

用科技创新撑起民族汽车品牌力

□ 杨忠阳

中经观点

自主车企要做强做大民族品牌,就必须拥有自己的关键核心技术。“零部件强,则汽车工业强”,这是全球汽车业的共识。要推动我国汽车制造业高质量发展,做强做大民族品牌,实现从汽车大国迈向汽车强国,当前不仅需要整车强起来,更需要通过创新驱动,加强关键零部件的自主研发,补齐短板,让零部件及其供应链也强起来。

习近平总书记日前在一汽集团考察时强调,推动我国汽车制造业高质量发展,必须加强关键核心技术和关键零部件的自主研发,实现技术自立自强,做强做大民族品牌。这不仅是总书记对一汽集团的殷切期望,更是对全国汽车产业科技创新的再动员。汽车产业是国家综合工业实力和制造水平的重要体现。从1956年第一辆解放牌汽车下线,到2019年全国汽车产销量双超2500万辆,我国汽车产销量已连续11年位居全球第一,成为名副其实的汽车大国。然而,与汽车先进工业国家相比,我国汽车产业仍旧大而不强。受新冠肺炎疫情影响,外资品牌降价促销,今年以来自主品牌乘用车市场份额持续下滑。中国汽车工业协会数据显示,上半年自主品牌乘用车销量同比下降29%至285.4万辆,市场份额跌至36.3%,创近10年新低。

莫让商业广告“惊扰”录取通知书

□ 郭元鹏

近日,教育部和国家邮政局联合印发《关于进一步做好2020年高校录取通知书寄送工作的通知》,要求严禁高校、邮政企业在录取通知书邮件内夹寄、夹带与新生报到无关的商业广告等宣传材料。商业广告“惊扰”录取通知书的情况由来已久。近几年,高校录取通知书夹带广告大致有两种情况。一种是高校在发布录取通知书时,直接植入或夹带商业广告;另一种是投递环节擅自为商家夹带商业广告。大一新生还没入学就被广告包围,甚至成为各通信运营商、银行等争夺的对象。一般说来,高校录取季往往是商业销售黄金期。考上大学的孩子,有的需要参加培训,有的需要购买电脑、手机、服装等物品。此时,商家想分一杯羹,心情可以理解。然而,高校要守住自己的底线,不能为

了某些商业利益就将录取通知书变成了“广告单”,甚至广告单喧宾夺主,需要考生铺开广告单寻找录取通知书。投递企业更没有权力将商业广告“强行植入”录取通知书。特别是有些属于打擦边球的广告,甚至是虚假广告骗人钱财,更需要引起有关部门的警惕。

录取通知书尽管是大学发出的,但它建立在一种公正的考试制度上,由国家信誉作后盾。如此庄重的录取通知书,如果被硬生生地与商业广告捆绑在一起,难免有亵渎法律尊严和公权力的嫌疑。因此,国家有关部门要求严禁高校、邮政企业在录取通知书邮件内夹寄、夹带与新生报到无关的商业广告等宣传材料,非常有必要。期待各地能落实好相关要求,重拳出击,切实净化录取通知书邮件内容。

人工智能“速成”不能靠忽悠

□ 冯海宁

“零基础入门,小白三天也能学会”……近期,社会上兴起了各种人工智能速成班,声称可以通过几个月的学习,实现“转行”和人生逆袭。但媒体调查发现,这类机构往往存在讲师资质参差不齐、学员简历造假、培训效果被夸大等问题。

人工智能是近年来最热门的高科技领域,也是很多人就业、创业的首选方向之一。有报告预测,到2020年底,我国人工智能核心产业规模预计将超过1500亿元,带动相关产业规模超过1万亿元,人工智能产业内有效人才缺口达30万。

在产业规模庞大、人才缺口较大、各类政策支持,以及不少名企为人工智能人才开出高薪等多重利好因素推动下,各种人工智能速成班走红并不意外,相关培训机构抢占这个市场也可以理解,但不能为了赚钱就无视法律底线,忽悠公众。比如,销

售人员招生时声称培训是线下授课,“校区环境优美”,结果报名者交纳不菲的费用后,体验的却是“线下视频课”。这种忽悠式宣传,对公众是一种严重误导,也侵害了消费者的合法权益。

治理这一问题,监管部门应及时跟进,维护消费者权益,规范培训市场秩序。对夸大宣传,涉嫌违反《广告法》的行为应主动介入调查,对违法者依法处罚,以规范宣传,减少误导。同时,消费者可依法向速成班索赔。如果速成班承诺的授课方式、名企内推、工资收入等与实际有出入,可以欺诈、违约等名义追究其违法、违约责任。此外,还应向公众普及人工智能相关常识。一些培训机构之所以敢忽悠,原因之一是很多人对人工智能及编程工具等不熟悉,普及相关知识,既能避免公众被培训机构忽悠,也能促进人工智能产品消费。

世界的机器,汽车不仅是方便人们出行的交通工具,更是各种先进技术集大成者。回溯百年世界汽车发展史,实际上就是一部技术创新史。正是不断的技术创新,推动着汽车工业持续发展。可以说,技术已成为汽车产业本质特征。因此,自主车企要做强做大民族品牌,就必须拥有自己的关键核心技术。

必须看到,在激烈的市场竞争中,近年来以吉利、长安为代表的自主品牌车企取得了长足发展。比如,吉利的“CMA超级母体”模块化架构体系,长安的“蓝鲸NE发动机平台”,就将中国的造车技术提升到了一个新层次。但不可否认,还有一些关键核心技术尚需新的突破。过去几十年来,我国汽车产业遵循“市场换技术”策略,采取与跨国公司建立合资企业的模式获取技术。然而,核心技术至今仍难换到自己

手中。这说明,关键核心技术是换不回,买不来的。没有关键核心技术的突破,不仅很难推出令人“眼前一亮”的产品,相反还有可能被“卡脖子”。

如果从产业链角度来分析,其实整车的核心技术更多体现在零部件上。反思我国汽车工业之所以大而不强,不能完全归咎于整车企业不给力,还在于我们的零部件工业不强,先进基础工艺、关键基础材料和产业技术基础掌握不够扎实,尤其是缺乏创新性的、高附加值、高端的零部件和相关技术。“零部件强,则汽车工业强”,这是全球汽车业的共识。因此,要推动我国汽车制造业高质量发展,做强做大民族品牌,实现从汽车大国迈向汽车强国,当前不仅需要整车强起来,更需要通过创新驱动,加强关键零部件自主研发,补齐短板,让零部件及其供应链也强起来。

入汛以来,我国南方一些地区因持续强降雨引发内涝、洪水、泥石流等自然灾害,对人民群众的生命财产安全和生产生活造成了较大威胁。近期,银保监会发布《中国银保监会办公厅关于做好洪涝地质灾害应急应对及灾后重建金融支持工作的通知》,要求各银保监局指导辖内保险机构建立保险查勘理赔绿色通道,优先安排资源,适度简化理赔手续,切实做到应赔尽赔快赔。

作为经济“减震器”和社会“稳定器”,保险业与风险保障、损失补偿息息相关。目前,我国保险保障缺口依然很大,保障程度仍待提升。据应急管理部统计,截至7月28日,主汛期(6月1日)以来洪涝灾害造成江西、安徽、湖北等27省(区、市)5481.1万人次受灾,直接经济损失1444.3亿元。银保监会统计数据显示,截至7月17日,全国因洪涝灾害共接到理赔报案超过25万件,保险赔付接近24亿元。保险赔付金额仅占直接经济损失的1.66%。

尽管保险赔付金额在不断增长,但保险作为风险分担工具的作用仍待大力提升。在某种程度上,这与我国财产险覆盖率不高、保额偏低等有较大关系。多年来,人身险保费规模约占全行业保费规模的七成,财产险仅占三成左右。今年上半年,财产险原保费收入6207亿元,全行业原保费收入超2.7万亿元,差距显而易见。

与此同时,随着经济社会快速发展,以及政府部门对灾害风险防范能力的不断提升,诸如洪水之类自然灾害带来的影响,常常集中于企业、个人财产损失,且数额连年攀升。银保监会在公布理赔数据的同时也指出,在今年发生的洪涝灾害中,车险、企财险、农险预估损失金额较大。

实际上,洪涝灾害既被作为巨灾风险管理,又被作为普通风险来管理,我国大多数财产险的保障范围均包含洪水风险,但如果没有投保,就得不到相应赔付,保额不足也将无法覆盖灾害造成的实际损失。

比如,对于财产险中“一险独大”的车险,车辆投保车损险、涉水险的,必须同时满足相应条件才能获得赔付。又如,洪水可能导致农田、农房、农业设施被淹或被毁,但我国农业保险普遍保额较低,农业生产基础设施大多没有投保,一旦发生灾害,农户、农企无法获得足额补偿。

在某种意义上,差距意味着改进空间。保险行业应加快补齐保险保障缺口,在防灾减损方面还可以发挥更大作用。一方面,提高全民保险意识,加强保险知识的宣传力度,引导公众更多学习保险知识,懂保险、用保险;另一方面,保险业应不断加强新技术应用,开发多元化保险产品,提升管理效率和服务能力,完善公司治理,推动行业为社会提供更全面、更优质、覆盖面更广的保险保障。(《农村金融时报》供稿)

众声

刘向东

中国国际经济交流中心经济研究部副部长

推进新型城镇化发展要因城施策

加快推进新型城镇化建设,意味着既要完善市政基础设施和公共服务设施,还要推进智慧城市建设和生态城市建设,让城市更宜居宜业。为此,包括城市交通、住房、医疗卫生等领域都需要升级改造。如果按照3亿人进入城市计算,一旦城市空间打开,突破土地、环境容量等制约,每年通过新型城镇化带动有效投资的空间大致在20万亿元至50万亿元规模。目前,各地都在积极推进新型城镇化发展,但根据各地人流量,需要因地制宜,有的城市把重点放在老旧小区改造上,有的城市更注重新区建设,有的城市加快推进智慧城市建设,有的城市加强地下管网改造,各地都在努力补齐城市短板,提升城市品质。

刘现伟

国家发展改革委经济体制与管理研究所企业研究室主任

为混合所有制企业“松绑”“加油”

从产权层面来看,在各级各类型国有企业中,混合所有制户数占比达到70%左右,比例已经很高了。下一步,深化混合所有制改革,除了继续优化企业股权结构、推动企业股权多元化和适度分散化外,更重要的是要推动体制机制改革,实现由股权的“混”到体制机制的“改”。为此,需要进一步加大混改政策支持力度,特别是要深化混改企业外部监管制度和企业内部治理机制改革,也就是要加大力度,探索建立有别于国有独资、全资公司的治理机制和监管制度,为混合所有制企业“松绑”“加油”。

车宁

中国人民大学金融科技与互联网安全研究中心研究员

科技型企业上市坚定各方信心

最近,科技型企业引发了一波上市热潮,京东数科、蚂蚁集团两大“科技巨头”先后披露即将登陆科创板。从上市角度来看,强调科技未来将更有竞争力。技术及与技术相关的场景、流量等本来就是这些互联网头部企业的比较优势。转向科技、经营场景也符合国家对金融服务实体经济的要求。对于科技型企业来说,成功上市还有利于公司治理结构不断完善和战略目标稳健持续,也使公司价值有了公开且被广泛认可的评估机制,坚定各利益相关方对企业的长期发展信心。

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

保险业应发挥更大防灾减损作用

□ 郑源源



程 硕作(新华社发)

暗藏风险

“出租微信加我,长期有效”“高价收微信,不想卖的可以租”……近期,一些朋友圈、微信群里出现了类似“广告”。媒体调查发现,一些人贪图小利,把自己的微信号出租给别人,这些微信号大多被不法分子用来实施诈骗、洗钱等犯罪活动。据悉,用户与微信平台签订的《腾讯微信软件许可及服务协议》约定,微信用户不得赠予、借用、租用、转让、售卖微信账号或以其他方式许可他人使用微信账号。业内人士认为,微信平台应加大风险提示力度,在帮助用户充分了解出租账号存在的财产、法律风险的同时,加强对此类行为社会危害性及处理情况的宣传,并运用技术手段及时防范。有关部门对社交与支付功能合并的平台应实施更严监管,加强银行、通信部门与公安机关的联动管控。(时 锋)

适当放宽基金牌照限制是应时之举

□ 周琳

在金融业全面对外开放过程中,外资金融机构大多是综合经营,放开机构准入后,内外资机构一视同仁,此时适当放宽基金牌照限制、推动金融混业发展是顺势而为。适当放宽基金牌照限制,并不等于完全放任不管,监管部门必须做好金融监管协同。

国内基金业要继续发展壮大,打造出国际一流的资产管理机构,需要优质基金公司通过加速并购重组等方式不断做优做强,也需要更多具备先进资管经验的同业率先“跨界收徒”。

站在扩大金融开放的大格局来看,适当放宽基金牌照限制是顺应市场化发展之举。在最新公布的2020年版外资准入负面清单中,金融业对外资的所有股比限制全部取消,这不得不让国内同业思考新的经营思路。在金融业全面对外开放过程中,外资金融机构大多是综合经营,放开机构准入之后,内外资机构一视同仁,此时适当放宽基金牌照限制、推动金融混业发展是

顺势而为。进一步说,适当鼓励证券投资基金行业内部加快并购重组,逐步打破部分金融牌照之间的“桎梏”,打造“航母级”资管机构,也是在进一步开放形势下提升中国金融机构市场竞争力的必要之举。

在有序扩大金融对外开放前提下,基金业要顺应金融混业经营发展趋势,必须要“打铁自身硬”。一方面,行业内部应广泛吸收证券公司、信托公司、外资系私募基金的同业经验,携起手来加快探索集团化经营新路,更多借助“无形之手”的力量,加速行业新陈代谢和优胜劣汰;另一方面,基金管理人要摒弃过去的“牌照红利”“躺着赚钱”“靠天吃饭”的旧思维,由单纯重视产

品转向重视综合金融服务,由追求新奇产品设计转向重视客户需求,由依靠渠道和营销“活下去”转向重视资管人才培养和资管能力建设“活得好”。

当然,适当放宽基金牌照限制,并不等于完全放任不管。在放宽“一参一控”过程中,监管部门必须做好金融监管协同,防控任何可能出现的金融风险,这是未来应对资产管理机构集团化经营发展趋势“万变”中的不变原则。

对于金融机构来说,服务实体经济是金融的天职和宗旨,各类机构必须时刻提醒自己,获取基金牌照不是最终目的,也不一定适合自己发展特点,所有的努力最终都是为了降低融资成本,优化投融资结构,为投资者提供更优质的金融服务。从投资者视角看,无论是集团化经营的基金“百货商场”,还是规模不大的基金“精品店”,行业市场化竞争将带来更优质的金融服务。只要不是违法违规的恶性竞争,都应乐见其成。

行业

中国证监会日前修订公募基金基础性规章制度。新规放宽了公募牌照“一参一控”限制,即在部分限制条件下,允许同一主体同时控制一家基金公司和一家公募持牌机构,强化“扶优限劣”,完善基金公司市场化退出渠道。这意味着,被限制多年的公募基金牌照有望进一步放宽,过去单纯依靠牌照获取红利的发展模式将淡化,凭借自身经营和管理能力做优做强的集团化发展思路得到更多鼓励。

经过数十年发展,我国以公募基金行业为代表的资产管理行业已初具规模。中国证券投资基金业协会统计显示,截至2020年6月底,我国境内共有基金管理公司129家,公募基金资产净值合计16.90万亿元。随着市场竞争加剧,大型基金公司的资产管理规模集中度提升,行业“马太效应”逐渐显现。但与境外成熟资本市场少数资管公司占据较大市场份额的局面相比,国内资产管理行业依然存在公司数量多、小而散、综合金融服务能力不强等问