

三农瞭望

农业扩投资要着力稳预期

精力优势

今年以来，我国经济回升向好态势明显，但财政运行仍处于“紧平衡”状态。在收入总盘子受限的情况下，财政要在促进经济恢复、稳定市场预期、改善民生福祉、激发创新动力、防控政府债务风险等多目标下寻求平衡，必须在持续优化支出结构上下功夫。这既是强化财政资源统筹、保障国家重大战略任务的必然要求，也是推动财政管理法治化、科学化、标准化和规范化，更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用的关键所在。

张琦

在优化财政支出的主体构成和领域构成的基础上，还要对支出方式的组合进行合理配置。今年以来，为应对更趋复杂严峻的国内外形势，我国适当增加中央预算内投资规模，切实发挥政府投资的带动放大效应。在保持政府总体杠杆率基本稳定的前提下，继续安排适当规模的政府专项债券。中央对地方转移支付规模保持基本不变，但均衡性转移支付达2.57万亿元，同比增长8.8%，相应减少专项转移支付安排。

未来，随着减税降费力度逐年加大，财政收入对支出的支撑力度会进一步降低，有关部门要调动其他方面资源或增加债务、使用结余、加大国企利润上缴等举措弥补财政收支缺口。在国债方面，要在全国人大审查批准的国债余额限额内靠前安排发行，切实用好相关国债资金。连续发行超长期特别国债，专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设。通过多种支出方式的有效组合，对稳定宏观经济大盘、推动高质量发展形成更加精准有力的财政支持。

今年以来，我国经济回升向好态势明显，但财政运行仍处于“紧平衡”状态。在收入总盘子受限的情况下，财政要在促进经济恢复、稳定市场预期、改善民生福祉、激发创新动力、防控政府债务风险等多目标下寻求平衡，必须在持续优化支出结构上下功夫。这既是强化财政资源统筹、保障国家重大战略任务的必然要求，也是推动财政管理法治化、科学化、标准化和规范化，更好发挥财政在国家治理中的基础和重要支柱作用的关键所在。

在我国一般公共预算支出中，中央财政本级支出占比长期低于15%，大量资金转移支付给地方政府使用，这样虽然有利于调动地方积极性，但可能导致资金安排“撒胡椒面”、支出绩效不高，甚至形成低效重复建设。今年中央财政本级一般公共预算支出增长8.6%，强调要集中财力保障国家重大战略任务，做到“大钱大方，小钱小气”。从国家治理现代化的视角来看，适当提高中央本级支出占比，有利于增强中央的资源统筹能力，打破资源要素流动的区域壁垒，下好高质量发展发展的全国“一盘棋”。政府要在财政资金使用上发挥主导作用，特别是在涉及整体国家安全和流动人口基本权益保障等方面承担更多支出责任，从而更好处理中央与地方、政府与市场的关系，避免财政资金的低效支出。

针对财政投入长期存在“重基建投资、轻社会服务”问题，党的十八大以来，国家财政在投入重点上逐步从物转向人。2023年，我国在财政收入增长受限、收支持续紧平衡的背景下，切实保障“国之大者”，持续加大对教育、科技、社会保障和就业、卫生健康、农业农

本版编辑 梁剑箫 丁鑫 来稿邮箱 mzzjgc@163.com

乡村振兴战略实施以来，农业农村成为投资热土，第一产业固定资产投资增速连续多年高于二三产业。扩大农业农村有效投资，要围绕投资价值、经营风险、营商环境三方面，着力稳定经营主体预期，让投资可预期、有回报、能持续。

降低经营风险，让涉农企业会投。对进入农业的企业而言，前方并非一片坦途，必然要面对自然灾害和价格波动风险。农业投资大、见效慢，周期波动明显，更要选好适宜赛道并保持耐心。如何降低风险，既考验涉农企业的眼光，也考验地方政府的能力。要推进农村土地制度改革和农村产权交易市场建设，可采取投资补助、财政贴息、以奖代补等方式帮助企业，引导企业用好农业保险、农业信贷担保等手段。

优化营商环境，让民间资本敢投。在第一产业固定资产投资中，民间投资占比最大，常年约占80%。但近年来受多种因素影响，其投资信心有所下滑。当前，企业尤其需要公平竞争、法治环境和良好服务的软支持。有关部门近年来多次发布投资农业农村指引，明确了鼓励投资的重点产业和领域。应当看到，不管各地“红绿灯”具体如何设置，都要让企业知道什么禁止、什么能干，支持其依法依规拓展业务。

近年来，政府投资农业农村力度在加大。要强调的是，各地应稳妥有序投入亟需支持的农业农村领域，重点实施牵引性强、利于生产消费双升级的项目，而不能超越发展阶段搞大融资、大开发，避免无效投入，防范债务风险。

扩大投资既要激活要素，也要激活主体，既要防止土地非农化，也要避免资本非农化，既不能损害农民和集体利益，也要依法保护企业合法权益，引导各类经营主体都能有更稳定的预期。



齐金亮



徐骏作(新华社发)

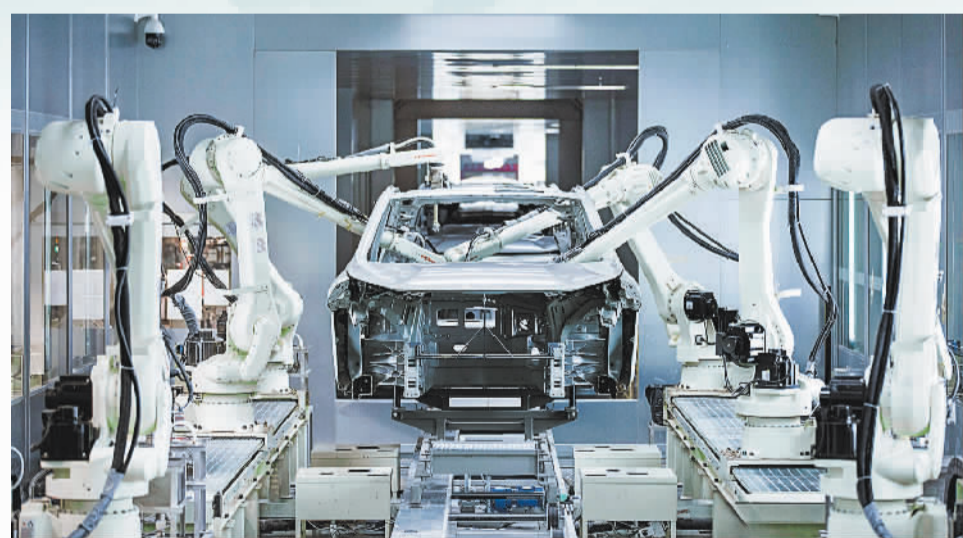
推动快递业量增质升

国家邮政局监测数据显示，截至4月29日，今年我国快递业务量已达500亿件，比2023年提前32天，折射出我国经济正延续恢复性增长、回升向好的态势。近年来，快递业抓住发展机遇，不断提升服务品质，优化丰富服务场景，进一步满足人民群众日益增长的消费需求。值得关注的是，今年以来快递业不断培育新动能，以科技创新推动产业创新，大型分拨中心智能化改造加快推进，无人仓、无人车、无人机等迅速应用，行业信息化、智能化水平不断提高，运输效率、服务质量得到持续提升。接下来，要巩固和增强行业持续向好态势，持续推动行业实现质的有效提升和量的合理增长，增强发展韧性，有效提升安全水平，实现行业高质量发展。

(时锋)

2023年经营质效稳步提升 新能源 智能化 全球化同步发力

长安汽车：向新向上 书写高质量发展新篇章



长安汽车数智工厂生产线

近日，长安汽车发布2023年年报、社会责任暨ESG报告，交出了一份圆满的高质量发展答卷。报告期内，长安汽车销量和其他各项经营指标双双保持高速增长，获评中国国际服务贸易交易会“2023中国企业低碳转型与高质量发展标杆案例”，在市场规模和经营质量方面实现了“质的有效提升和量的合理增长”。

质效提升，数智化转型实现新跃迁

2023年以来，长安汽车坚持传统汽车与新能源汽车“两端发力、共存共进”的经营策略，深入推动新能源“香格里拉”计划、智能化“北斗天枢”计划，开启全球化“海纳百川”计划，经营目标全面达成、经营质效稳步提升。

市场规模进一步扩大。实现销售汽车255.3万辆，同比增长8.8%。其中，新能源销量48.1万辆，同比增长69.2%，高于

行业31.3个百分点；海外销量35.8万辆，同比增长43.9%。2024年一季度销量69.2万辆，同比增长13.9%，高于行业3.3个百分点。

产品竞争力稳步提升。2023年累计投放29款新品，包含7款全新新能源产品。各主力车型在传统燃油车、新能源车市场均位于第一梯队。其中，传统燃油车基盘稳固，CS75 PLUS系列、逸动PLUS、CS55系列、UNI-V等主力车型销量均有突破性表现，稳居细分市场前列；新能源车快速发力，3大电动品牌阿维塔、深蓝汽车、长安启源增速远高于行业平均水平，初步构建了差异化的细分市场格局。

全球战略协同“朋友圈”扩展。与宁德时代、赣锋锂业、蔚来汽车、华为等全球30余家优势企业开展战略协同合作，聚力高价值技术攻关，涉及动力电池研发、电池产业链、换电站等一系列新能源发展要素，取得了一系列研发成果，并在产品中陆续开始应用，实现

汽车智能化水平领先。

技术向新，创新成果大量涌现

想象一下，你的汽车可以随需升级、迭代，在SUV模式、皮卡模式和露营模式间自由变形，根据需要来接送你，或者可以无人代客泊车，即使人在外地也能通过远程遥控挪车，或者仅用10分钟，汽车电量即可从30%提升到80%……

这不是幻想，而是长安汽车2023年扎扎实实攻克实现的黑科技。2023年，长安汽车坚持创新驱动发展战略，将“研发投入不低于销售收入的5%”作为管理原则，通过技术自研、联合开发等方式，实现多项核心技术的加速迭代和成果落地。

在技术研发方面，长安汽车累计新增专利5739件，在智能化领域专利公开量排名行业前列。

在标准制定方面，长安汽车主导和参与发布外部标准63项，完成了3项国际标准立项，成为国内率先主导制定ITU系列国际标准的中国车企。

在成果应用方面，长安汽车构建的基于软件定义汽车全新的SDA平台架构，应用于“可变形数智新汽车”长安启源E07上，将实现“一车抵多车、可变新汽车”；发布全新自研电池品牌长安“金钟罩”，隔热性能优于行业平均水平；时代长安工厂下线长安“金钟罩”首款标准电芯产品，仅需10分钟即可将电量从30%充到80%；推出“深蓝鲸动力”，实现1升油发3.63度电；获批17张高速公路的L3级自动驾驶测试牌照，领先行业……

得益于此，长安汽车的产品性能和效益得到大幅提升，核心竞争力不断增强，获得了业内和消费者的一致认可。随着国家企业技术中心2023年评价结果出炉，长安汽车实现连续7届14年名列行业前茅。

品牌向上，打造世界一流汽车企业

让搭载核心技术的中国好车走向世界，是长安的愿景。2023年，长安汽车加速向智能低碳出行科技公司转型，正式发布全球化“海纳百川”计划，向世界一流汽车品牌奋力前行。

在品牌构建方面，长安汽车以“高定位新形象”为品牌跃迁目标，通过推出全新设计哲学、均衡布局产品线、技术创新、服务升级和品牌传播等多种方式，持续构建“智能、低碳、科技”核心品牌理念，助力品牌向上跃迁。

目前，阿维塔已逐步树立起高端智驾品牌新形象，90后用户占比超过50%；深蓝汽车2023年累计交付近14万台，销量细分市场排名前列，初步形成年轻科技品牌形象；数智新汽车长安启源品牌于2023年发布，上市2个月销量即突破4万台，截至2024年3月，长安启源已累计交付7万台新车，助力行业进入“数智新汽车”时代。

在品牌布局方面，长安汽车2023年加速

“出海”步伐，在稳住国内基本盘的基础上，把全球化放在更重要的战略位置。自“海纳百川”计划发布以来，长安汽车紧锣密鼓成立全球五大事业部，着力推进“1+5+2”全球化战略布局。

2023年11月，DEEPAL S07、DEEPAL L07在泰国正式开售，收获订单超5000台；同月，长安汽车启动首个海外基地“泰国新能源基地”建设，预计2025年投产。截至2023年12月底，长安汽车产品已远销全球63个国家和地区，在俄罗斯、沙特、智利、墨西哥等国家，市场销量位居中国品牌前列。

面向未来，长安汽车认为新能源汽车只是序章，数智新汽车才是真正的未来。长安汽车将坚定践行ESG发展理念，积极履行作为全球化企业的社会责任，深刻把握新质生产力的科技驱动特征，聚焦“香格里拉”“北斗天枢”“海纳百川”3大计划，力争到2030年，实现总体销量500万辆、自主板块销量400万辆，奋力打造世界一流汽车品牌。

(数据来源：重庆长安汽车股份有限公司)

·广告



率先推出的量产可变新汽车长安启源E07