。

如何运用信息化和大数据手段推动精准扶贫，简勤代表提出3点具体建议：首先，开展精准扶贫大数据分析，精准甄别贫困人口。他建议探索开展大数据建模分析，选择推广符合各地实际的分析模型，通过定量分析，实现精准扶贫“心中有数”。其次，打造信息化精准扶贫管理平台，助力精准扶贫工作落地。据介绍，广东移动正积极协助广东省扶贫办建设“扶贫大数据云平台”，能有效实现扶贫数据的及时采集，了解扶贫干部在村里的工作情况以及村民医疗、教育等状态。第三，推动农村电商发展，助力贫困地区脱贫致富。他建议进一步发挥信息化和大数据的支撑作用，挖掘贫困地区的土特产品优势，持续推动农村电商的发展，助当地农民增收。

经济日报·中国经济网记者 王轶辰 李盛丹歌



中国投资环境越来越好

王受文的信心来自于中国吸引外资的优势。他说，去年我国社会消费品零售总额增长10.4%，达到了33万亿元。这个巨大的市场对任何企业、任何外企都是有吸引力的。“另外，中国的产业链齐全，上游下游任何一个产业进来，都能找到配套企业。”王受文表示。中国的营商环境也越来越好，世界银行发布的营商环境报告显示，去年中国在全球190多个成员里的排名上升了6位。更重要的是，中国进一步扩大开放的立场没有变。前不久，国务院出台了扩大对外开

今年1月，我国实际使用外资金额同比下降9.2%，对此，外界比较关注中国的投资环境是否有所变化。在回答经济日报·中国经济网记者提问时，商务部副部长王受文强调，1月我国实际使用外资确实下降了，但是2月的数据是增长的。只从年初的一个月或两个月来判断全年的情况为时尚早，“我们对完成全年吸引外资的任务是有信心的”。

消费成经济增长第一动力

“消费已经成为国民经济增长的第一拉动力，实现了历史性转变。”商务部部长钟山表示，扩大国内消费事关我国经济社会发展全局。近年来，消费对经济增长的拉动作用不断增强。去年，消费对我国经济增长的贡献率达到64.6%，社会消费品零售总额超过33万亿元，稳居世界第二。其中，旅游是增长最快的消费之一，且旅游消费还有很大潜力。

钟山表示，在内需不断扩大的过程当中，也发现了不少短板，比如说商品、服务两个方面的有效供给不足，内外贸融合不够，商业布局不够合理，基础设施建设滞后，流通成本偏高等，“这些都是我们扩大消费中的短板，要下大力气来解决”。

对于下一步如何让更多消费者愿意把钱花在国内，让消费对经济增长的贡献力更上一层，钟山说，首先，要进一步扩大有效供给，让老百姓买得高兴。这方面重点是要推动供给侧改革，满足个性化、多元化消费需求。应用大数据、云计算等新技术，让企业及时了解消费者的需求，增加品种，提高品质，打造品牌，让老百姓能够买到他想要买的东西。

“同时，还要提升供给质量，让老百姓买得放心；补短板降成本，让老百姓买得实惠。”钟山表示，我国商品价格高，很重要的一个原因是流通成本太高。据测算，社会物流总费用占GDP的比重下降一个百分点，就可以节约社会物流总费用7500亿元。“我们将加快流通的信息化、标准化、集约化建设，真正把流通成本降下去。”钟山说。

放积极利用外资的20条措施，进一步扩大服务业、制造业、采矿业的对外开放，对外资来说，机会将越来越多。

“外资和中国企业公平竞争的待遇也会越来越好。”王受文说，以前，外资企业不能参与中国国内标准制定，现在外企有这样的机会了。在知识产权保护、政府采购、注册资本缴纳等方面，现在外资企业都享有同样的待遇。

不鼓励企业盲目“出海”

“一带一路”倡议提出3年多来，已有100多个国家和国际组织积极响应，有50多个国家与中国签署了相关合作协议。“‘一带一路’的合作成果超出预期。”钟山透露，我国跟“一带一路”沿线国家的贸易规模不断扩大，去年进出口总额已达6.3万亿元，增速超过我国对外贸易的总体增速。双向投资也在不断增长，去年，我国对“一带一路”沿线国家直接投资达145亿美元。中国企业已在沿线20多个国家建立了56个经贸合作区，累计投资超过185亿美元，为东道国增加了近11亿美元的税收和18万个就业岗位。

当前，有的舆论认为中国对外投资可能要“降温”，对此，钟山指出，这样的舆论是不准确的，中国政府一直鼓励有实力的企业“走出去”，参与国际竞争和合作。2016年，我国境外企业实现销售额总计达1.5万亿美元，向所在国交税400亿美元，聘用外国员工150万人。可见，中国企业在境外的发展是好的。

“当然，也不排除有少量企业‘走出去’，存在着盲目的、非理性的问题。”钟山说，一些企业根本没有实力，也没有经验，到境外投资和发展其实难以为继，经营管理上都有困难和问题，有的企业已经付出了代价，有的甚至给我国形象造成了负面影响。“因此，我们对盲目的、非理性的投资是不鼓励的。不仅不鼓励，我们还要对这些企业加强监管。”钟山说。