

提振民间投资重在稳预期

民间投资是经济活力的“晴雨表”，稳投资就要稳民间投资。而提振投资信心，关键在于让民间资本形成稳定且良好的预期。要坚持“两个毫不动摇”，依法维护民营企业产权和企业家权益，让民营企业大胆闯、放心干。

难、融资贵等问题尚未得到彻底解决。

总体上看，我国投资需求潜力仍然巨大，民间投资稳定增长具备一系列有利条件。近期，广东、江苏、山西、内蒙古等多个省份出台政策或发布项目清单，加大力度支持民间投资发展。比如，广东提出，推动民间投资在“坚持制造业当家”中担当主角，实施工业投资跃升计划。江苏提出，在风险可控、权责明晰的前提下，鼓励多家企业组成联合体共同投资、建设、运营大体量基础设施项目。国家发展改革委投资司近日也召开民间投资座谈会，听取促进民间投资健康发展的意见建议，表示将进一步细化正在研究推出的政策措施，适时推动出台相关政策文件。

民间投资是经济活力的“晴雨表”，稳投资就要稳民间投资。在加大政策支持力度的同时，要聚焦解决制约民间投资增长的问题，着眼于用市场办法和改革举措，切实解决民营企业、中小企业发展中遇到的困难，帮助企业稳预期、增定力、添信心，促进民间投资持续健康发展。

需要看到的是，1月份至4月份，民间投资虽仅增长0.4%，但这是在民间投资中占比较大的房地产开发投资深度调整的情况下实现的，在其他很多领域民间投资依然保持旺盛活力。1月份至4月份，基础设施民间投资增长16.2%，制造业民间投资增长8.9%，均明显高出民间投资整体增速，要为民间资本创造更多的投资机会。根据“十四五”规划102项重大工程、国家重大战略等明确的重点建设任务，选择具备一定收益水平、条件相对成熟的项目，采取多种方式吸引民间资本参与。支持各地聚焦制造业、科技创新和服务业等民间投资重点领域，研究出台有针对性

的具体支持措施。鼓励民营企业聚焦实业、做精主业、提升核心竞争力，引导和帮助民营企业发现新的增长点，不断提高投资决策的科学性和精准性。推动金融机构按市场化原则，加大对民间投资项目的信贷支持。

提振投资信心，关键在于让民间资本形成稳定且良好的预期。要坚持“两个毫不动摇”，依法维护民营企业产权和企业家权益，让民营企业大胆闯、放心干。在防止资本无序扩张的前提下设立“红绿灯”，推出一批“绿灯”投资案例，规范和引导资本健康发展。紧紧围绕深化“放管服”改革，破除制约民间投资的玻璃门、旋转门、弹簧门，进一步完善有利于民间投资发展的政策环境。各地在鼓励和吸引民间投资项目落地的过程中，要切实加强政务诚信建设，避免言而无信、开“空头支票”。



周其森

紧抓新能源车下乡机遇

邓浩

“农村是一个广阔的天地，在那里是可以大有作为的。”对今天的新能源汽车产业来说，这句话再贴切不过了。

从今年年初的中央一号文件到近日的国务院常务会议，今年以来，支持新能源汽车下乡的政策措施连续出台。中国汽车工业协会数据显示，2020年至2022年，新能源汽车下乡在10个省(市)开展18站启动活动，累计发布6批近200款下乡车型，销量从2020年的39.7万辆增至2021年的106.8万辆，到2022年达265.98万辆，成为拉动新能源汽车消费的重要力量。

得益于国家前瞻性布局和企业集体精进，目前我国新能源汽车产业在全球处于领先地位。从产销规模来看，去年我国新能源汽车销量达到688.7万辆，在全球占比超过50%，率先进入规模扩张的爆发期和全面市场化的拓展期。农村是巨大的消费市场，目前汽车保有量达到1.4亿辆，但是新能源汽车普及率仍然较低。新能源汽车下乡这件事要办好并不简单，需要补齐短板。

充电基础设施首先必须跟上，不但要加快建设，甚至还得适度超前建设，以改变农村地区基础设施普遍薄弱的现状。要进一步创新充电基础设施建设、运营、维护模式，鼓励更多民

间资本参与建设，整合众多车企资源共建网络，探索将汽车充电与光伏发电结合发展等，确保“有人建、有人管、能持续”。

新能源汽车下乡，人才同样是关键。新能源汽车售后市场的服务水平，直接关系到销量，而无论维修保养还是其他售后服务，都离不开人。当前，三四线城市及乡镇新能源汽车服务网点较少，新能源汽车维修保养便利性较差，这也极大地制约着新能源汽车下乡。虽然新能源汽车在保养上比燃油汽车省事，但若出现故障需要维修，同样也很麻烦。有关部门要引导新能源车企积极下沉销售服务网络，并进一步降低维修成本；同时，鼓励高职院校面向农村培养更多维保技术人员，激励更多在外技能人才返乡就业创业。

针对农村消费者，有关部门应进一步优化支持新能源汽车购买使用的政策，让农村居民实实在在地感受到优惠和便利。对众多车企来说，新能源汽车下乡也是很好的市场机遇。有关企业要面向农村市场，充分考虑价格、用途等特定因素，不断丰富新能源汽车供给，精准推出更多适销对路的车型。

(中国经济网供稿)



徐骏作(新华社发)

垃圾分类全覆盖

住房和城乡建设部近日表示，我国将力争在今年年底前使地级及以上城市居民小区垃圾分类覆盖率达到90%以上，2025年年底基本实现全覆盖。近年来，垃圾分类工作作为城市精细化管理的关键环节，注重依法建章立制、督促指导、评估评价，统筹推进垃圾分类抓点、连线、扩面，取得积极进展和成效。截至2022年年底，297个地级及以上城市居民小区垃圾分类平均覆盖率达到82.5%，人人参与垃圾分类的良好氛围正在逐步形成；生活垃圾日处理能力达到53万吨，焚烧处理能力占比77.6%，城市生活垃圾资源化利用水平实现较大提升。

(时锋)

推动城市基础设施“一网统管”

住房和城乡建设部日前表示，在深入推进试点和总结推广可复制经验的基础上，我国将全面启动城市基础设施生命线安全工程。这是在新征程上推动城市高质量发展、更好守护人民福祉的战略行动。燃气、桥梁、供水等，是维系城市正常运转、满足人民美好生活需要的基础设施。这些设施如同人体密密麻麻的毛细血管，对于提高城市安全保障能力、维护人民生命财产安全至关重要。

徐唐集

城市发展是一个持续新陈代谢的过程。当前，我国城市发展已进入城市更新的新阶段，由过去大规模的增量建设，向存量的提质改善和增量的结构调整并重转变。而随着我国城镇化进程突飞猛进，不少城市的基础设施处于老化状态，若不及时优化，容易引发一些问题。比如，燃气管网泄漏引发公共安全事件，供水管网漏水引发地面塌陷等。同时，很多城市在先前的基础设施设计中没有把气候变化的风险考虑在内，城市基础设施易面临内涝等安全风险。

对此，须多措并举，以城市更新为抓手，通过增加城市更新的高质量供给，进一步保障城市生命线安全运行。一方面，夯实城市基础设施的数字化底座。要以云计算、物联网、人工智能等信息技术为依托，将基础设施模型、地理信息系统和多项信息化技术统

建综合性的城市基础设施安全运行监管平台，推动城市基础设施生命线运行一网统管。此外，还可在内涝地区强化海绵城市建设，通过基础设施的蓄水、净水、绿化等功能节约日常运营维护成本，通过雨水回收利用创造经济效益。通过环境的质量优化全方位提升城市价值。

一方面，夯实城市基础设施的数字化底座。要以云计算、物联网、人工智能等信息技术为依托，将基础设施模型、地理信息系统和多项信息化技术统

一段时间以来，以低能耗、低污染、低排放为特点的绿色低碳模式受到关注。深圳、云南等多个地区日前通过推行相关活动、制定出台相关政策，以各种方法推广绿色低碳的消费方式。实现低碳经济，除了在工业层面提高资源和能源的利用率，消费层面的碳减排也不容忽视。

在我国，居民消费产生的碳排放量占全社会碳排放总量的53%。低碳消费行为可以在工业市场对碳减排形成需求引领效应，同时其本身也具备很好的减排潜力。为了鼓励老百姓参与低碳建设，政府部门推出垃圾分类、节能家电补贴、新能源汽车补贴等政策，从行为规范和经济激励出发引导低碳行为。另外也通过播放倡导绿色消费、减少浪费的公益广告来开展公益宣传，从文化价值层面引导消费端接纳和认可低碳发展模式。

不过，消费端的碳排放存在排放主体庞大、排放种类多元、排放行为频率密集的特征，现有举措对部分居民主动选择低碳的消费或生活方式有所激励，但可持续性依然有待提升。这是因为，老百姓日常生活中许多低碳的排放行为很难被记录或得到关注，因此对自身的行为选择带来的积极影响不易评估，也无法获取相应的激励或认可，要养成低碳的生活习惯还需时日。基于

碳普惠让生活更“绿”

李小勇 张现

实现低碳经济，除了在工业层面提高资源和能源利用率，消费层面的碳减排也不容忽视。以生活消费为场景、为公众减排行为进行量化记录且通过一定规则变现的碳普惠减排机制具有十分重要的意义。

此，以生活消费为场景、为公众减排行为进行量化记录且通过一定规则变现的碳普惠减排机制，就具有十分重要的意义。

碳普惠是指对小微企业、社区家庭和个人节能减排行为进行具体量化，赋予一定价值，并建立起以商业激励、政策鼓励和核证减排量交易相结合的正向引导机制。在实际操作中，体现为居民申报购买节能产品、绿色出行、参与垃圾分类回收的低碳行为，由平台折算绿色消费积分、建立碳账户后，可积攒积分兑换商品、购物折扣。

国家发展改革委等部门去年印发的《促进绿色消费实施方案》，提出支持各地建立绿色消费积分制度，进一步鼓励众多企业积极参与碳普惠平台建设。在政策激励的基础上，碳普惠意味着在“政府搭台、企业唱戏、全民参与”的模式下，多主体协力推动绿色低碳具备可行性。

由于尚处在探索阶段，目前的碳普惠平台还存

在日前举办的2023脱贫地区农副产品产销对接会上，来自全国诸多脱贫县所在省(区、市)供应商带来很多地方特色农副产品，并与合作商洽谈。当前，很多土特产企业使用多种新型商业手段，使越来越多的土特产为老百姓所熟知，端上全国人民的餐桌。

从农业产业构成占比来看，我国农业土特产属于小众产品。但是，这个行业历史悠久、涉及门类众多、覆盖领域广泛，不仅丰富了我国农业产业结构和产品种类，而且形成了特色农业产业集群，成为农民增收致富、推动乡村振兴的主要农业产业门类。

从商业销售方面来看，在传统农业生产方式条件下，特色农产品生产企业的基本经营方式是产销一体。这种经济特征表现在经营行为上，就是自产自销、现钱交易、批发零售等推销方式占据主导地位。以电商交易平台、大数据市场分析、人工智能服务等为代表的现代商品交易方式，总体普及率较低且发展不均衡。这就造成了众多传统特色农产品市场布局分散、竞争无序的局面，降低了特色农产品的生产附加值和市场竞争能力，削弱了农业特色产业的经济效益和集群发展力度。

近年来兴起的农业产业系统性进步，从产业发展方式方面来讲，主要受惠于农业生产技术革新等农业现代化的系统性优化。其中，现代信息技术的快速发展和信息成果的广泛应用起到了关键性作用。在这个过程中，作为企业利益直接实现者的商品销售方，会以不断提高现代化水平的方式促进企业销售端的升级换代，以销售进步扩大生产，提高市场占有率，培育规模化优势，以现代销售手段的革新推动企业经济效益增长。这也反过来促进了农业特色产业的集约化、专业化发展，为农业特色产业摆脱传统农业生产经营模式的束缚、加快融入农业现代化大潮提供了可能。

面对这种趋势，市场各方应该顺势而为，推动土特产品企业与新零售等新型商业手段的对接，补齐农业土特产销售短板。

就政策而言，应当立足农业优先的理念和导向，从人才、资金、技术、规则等方面全方位加大政策支持力度。乡村振兴战略的推进，吸引着越来越多的电商经营者进入农村。其瞄准特色产品，以农商融合发展的方式开发土特产领域，收获了双赢的效果，展现出良性发展势头。总体上来说，这些市场行为离市场化、规模化、信息化要求还有不小差距，政策的政策性空间有待进一步拓展。

农业土特产品生产者的销售观念，决定着以新零售为代表的现代营销手段能否实现与传统特色农产品生产的有效衔接。为此要不断更新传统特色农产品生产者的经营理念，提高他们的农业现代化眼光和市场营销素质。以现代信息技术助其提高生产运营的专业化、信息化程度，以产品销售方式的现代化促进生产运营方式的现代化。

销售主体是现代销售方式的直接实践者和推广者，他们在一定程度上决定着现代化销售方式进程的成败快慢，对于农业土特产品销售而言也是如此。在市场销售越来越独立的今天，专业化营销团队等销售主体的跨界营销能力，直接决定着这个行业的市场声誉；现代市场销售主体的态度，在一定程度上决定这个行业的市场前途。尤其是对于在专业化销售领域不具有优势的农业特色产品而言，这一点更加明显。为此，要从两个方面入手，帮助农业特色产品补齐现代销售短板。一要加大电商平台对涉农引导支持力度，尤其要鼓励那些知名电商率先垂范，影响带动其他商家，逐渐形成农电特营销新模式。二要重视多元化农村电子商务实用型人才建设。通过引进来、住得下、善转化等多种渠道和方式，尽快培养一支“小快灵”“实用型”的农业特色产品现代营销队伍，为农业特色产品销售的现代化转型奠定人才基础。

在一定局限性。各地区政府主导建立的碳普惠平台需要耗费较高的宣传成本和运营成本。而企业主导建立的碳普惠平台将碳账户积分核算和使用的范围局限在平台内，仅对企业参与运营的低碳商品和服务有引导消费和养成消费习惯的作用。此外，还存在碳排放认证标准不统一、平台间数据不互通、可认证的低碳环保行为有局限等问题。对此，须从多角度施策。

一方面，要发挥政策指导作用。应制定居民低碳行为清单和碳足迹核算标准，从衣食住行角度讨论并分类能体现低碳生活的典型行为，包括出行、垃圾减量与垃圾分类、低碳环保产品消费等，为每类行为制定统一的量化标准和数据认证渠道。统一标准的制定能极大地减轻平台数据互通的难度、降低居民学习核算方式的负担。

另一方面，要激活企业主体活力。在碳普惠平台、小程序数据互通的同时，连接多个生态的使用场景，拓展碳账户的应用渠道，发挥碳普惠机制的经济激励效果。数据互通不仅可以避免个体减排行为重复核算的问题，还能在平台间构建可持续的低碳商业网络。碳账户数据能支持企业适应绿色低碳趋势的创新产品，并在多平台协作中为居民提供一站式低碳消费服务，增强居民使用碳普惠平台的可持续性。