

给互联网企业造车下结论为时尚早

杨忠阳

任何企业都是在市场打拼中不断成长起来的，大浪淘沙之后，总会涌现出一家或几家优秀的公司。如果不能真正掌握汽车设计、制造以及品牌维护的功力，就不可能在竞争激烈的汽车行业真正立足。这就需要互联网车企既“仰望星空”，更要“脚踏实地”，围绕用户需求把产品和服务真正做好

热点快评

近年来，互联网造车的概念很热。且不说各路资本对其趋之若鹜、大把“撒钱”，单就前不久互联网车企在北京车展上的超高人气就窥见一斑。蔚来、威马、拜腾、前途、奇点、云度等9家企业携20余款车型高调集体登场，似乎在宣告一个汽车新时代的到来。

与互联网造车热情相对应的，是不绝于耳的质疑声。质疑者的理由在于，汽车是一个技术和资金高度密集的产业，从研发设计、实验验证、整车生产到供应链管理，各个环节都对产品技术和安全有非常高的要求。以互联网企业为代表的造车新势力，大都在汽车研发制造的核心技术方面并没有太多积累，这也为其产品和今后发展埋下了隐患。一旦后续资金跟不上，就难免乐极生悲再次上演。

更让人担忧的是，还有不少造车新势力车企，既无研发实力和线下渠道，又无土地和工厂及设备，仅从别处购买

一个造车资质后，就号称进军汽车产业。难怪有人说，其醉翁之意，不在“造车”，而在“圈钱”。

不可否认，今天互联网造车新势力存在很多问题。除了个别企业推出了首款上市车型外，大多数拿出的不过是量产车的概念车，更有甚者还停留在“PPT造车”阶段。“只闻楼梯响，未见产品来”，过度营销，甚至忽悠政府和用户的现象比较明显。然而，仅仅因为初期不成熟，就断然否认这个行业的新生力量，也是不够冷静和理性的。创新的魅力，不在于“守正”，而在于“出奇”，在于把“不可能”变为“可能”。

观察创业公司，最忌讳用静态的眼光。对比传统车企，互联网公司在造车技术上确实是处于弱势，但在人工智能、大数据运用等未来智能汽车的核心竞争力方面则处于领先地位，尤其是其强烈的互联网意识、用户思维以及大数

据处理能力，无疑将是影响智能汽车发展和改变人们未来出行的关键。特别是新兴车企的出行服务以及智能互联的意识，很值得传统车企学习。任何企业都是在市场打拼中不断成长起来的，大浪淘沙之后，总会涌现出一家或几家优秀的公司。今天的吉利，就是当初从草根创业中崛起的翘楚。回溯其成长历程，正是其不惧巨头，勇于创新，敢于认错，才在激烈的市场竞争中脱颖而出。曾记得，因为没有造车资质，吉利集团董事长李书福曾说：“请允许民营企业做轿车梦。如果失败，就请给我一次失败的机会吧。”

有人也许会问，此一时，彼一时，当前中国车市已没有多大增量，企业都是在存量中搏杀，竞争太激烈，新造车企业根本没有试错机会。对此，必须要看到，这一轮互联网造车热有其深刻的时代背景。随着新一轮科技革命和产业变革加速，汽车正从传统机电产品和交通

工具，转变为大型移动智能终端、储能单元和数字空间。虽然今天传统汽车的身軀已十分强壮，但它的头脑智慧却略显不足。而电动化、智能化、轻量化、共享化的新趋势，需要汽车拥有一个强大的头脑，通过人机界面实时与外部世界保持更人性的连接。显然，当前传统汽车及其服务的“痛点”，为以互联网企业为代表的新势力造车提供了千载难逢的“乘”之机。

当然，站在变革的十字路口，互联网企业要想把车造好也不容易。如果不能真正掌握汽车设计、制造以及品牌维护的功力，就不可能在竞争激烈的汽车行业真正立足。这就需要互联网车企既“仰望星空”，更要“脚踏实地”，围绕用户需求把产品和服务真正做好。适者生存，弱者淘汰，成功与否的检验标准只有一个，那就是市场。因此，现在就给互联网造车下结论似乎还为时尚早，不妨也给他们“一次失败的机会”。

来论

5月份第二周，2018年全国职业教育活动周暨全国职业院校技能大赛各项赛事在各地如火如荼地开展，再次掀起了学技术、比技能的社会热潮。相比人们对高技能的强烈关注，各地对技术人才高素质的重视相对不足。

事实上，我国高职教育的人才培养目标一直在同时强调高素质与高技能。但是，一些地方的高职教育在实践中偏重传授技能，在培养高素质方面相对不足。有的职校学生对经济社会发展动态不大关心，对中国历史和优秀传统文化等知识储备不足，有的学生仅仅想着学好技术去就业……这虽不能完全代表当前高职学生的面貌，但必须认识到，仅仅掌握技能的职校学生很难称得上全面高素质，也不符合高职教育人才培养目标。

造成这种现象的原因有多种，比如生源基础不够优秀、师资力量相对薄弱等，但这并不能成为高职教育忽视培养学生高素质的理由。毕竟，高职教育是我国高等教育的重要组成部分。高素质与高技能必须统一于高职教育人才培养全过程，两者缺一不可，并相互促进。

随着中国经济从高速增长阶段迈向高质量发展阶段，亟需推进质量变革、效率变革、动力变革，通过创新驱动实现高质量发展。要实现这样的目标，职业教育学生仅掌握高技能是不够的。可以说，当前我国对高素质技能人才的需求比以往任何时候都迫切，高职教育必须更加突出高素质技能人才的培养。

笔者认为，高职学生的高素质应体现在以下几方面。具有坚定的理想信念；具有较好的文化积淀和工匠精神，拥有继续学习的能力和追求创新的精神；具有良好的职业道德和诚信品质；具有健康的体魄和心理素质等。这些方面都应更好地纳入高职教育高素质人才培养方案，落实到课堂课本上和实习实践中。此外，相关部门和高职院校应完善人才培养体系，深化产教融合、校企合作、开放办学，在校企共育中不断提升以工匠精神为代表的高素质技能人才培养水平。广大高职学子则应在学好技能、练就本领的同时，加强学习，自觉提升综合素质，努力做新时代的有为青年和大国工匠，实现人生更加出彩的目标。

（作者单位：湖南省中国特色社会主义理论体系研究中心长沙基地）

高职教育中技能与素质并重

李元敏

国产盾构机崛起的启示

顾 阳

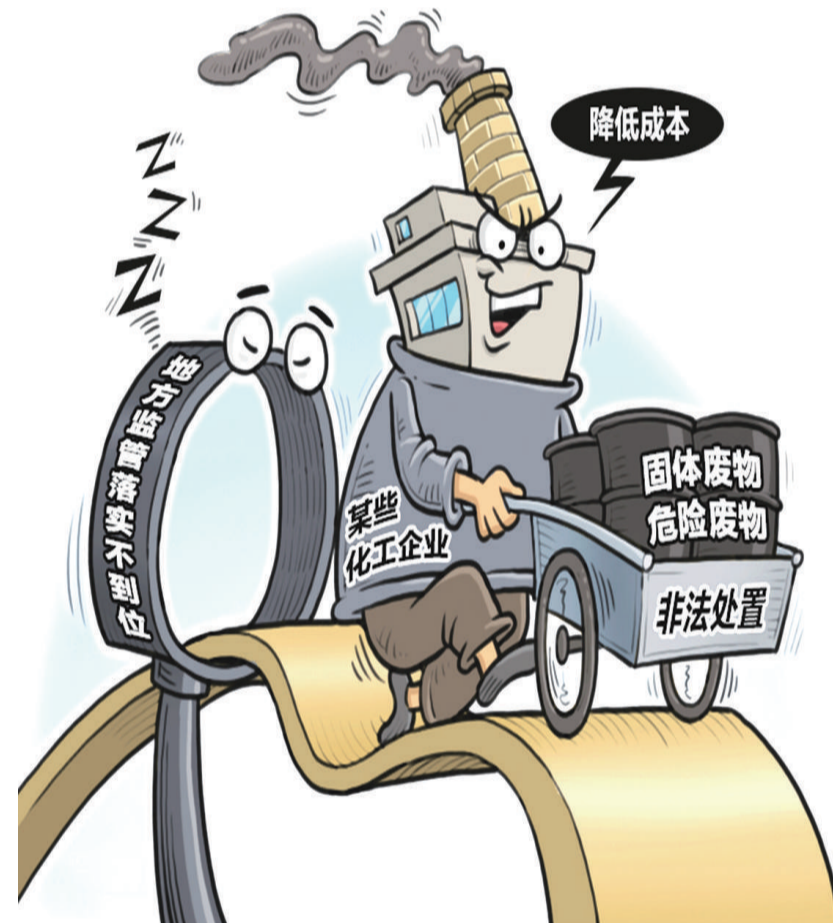
说起盾构机，人们就会想到隧道掘进中的“庞然大物”。这个工程装备领域的“大块头”，不仅把人们从危险劳动中解放出来，更是大幅提高了施工效率，被誉为打造“中国工程”品牌的“大国重器”。

盾构机在国内比较频繁地出现，还是近些年的事。2008年，国产首台复合式盾构机在中铁工程装备集团公司下线，一举打破了国外垄断。令人自豪的是，2017年我国自主研发的盾构机产量攀升至全球首位。从无到有，从优秀到卓越，中国盾构机产业“十年磨一剑”的成长历程，正是众多中国自主品牌发展的一个缩影。

盾构机既能穿江越海又能穿山越岭，既有强大而先进的动力，又有锋利且坚韧的刀刃，一旦下井出发，就只能

前进，不能后退。自主品牌崛起，不仅要有足够的技术积累和过硬的质量保障，更需要这种永远向前、精益求精、追求卓越的精神。当前，我国经济正在从高速增长阶段迈向高质量发展阶段，正加快构建现代化经济体系。在这一过程中，加快自主品牌建设，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，是题中应有之义。

迈向高端品牌的征程不会一帆风顺，特别是在关键核心技术、自主知识产权等领域，我国与发达国家的差距仍然较大。我们要正视中国品牌发展中的短板，广泛汇聚各类创新要素，不断提升科技含量和品质，加快推动核心领域尽快形成具有世界竞争力的自主品牌，为高质量发展注入强劲动力。



钻空子

程 硕作（新华社发）

据报道，生态环境部日前通报了山西省临汾市三维集团违规倾倒工业废渣案等6起非法转移倾倒固体废物及危险废物案件的问责情况，相关地方党委、政府对责任人严肃追究问责，有的地方领导干部被免职或停职。问责力度大，彰显出对环境违法行为坚决“亮剑”的决心和行动。环境违法行为屡屡发生，执法不严、违法成本低是重要原因。杜绝这一问题，一方面应加强事前监管，努力改变过去“九龙治水”的局面，监管一竿子插到底；另一方面，各地应加大违法违规行为的惩处力度。

（时 锋）

不应过度依赖微信工作群

易成利

因传递信息快捷、功能强大，微信方便了人们的工作和生活。微信群虽好，但开展工作如果过度依赖微信群往往过犹不及，很容易导致两个问题。

其一，滋生形式主义。一些人过度依赖微信工作群，认为只要建立微信工作群便能顺利推进工作，需要某项资料时，便让基层干部在群里“晒一晒”；落实某项工作时，便在群里“吼一吼”。表面上看，这是为了方便“痕迹管理”，实际上还是关门办公、闭门造车的形式主义做派。比如，一些微信工作群的每日报到制度，让基层干部进村第一件事就是先到挂点的贫困户家去合影，这样的“痕迹管理”不仅让干部尴

尬，也容易引发群众不满。其二，给基层干部增添负担。基层工作千头万绪，任务重、压力大。有了这么多微信群，不少基层干部在完成本职工作时，还需要“照顾”这么多微信群，让基层干部“苦不堪言”。

如何使用好微信工作群，考验着管理智慧。一方面，要对工作微信群规范管理，哪些工作可以在微信群里开展，哪些工作需要实地调研，要作出明确的界限；另一方面，要对各类微信群清理整合，最大限度保证微信工作群的“质量”。这样才能避免基层干部被微信工作群“绑架”，为政府各项工作的高效推进提供有力支撑。

共享经济需厘清行业底线

余 颖

行业

大众参与的共享经济，需要大众能理解、能监督的标准。共享经济的发展离不开制度的规范，从业者和管理部门都应该有风控意识，通过加强数据对接与共享，进一步深化合作，共同探索合理的监管手段与方式

共享经济是近年来的经济亮点。以共享住宿领域为例，根据国家信息中心共享经济研究中心近日发布的《中国共享住宿发展报告2018》，目前我国主要共享住宿平台的房源数量已达300万套，去年接待房客7600万人次。平台上的房东、管家、摄影师等服务者人数约为200万人，基本上每增加1个房东，就能带动2个兼职就业。特别是在广大的农村地区，乡村民宿已经成为乡村振兴的重要基础之一。

不过，共享经济也面临消费习惯培养、行业标准缺失、法律地位不明确、行业监管模式待创新等制约。最近一家共享经济企业安全事件频发，更放大了公众对于共享经济风险的担忧。坐上一辆陌生人开的共享汽车有风险，打开房门邀请陌生人入住的共享住宿同样有风险，房东经常会担心房客破坏房间设施，而房客则担心房东手里还有另一把钥匙。为了缓解用户的忧虑，企业首先应承

担起保障消费者安全的责任。最近，共享住宿企业小猪、爱彼迎等联合发起倡议，呼吁企业要以信任和安全为行业核心价值，保障用户的人身和财产安全，加强用户隐私和个人信息保护，完善身份认证、人身财产保险机制，加强诚信体系建设等，都是在向用户传递安全信号。但是，仅靠企业口头倡议是不够的，对共享经济的监管必须跟上。大众参与的共享经济，需要大众能理解、能监督的标准。

在实际生活中，管理部门对共享经济的监管往往滞后。然而，监管绝不能等出事之后才紧急整顿，而是要用一系列的规章制度，与企业、行业协会一起提前针对消费者“痛点”采取措施，防患于未然。在相关制度建设，行业标准应得到重点关注。

由于共享经济已渗透进衣食住行等众多行业，每个行业国内国外都已有冒头的领军企业，也有大量消费数据积累，推动解决问题的技术也相对成熟。基于

企业经营中探索的有益经验和消费者投诉等数据，共享经济各个行业出台相关行业标准的时机已经成熟，规定企业应提供什么样的服务流程、消费者投诉应该如何处理、企业应引入哪些高科技来解决此前无法解决的问题，等等。比如，在消费者关注的安全问题上，提高人脸识别、人工智能等新技术应用水平，保障用户人身财产安全以及平台数据安全，都应该在行业标准中予以明确。

社会大众和管理部门可以用宽容、发展的眼光推动共享经济行业进步，但共享经济的发展绝对离不开制度的规范，从业者和管理部门都应该有风控意识，通过加强数据对接与共享，进一步深化合作，共同探索合理的监管手段与方式。在激烈的市场竞争中，企业可以通过提供更完善、性价比更高的服务争取消费者，但是作为衡量企业经营是否合规的尺子，相关部门应大力推动行业标准的出台，为企业经营设置一条底线。

高善文
安信证券首席经济学家

结构性去杠杆是下一步重点

国际金融危机之后，我国国有企业经历了明显的加杠杆过程，其高峰出现在2014年。2015年以后，国有部门的资产负债率总体上开始下降。2011年以后非国有部门的资产负债率并未系统性上升，在多数口径下还出现了下降。时至今日，我国企业部门杠杆率正在稳定下降或者开始下降。4月2日中央财经委员会第一次会议提出了“结构性去杠杆的思路”，将“去杠杆”比较精准地指向了国有企业和地方政府。所以说，在“去杠杆”取得阶段性成果后，下一步的重点就是“结构性去杠杆”。

刘俊海
中国人民大学法学院教授

高校更名亟待规范

从6月份起，全国各地高考考生将陆续开始填报高考志愿，一些学校更名后的新校名让人迷惑。有些高校改名后，名不副实。一方面，教育部应出台大学更名指导意见，大学前面的定语，要体现出学科特色；另一方面，针对部分高校更名后名不副实的情况，应建立健全高等学校发展机制，控制无序竞争，打造公平公正的招生环境。学校要把主要精力放在自身发展上，从内涵建设入手，在激烈竞争的环境下，靠自身实力争取一席之地。

王 剑
国信证券银行业首席分析师

防止银行理财产品成套利工具

目前，银行保本理财产品将逐渐退出历史舞台，不少银行推出了新型的“结构性保本产品”作为替代。一些银行的结构产品存在“假结构”乱象，长期来看，即使是“真结构”也存在一定风险。因为这种产品能绕开监管，为了保本，其投资标的也越来越复杂。保本的目的逐渐丧失，变成金融机构获取高额利润的游戏。当市场情绪稳定、相关机构信用情况较好时相安无事，一旦遇市场逆转，风险就会暴露，2008年国际金融危机时期，结构性产品遭遇“滑铁卢”就是前车之鉴。

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 马洪超 祝 伟