

稳定扩大汽车消费需精准施策

□ 杨忠阳

热点快评

面对疫情这只“黑天鹅”带来的冲击和不确定性，如果单纯靠市场的自发性消费行为，车市可能难以明显好转。在国家明确不将房地产作为短期刺激经济的手段的形势下，如何通过精准施策，稳定和扩大汽车消费，加快推进汽车产业转型升级，不仅对经济社会发展具有战略意义，更具有较强的现实紧迫感。

中国汽车工业协会发布最新数据显示，4月份我国汽车产销分别完成210.2万辆和207万辆，环比增长46.6%和43.5%，同比分别增长2.3%和4.4%，月增速为今年以来的首次增长，其中销量更是结束了连续21个月的下降。尽管如此，笔者以为，单月表现并不能代表全年销量，对今年车市不宜盲目乐观。

复盘4月份车市之所以明显回暖，主要原因在于国内防疫形势向好和相关促消费政策推动，企业多款新车集中上市和市场活动增多，使得2月至3月累积的消费需求释放。随着疫情期间压抑的需求已基本得到释放，对后期消费拉动衰减，汽车市场仍将面临较大压力。

也许有人会问，刚刚过去的“五一”假期，车市不是挺火的么？有报道称，上海、重庆、浙江重点监测企业汽车销售额同比分别增长49.6%、28.5%和8.8%，其

中，上汽获得订单3692个，同比增长85.1%。然而，这些订单背后是企业的不惜“血本”。如上汽要为之支出约3.3亿元的补贴，其6大品牌6款明星车型平均补贴约为9万元，不具有可持续性，更不代表整个车市的复苏。

应该看到，疫情对国内市场各行业及

出口贸易的影响较为严重，在一定程度上将使得相关从业人员收入受损，导致消费信心不足。虽然当前国内疫情防控形势持续向好，但仍有必要防止疫情反弹，境外疫情扩散蔓延势头仍未得到有效遏制。汽车是一个全球关联度很强的产业，海外疫情也会对国内行业造成较大拖累。目前多家国际机构已大幅下调了对包括中国市场在内的2020年全球汽车市场销量预测。

显然，面对疫情这只“黑天鹅”带来的冲击和不确定性，如果单纯靠市场的自发性消费行为，车市可能难以明显好转。

值得关注的是，近期中央和各地已陆续出台一系列鼓励汽车消费的政策，包括支持购置使用新能源汽车、全面取消二手车限迁政策、鼓励实施汽车以旧换新等。这些政策无疑会在一定程度上促进汽车市场的销售，但能否完全对冲疫情带来的影响，还要打上一个大大的问号。

目前看，有关地方对放开汽车限购并不积极。从中央提出要“优化机动车限购管理措施”，到规定“各地不得对新能源汽车实行限购”，再到“探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施”，放松汽车限购的政令出了一道又一道。原来全国8个汽车限购的省市，仅贵阳全面取消，部分城市只是象征性增加了点指标。

有人曾作过测算，如果每个购车指标可转化为一辆汽车销量，加上上海和贵阳这两个消费能力相对较弱省市限购松绑后释放的购买力，今年年底，限购放宽带来

的汽车消费增量预计也就50万辆左右。这个量放到一个城市或许不少，但对于一个年销量已经超2000多万辆的全球第一大汽车市场来说，不过杯水车薪。

汽车是我国的支柱产业，产业链长、关联度高、就业面广、消费拉动大。2019年，我国国内生产总值逾99万亿元，其中

汽车制造业整体营收规模为80846.7亿元，占比8.2%；2019年我国社会消费品零售总额近42万亿元，其中汽车类销售额达39389亿元，占比9.6%。更重要的是，汽车业已成为当前推动新一轮科技革命和产业变革的重要平台和力量，成为建设制造强国与科技强国的重要支撑。

在国家明确不将房地产作为短期刺激

经济的手段的形势下，如何通过精准施策，稳定和扩大汽车消费，加快推进汽车产业转型升级，不仅对经济社会发展具有战略意义，更具有较强的现实紧迫感。

儿童口罩国标“出炉”恰逢其时

□ 廖卫芳

据报道，最近出台的《儿童口罩技术规范》，规定了适用于6岁至14岁儿童口罩的基本要求、外观质量与测试方法，同时提出了19项主要性能指标。

疫情期间，口罩成了必需品。但在各大药店、商场里，却只见成人口罩，不见儿童口罩。于是，许多家长带孩子外出时，不是让孩子“将就着”佩戴成人口罩，就是干脆把成人口罩“稍作改装”。

事实上，无论小孩佩戴的口罩是成人版的，还是经过改装的，对小孩来说都是“非标准”的。一方面，“成人版”或“改装版”儿童口罩，儿童佩戴时都会出现密封性差、防护效果不理想等情况。另一方面，“成人版”或“改装版”儿童口罩，因口罩的各项性能指标“过高”“超标”，儿童佩戴时

难免存在一定安全风险。

儿童口罩国家标准“出炉”及时而必要，具有一定的指导、示范意义。一方面，有了“国家标准”，口罩生产商就可以“对标”生产儿童口罩，不再盲目、无序、无标生产。另一方面，有了“国家标准”，家长就能“对标”购买儿童口罩，让孩子佩戴“标准”口罩，其安全性与防护性将大大增强。

儿童口罩有了“国家标准”，还需家长与老师指导孩子正确佩戴口罩，比如，儿童应在成年人看护下佩戴口罩，看护人应注意观察并教育儿童正确佩戴口罩。儿童佩戴口罩期间不应打闹或进行中等和中等以上强度运动，不应拆卸呼吸阀及其内部件。口罩应及时更换，已使用的口罩不能交换等。

“口袋公园”提升市民幸福感

□ 潘锋印

近几年，不少地方把建设“口袋公园”作为优化城市绿地布局、拓展绿色公共空间、推进城市绿地共享的抓手，建设了一批小、多、匀、精的“口袋公园”，成为各地城市建设的新风尚。

城市“口袋公园”一般散落或隐藏在城市结构中，是城市公园的良好补充。“口袋公园”丰富了城区公共绿地形式，提升了城区绿化景观效果，为居民的日常休闲、交流提供了公共空间，对于人口密集，高楼林立，不具备条件建设大型公园的区域，“口袋公园”是改善局部环境的良好手段，为人们亲近自然提供了可以灵活布置的区域。

“口袋公园”是城市绿地系统的有机组成部分，可有效提高人均公园绿地面积与公园绿地服务半径覆盖率，对改善城市生态环境、拓展绿色活动空间、完善城市功能

具有重要意义。充分发挥城市“口袋公园”作用，科学规划，优化城市绿地布局，精心营造特色休憩空间，建设贴近老百姓“小而精”的每日休闲、锻炼的“打卡地”，能够让百姓身边的绿色多起来、美起来、活起来，有助于提高居民生活质量。同时，要建立完善管护制度，加强日常巡查管理，切实建好、管好“口袋公园”。

在下一步的城市建设过程中，各地应结合老旧小区、商业街区、停车场等更新改造，充分利用城市拆迁腾退地和边角地、废弃地、闲置地等，因地制宜规划建设或改造一批“口袋公园”，因地制宜推进立体绿化、拆墙透绿等工作，不断完善城市绿地系统，既实现土地资源的精细化利用，又有效激发社区文化活力，为市民打造更加舒适的生活环境，提升民众的获得感和幸福感。

从源头管控信披质量

□ 周琳

资本市场要解决交易中的信息不对称问题，健全信息披露制度、保障信息披露质量是必经之路。只有从信息披露源头严格管控，坚持营造诚信市场环境，对资本市场造假行为“零容忍”，资本市场才能够避免走上歪路、邪路，最终取得坚实的发展成果。

展到一定规模再去打击造假，行不通；用低廉的处罚成本对各类违法行为“罚酒三杯”，便自诩能根治造假乱象，更行不通。只有从信息披露源头严格管控，坚持营造诚信市场环境，对资本市场造假行为“零容忍”，哪怕投融资规模发展慢一点、上市公司数量少一点，甚至投资者参与度低一点，资本市场也一定能够避免走上歪路、邪路，最终取得坚实的发展成果。

这是因为，资本市场的信息披露质量像黄金一样重要。成熟的资本市场都是信息充分交换的市场，不确定性与风险是影响各类资产价格与投资者决策的重要因素，而信息的获取对投资者的风险判断至关重要，对证券市场乃至金融市场的价格发现与投资者保护具有不可替代的价值。资本市场要解决交易中的信息不对称问

题，健全信息披露制度、保障信息披露质量是必经之路，也是实现投融资规模、上市公司数量跨越的必然选择。

对于当前我国资本市场的建设而言，无论是新股发行注册制改革，还是提高上市公司质量，抑或是增加市场活跃度、提高违法成本、优化交易环节，归根结底都要靠打击造假、做好信息披露来维系。

从投资者保护角度看，在A股1.6亿多名投资者里，中小投资者占比超过90%，他们专业基础偏弱、信息不对称，更需要制度和政策保护他们的知情权、诉讼权、决策权。新《证券法》专门设专章规定信息披露制度，进一步强化信息披露要求，提高违法成本，正是反映了“底线思维”与“零容忍”态度，这也是金融委会议反复强调打击造假行为的应有之义。

从上市公司角度看，提高上市公司质量实际上与打击造假、信息披露质量不谋而合。信息披露质量是上市公司质量的重要方面，只有上市公司远离造假行为，维持诚信的信息披露环境，资本市场的投资吸引力才会更大，才能更好发挥资本市场资源配置的功能、更好彰显财富管理效应。

站在“更加积极有为稳大盘、保民生、保市场主体”的高度，对造假行为“零容忍”，维系信息披露质量，并非资本市场“一家”的事。越是经济运行遇到压力，越需要宏观政策“组合拳”发力，越不能忽略诚信建设与信息披露质量。一方面，强化依法治市原则，既不缺位又不越位。对涉嫌欺骗、欺诈、内幕交易的行为要加强监督、管制和惩治力度。尤其在信息披露、交易环节，要对上市公司违法违规行为和扰乱金融秩序行为依法迅速惩治，把投资人、上市公司、中介机构等所有市场参与者纳入监管范畴。另一方面，涉及功能管理的部分要适当放松，该让市场发挥决定性作用的地方必须交给市场，行业协会、股东、债权人应发挥管理监督功能，通过严格执法和公平执法来树立投资者对A股市场的信心。

行业

受人社部委托，中国就业培训技术指导中心近日发布《关于对拟发布新职业信息进行公示的公告》，拟新增10个新职业。其中，在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种，定义为在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行多平台营销推广的人员。

电商主播纳入新职业范畴是必然结果。电商主播涉及庞大的社会群体、创造了大量就业岗位，自然需要国家有关部门对此加以清晰定义，为后续的职业准入与职业规范打下基础。艾媒咨询的数据显示，2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元。预计今年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人，市场规模将突破9000亿元。火热的电商直播行业也让主播数量持续增加。尤其是在疫情期间，各行各业加速线上化，随着各行业纷纷探索直播“带货”，越来越多的人成为全职或者兼职主播。

更要看到，电商主播在快速发展的同时也暴露出不少问题。今年1月，中国消费者协会发布的2019年十大消费维权舆情热点中，以“直播经济”为代表的消费新场景带来的维权挑战引人关注。一些主播涉嫌夸大宣传推销，“名品”变赝品，“好货”变“水货”，误导了不少消费者。

在一些电商直播现场，主播在推销自家商品时，主要是介绍其价格多么实惠，如果是农产品就说口感有多好。但谈到更具体的农产品介绍，基本就是含糊带过。这说明主播要对所销售的商品了解不够，要么限于知识等，无法将一些更需专业性讲解的内容提供给用户。

可以看出，对于电商直播的规范化管理亟待推进。而对直播最关键的因素——主播，应建立统一的职业“身份证”，使其成为从业者进入该行业的资格凭证。从职业发展的角度而言，如果人们从事某个职业，要接受所需专业技能的系统化培训才可上岗，将有助于提升其职业素质，以更加专业化的能力服务用户，避免电商直播人员水平参差不齐甚至鱼龙混杂的问题出现，对于推动这一职业的良性发展更为有利。

其实，这几年已经有所谓“知识型主播”出现，他们比一般主播更了解所销售的商品，能够提供消费者所需的产品细节等专业讲解，但这往往来自于其自觉学习。设想一下，未来“直播销售员”对于所直播的某类商品必须经过考核，具备对其专业讲解的知识和能力才能开播，对消费者的服務将更到位。

近年来，已有电商平台开始有意识地对主播进行培训，比如阿里巴巴就在其淘宝大学组织对主播的专业培训。下一步，国家职业资格认定与培训不妨吸纳好的市场模板加以完善，如此一来，可让这一职业获得更大的发展空间。

众声

刘志彪

南京大学长江产业经济研究院理事长、院长

提升产业链集群组织化水平

我国很多全球产业链集群在组织特征上，往往呈现出分散化、无关联趋势，集群中的企业虽然较多，但是大中小企业之间的联系不够紧密，企业经常是邻近空间集聚而不是按照产业链的上下游关系来耦合和聚合。为此，一是从纵向企业之间的固有技术经济联系看，要对集群内处于同一条产业链的企业，进行大规模资产重组或业务整合，用产权联系形成紧密的纵向一体化大型企业；或者通过外包合作方式，形成业务上具有紧密联系但产权上具有纵向非一体化特征的企业群体。二是从横向企业的产品具有差异性与相似性的角度看，可以多途径、多渠道、多办法引进不同类型所有制、不同规模、不同国家和地区的企来集群集聚，以便相互竞争、相互学习，提升集群的发展水平。

李建军

中商智库首席研究员

兼顾金融开放与防风险

取消境外机构投资者额度限制，是我国金融开放的一项重大举措。特别是考虑到当前大力发展资本市场、扩展企业融资渠道的关键阶段，扩大开放有利于让更多的国际投资者参与中国资本市场，促进资本市场规则和制度建设。一定要处理好金融开放与风险管理之间的关系。在开放过程中，要全面提升全球视野和国际风险应对能力，密切关注全球经济发展的最新趋势，充分考虑并预见国际经济形势变化的复杂性，实时动态地监管线上与线下、国际与国内的资金流向和流量。建立全流程风险防控体系，争取实现早识别、早预警、早发现、早处置。

王向楠

中国社科院金融所保险与社会保障研究室副主任

加强对保险机构材料监管

保险机构违规种类名目繁多，据统计，违规原因明确指向“编造或者提供虚假资料”的占比达三成。一方面，此类资料是企业对外传递自身资质和运行情况的载体，是各利益相关者判断企业状况的主要依据，也是保险监管行政决定的重要参考，所以企业有动力“美化”；另一方面，这些违规行为一般没有消费者投诉，也通常不涉及公司治理等大事件，因此往往需要监管部门扩宽检查覆盖面，加强现场检查、提升检查的技术手段才能发现。

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

推动电商主播职业化

毕舸