

该给新势力造车热泼泼冷水了

杨忠阳

在资本的助推下，近年来造车新势力风起云涌。新能源汽车已成为企业和各地竞相追逐的新“风口”，但众多企业造车也引发了人们的担忧。在伴随着资本过热炒作的产业发展过程中，我们既要保持新能源汽车产业战略定力和创新活力，也要防范盲目建设和无序发展。要规范市场主体投资行为，引导社会资本合理投向，推动企业、资金、技术向着更优质的方向集中，推进新能源汽车高质量发展



从拖欠供应商货款，到河北武安工厂大面积减产，再到暂停上市辅导，曾经红火的珠海银隆新能源股份公司最近似乎麻烦不少。反思银隆今天的遭遇，与其选择了钛酸锂电池技术路线不无关系。该电池技术虽然快充性能好、循环寿命长，但能量密度远低于磷酸铁锂、三元电池等主流电池技术，不符合国家鼓励发展方向，也很难得到市场认可。这从一个侧面说明，造车并不容易，一个技术选择失误就有可能导致满盘皆输。

在资本的助推下，近年来造车新势力风起云涌。有数据显示，目前在工信部登记在册的新能源汽车企业已达503家。之所以如此，一方面是因为新一轮科技革命和产业变革加速融合，汽车已被重新定义，产品形态加快向新能源、轻量化、智能和网联方向发展，正从交通工具转变为大型移动智能终端、储能单元和数字空间，其产业边界日益模糊，这为互联网等新兴科技企业进军汽车业带来了千载难逢的机遇；另一方面则是受到了地方政府的激励。由于汽车产业对地方经济、税收和就业贡献大，各地出台了相比其他产业更优惠的招商政策，加速了不少新能源汽车企业的诞生和项目上马。

新能源汽车已成为企业和各地竞相追逐的新“风口”，但如此众多企业造车也引发了人们的担忧。这当中究竟有多少是真心实意地造车？又有多少是打着新能源汽车的旗号，行圈钱的勾当？会不会重蹈传统汽车“散、乱、差”的覆辙？对此，国家发展改革委新闻发言人日前也出来喊话，“当前新能源汽车出现了盲目发展的苗头”。

汽车是一个以技术、资金、人才及规模效应为支撑的行业。经过百年的发展，先行者已为后进者垒起了较高的门槛。由于汽车本身的复杂程度远高于手机、家电等电子产品，再加上使用场景

的不确定性，以及更高的安全要求，一款车从产品定义、设计研发、试验验证、组织生产到市场销售等，最快也得3年左右，要真正实现盈利至少得5年光景。按照业界的说法，如果没有200亿元以上的资金支撑，没有独特的技术亮点，没有过硬的产品力，别说高质量发展，造车企业活都活不下去。

更重要的是，对于新造车企业而言，量产也是一道难迈的坎。此前虽然不少企业早就发布了炫酷的样车，但至今还没有看到哪一家成功实现批量销售，甚至因为交车期限“一拖再拖”，饱受社会质疑。经验表明，样车和真正交到用户手里的产品不能完全画等号，量产车需要造车体系能力的支撑。造一辆车并不难，难的是把每辆车都造好，毕竟体系能力建设是一个漫长过程。

应该说，背靠中国汽车市场的广度和纵深，不少新造车企业还是能够跨过

10万台产能瓶颈的。但是，造车不是百米冲刺，而是残酷的马拉松比赛，最终能在激烈竞争中坚持下来，跑到最后的毕竟只是少数。正如长安汽车总裁朱华荣所言，“经过未来3年至5年的淘汰，90%造车新势力会成为‘先烈’，而且这还是很理想的结局”；作为造车新势力代表，小鹏汽车董事长何小鹏则认为，“成功者比例不会超过1%”。

当然，创业就是看起来不靠谱或者说很困难的事情变成现实的过程。对于新造车企业而言，是从零起步还是另辟蹊径，少数成功者必定会有“与众不同”的智慧。同样，在市场淘汰与资本过热炒作过程中，我们既要保持新能源汽车产业战略定力和创新活力，也要防范盲目建设和无序发展。如何规范市场主体投资行为，引导社会资本合理投向，推动企业、资金、技术向着更优质的方向集中，推进新能源汽车高质量发展，这同样考验着管理者智慧。



工作干得好不好，要以考核来衡量。考核作为一种表彰先进、鞭策后进的重要手段，对调动各级干部干事创业积极性、催生发展动力意义重大。但是，在个别地方，却存在无论考核结果是好是坏，奖惩措施并没有多大差别的现象，一定程度上形成了干与不干、干多干少、干好干坏一个样的问题。有的单位甚至兴起了评优论资排辈、平衡照顾的做法，有意识地“今年评张三，明年评李四，后年评王五”，背离了考核的初衷，导致考核失去了应有的导向和激励作用。

笔者认为，干部考核评优“轮流坐庄”要不得，会让“优秀”变成击鼓传花、难以服众，也会伤害那些工作上踏实努力、做出了优异成绩的干部。人人渴望被肯定，评优评先是在传播“正能量”，就应该尺度分明，将那些真正表现优异的干部选树出来，让他们向其他干部看齐、向他们学习。只有让干得好的既受表彰又得实惠，让干得不好的既丢面子又丢位子，才能让考核真正体现干部的实绩，让干部迸发出前所未有的动力。

从某种程度上说，评优“轮流坐庄”是一种为官不为的病症，少数领导干部习惯于多一事不如少一事，想做“老好人”，怕考核结果得罪人，干脆在评优过程中实行“排排坐吃果果”，说到底，这都是缺乏政治担当、责任担当、事业担当的心态。破解“轮流坐庄”问题，就要对考核工作全程公开，从而在阳光照耀下让“谁优谁不优、优在何处”一目了然。

中办日前印发的《关于进一步激励广大干部新时代新担当新作为的意见》，旗帜鲜明地树立了重实干重实绩的用人导向，处处体现着让优秀者上、庸者下、劣者汰的标准和机制，这就要求对优秀者、庸者、劣者的评判必须依照考核结果，并在政治、精神、经济等方面都得到体现。干部考核评优“轮流坐庄”要不得，这会让获得“优秀”的干部很尴尬。只有用科学的考核结果让实干、实绩突出者得到褒奖和鼓励，让工作不力、业绩平庸、表现不佳者受到警醒和惩戒，树立起“凭实绩论优秀”的考核工作导向，优秀干部才会有干劲。

评优「轮流坐庄」要不得

刘厚廷

“走后门”心理往往导致招录受骗

苑广阔

高考招录工作即将开始，各地中考也陆续展开，每到此时，利用家长们望子成龙心态的骗子们也纷纷出动。北京市第三中级人民法院经调查发现，利用升学、入学考试实施诈骗的犯罪分子，主要将目光集中在落榜学生、希望从军学生、艺考生等群体。

俗话说“七分靠考，三分靠报”，说明高考志愿填报工作十分重要。相关调查发现，在围绕高校招录工作的骗局中，犯罪分子抓住家长望子成龙的心态，先是试探需求，随后通过虚构身份等手段取得信任，并索取财物。之所以年年都有人栽在同样的骗局、同样的套路上，一个很重要的原因是部分考生和家长“走后门”心理严重，在考试成绩

不理想，不能被理想大学录取的情况下，想通过找熟人、走捷径的方式进入理想中的大学。

实际上，我国高校招生录取工作早就实现了“阳光高考”，国家统一招生的普通高校，其院校名称、招生计划都可以通过教育部指定的信息公开平台“阳光高考”查询。所以，只要有人以“内部指标”的名义招生，十有八九是骗局。广大考生和家长应理性看待高校招录工作，根据考生分数决定填报一本、二本还是高职、高专，如果考生分数明明很低，还在骗子的忽悠下以为能进入著名、重点大学，那显然是不现实的，也是最容易上当受骗的。对此，求学心切的考生和家长们应该引以为戒。



商海春作 (新华社发)

防止“高考状元”炒作转向自媒体

余明辉

随着各地2018年高考成绩陆续放榜，过去各大媒体争相报道的“高考状元”，今年却在各大新闻媒体上消失了，甚至连一些地方和学校的高考录取率等也一并销声匿迹，这是一个好现象。

从不厌其烦年年高调炒作，再到今年的各大正规新闻媒体上“高考状元”静悄悄，媒体、学校等的转变，无疑让群众相信，在国家及有关方面的共同努力下，包括整治“高考状元炒作”在内的教育改革中众多难事、揪心事，在不久的将来都将获得有效的解决。

同时也要看到，尽管正规媒体

上“高考状元”静悄悄，但“高考状元”炒作在自媒体上却大行其道。这些媒体的炒作，虽然表面上没有以往正规媒体效果明显，但随着自媒体影响力的日渐深化，转移阵地的“高考状元”炒作，其作用仍不容小觑，值得警惕。

这一方面说明一些媒体对“高考状元”的炒作动力仍非常大，另一方面也为有关方面下一步治理“高考状元”炒作指明了方向。期待相关职能部门一鼓作气，科学严密部署，对这些继续存在的“高考状元”炒作行为及时发现、合理引导，使这一问题得到彻底有效的解决。

“择”

近日，高考成绩陆续公布，考生们也将面临人生的一个重大选择——填报志愿。站在十字路口，挑学校还是挑专业？追随兴趣还是迎合热点？不少考生既憧憬又困惑。伴随着新世纪曙光出生的这一代青年，必然被寄予时代的厚望。实现“两个一百年”奋斗目标，青年学子既是见证者也是参与者；“实现中华民族伟大复兴的中国梦，广大青年生逢其时，也重任在肩。”尚显青涩的青年学子，面对现实与梦想的抉择，或许会纠结和迷茫；但不要小看一朵浪花的力量，每个人的每一次选择，叠加起来足以掀起影响时代走向的磅礴巨浪，生命的意义也会在时代的巨变中熠熠发光。

(时 锋)



打击“舌尖上的谣言”需科学共治

翠绿的西瓜、粉嫩的桃子、娇艳欲滴的荔枝、晶莹剔透的葡萄……五颜六色的新鲜水果为夏天增添了别样色彩，但最近有关食品安全的谣言也不时蔓延，像“吃无核葡萄等于避孕药、维生素A伤害宝宝大脑”等，在网络上俯拾皆是。

【短评】食品安全谣言之所以泛滥，很大程度上缘于现实中确实存在一些食品安全风险，同时消费者对此又缺乏基本的科学判断，常常抱以“宁可信其有不可信其无”的态度，不假思索地将纯属虚乌有的谣言在微信、微博等自媒体上转发传播。打击“舌尖上的谣言”要科学共治，共同努力，只有政府部门履职尽责，行业科普及时发声，新闻媒体客观报道，社会各界共同参与，才能推动形成尚德、守法的社会共治格局，提升食品安全总体水平，逐步根除滋生谣言的土壤。

“老楼装电梯”要有新思路

如今，对于许多老旧小区来说，加装电梯成为许多住户的期盼，但谁来主导、钱从哪儿来、低层住户工作怎么做……种种烦心事，让这件民生实事成为不少老旧小区改造中难走的“最后一公里”。

【短评】随着人口老龄化问题日渐凸显，无论是从人文关怀，还是提升百姓幸福感的角度看，给那些老旧小区加装电梯，都是最直接的民生问题。但“老楼装电梯”也面临着不少难题，比如，多数老旧小区是砖混结构，给已使用多年的老旧材质住宅配置电梯只能外挂，低楼层住户实用价值不大，不愿出钱。对此，需要从管理制度、审批程序、政策优惠等方面创新思路，尽快出台相关管理办法，制定加装电梯的业务流程以及部分业主财产损失的补偿办法，协调各方利益，共同把民生实事办好。

多管齐下治理“药师挂证”乱象

据报道，辽宁省食品药品监督管理局近日印发《关于进一步整治执业药师“挂证”问题的通知》，严厉查处执业药师“挂证”、不在岗销售处方药行为。

【短评】“挂证”是指以获取报酬或谋取其他利益为目的，将本人持有的执业药师资格证书违规提供给非工作单位使用的行为。为了用药安全，配备执业药师是药店经营许可的基本条件之一。但在现实中，一些药店通过挂证低成本满足了合法开业的条件，执业药师无需提供劳动就能获得一定报酬，给用药安全带来了隐患。防止“药师挂证”，可尝试派驻制度，即药师向监管所属药师管理机构申请执业，由机构成立药师执业协会向药店派驻，承担用药安全监管指导职责和药品销售劳动服务，防范人岗分离。

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 徐 达

撬动服务出口贸易市场量能

张 锐



强化服务贸易尤其是服务出口贸易已成为我国对外贸易工作的重头戏。相关政策要聚焦做大国内生产性服务业与生活类服务业的体量，强化服务出口的支撑力与供给力；延展服务出口的长板，弥补服务出口的短板；有目的地及时调配服务出口市场；做足服务业的服务成色与质量

近日，国务院正式批复同意《深化服务贸易创新发展试点总体方案》，批准复制推广包括设立服务贸易创新发展引导基金、支持服务贸易企业开拓国际市场、搭建服务贸易金融支持平台等共计29条服务贸易创新发展经验。可以看出，强化服务贸易尤其是服务出口贸易已成为我国对外贸易工作的重头戏。

一般而言，无论是作为经常项目下的商品出口，还是作为资本项目的投资出口，都与服务出口紧密关联。服务出口不仅是衡量一国出口结构的重要维度，更代表着一国出口的国际竞争力。目前，世界主要经济体都在不断强化本国服务贸易的比重，全球服务贸易额目前已突破60万亿美元，在全球贸易中占比上升至23%，已超过货物贸易，其中服务出口权重占贸易出口权重扩大到23.5%。相比之下，目前我国服务贸易在对外贸易中占比为16.7%，服务出口占整个贸易出口的比重为9.6%，都明显低于世界平均水平。而且，我国服务贸易逆差还呈逐年扩大趋势。为此，政策必须朝以下几个方向对准聚焦。

首先，要做大国内生产性服务业与生活类服务业的体量，强化服务出口的支撑力与供给力。一方面，我国要加快

制造业的服务化进程，鼓励和支持制造企业通过发展个性化定制服务、精准营销，推动制造企业由重资产向轻资产服务转变；另一方面，我国要推动制造业国际合作由加工制造环节为主，向合作研发、联合设计、市场营销、品牌培育等高端环节延伸。在生活类服务业方面，要切实破除各类地方保护，扩大文化、健康、养老等生活性服务领域的民间投资半径，锻造出服务出口的多元化主体，同时继续扩大金融、电信以及互联网等服务领域的开放口径，通过引进优质外资形成服务市场的“鲶鱼效应”，提高出口产品的国际竞争力。

其次，要延展服务出口的长板，弥补服务出口的短板。目前来看，我国部分高级生产要素优势正在局部形成，新型生产要素正在加速积累，劳动力优势正逐步向劳动力资源、人力资本优势转化，资本优势正逐步传导到技术、品牌、质量、服务、知识产权、标准等高级生产要素优势的积累中，新兴服务出口占服务出口总额的比重突破了50%。有必要在定向性地加大出口退税、进一步下调增值税率等方面积极探索，同时注意促进新兴服务出口力量的互动，强

化海外市场整体匹配能力。要看到，知识产权与旅游服务是目前我国服务贸易逆差的两个最主要来源，因此在这两个方面加强工作力度，促进知识产权出口和旅游服务出口。

再次，要有目的地及时调配服务出口市场。可借助“一带一路”建设拓展服务出口的新空间，包括面向“一带一路”相关国家建成一批促进技术贸易的公共服务与交易平台，推动以铁路、水电、通信、装备制造、航空航天等行业为重点的技术出口，同时建成一批面向“一带一路”相关国家的国际文化交易平台，积极扩大文化创意、数字出版、动漫游戏等文化产品的出口。欧洲是全球服务业最大的进出口市场，而且拥有先进的技术和成熟的管理经验，市场比较开放，我国可考虑以服务贸易为重点投资建设中欧贸易园区和产业合作园区，谋求彼此的互惠与双赢。

最后，要做足服务业的服务成色与质量。服务业的出口其实就是企业在更宽幅和更深度的市场参与国际竞争，对标国际规则提升自身服务的专业化、规范化和品牌化水平乃题中之义。有必要在服务特色、服务内容丰富度及服务信用等方面持续改良与纵深深耕。