

# 提升预算透明度

## 财金视野

预算是政府活动的一面镜子,与经济社会发展紧密相连。预算要充分实现“阳光化”,才能增强公众对政府行为的监督。各政府部门要按照法律规定加大预算信息公开力度,还要持续提升预决算公开质量,推动各项政策落实到位。

告明确,2023年将支持经济复苏向好,坚持扩大内需,把恢复和扩大消费摆在优先位置,新增130多亿元项目支出用于经济发展、民生保障。

从各地预算报告可以看出,预算事关重大,与经济社会发展紧密相连。可以说,预算就是政府活动的一面镜子,人民群众从中看到政府保障改善民生和提供公共服务的举措,市场主体则从中看到政府支出方向、助企纾困政策。正因如此,预算能够在引导和稳定社会、市场主体预期和行为方面,发挥出重要作用。同时,要更好发挥这一作用,必须建立起规范透明、约束有力的预算制度。特别是预算只有充分实现“阳光化”,才能更好向全社会告知宏观经济政策,增强公众对政府行为的监督,从而推动各项政策

落实到位。实际上,近年来我国大力推进预决算公开,各级政府和部门预决算按照要求已基本公开,而且公开越来越细化、及时。从项目支出到“三公”经费,都一一呈现在公众面前,接受检验和监督。

同时,值得关注的是,预决算的透明度还需持续提升。正如财政部检查发现,部分地方预决算公开仍存在薄弱环节,有的部门未公开部门预决算,有的部门未在法定时限内向社会公开,有的地方和部门公开内容缺失关键要素,未按要求细化说明,甚至有的公开数据信息不准确。此外,有的部门公开内容可读性不够。虽然存在问题的地方和部门数量很少,仍从一个侧面反映了预决算公开还需不断完善、加强。

一方面,预决算公开不能“躲猫猫”。法律明确规定了预决算公开的时限、细化程度以及程序,各地、各部门不能规避法律要求不予公开,而必须遵循“以公开为常态、不公开为例外”,按照法律规定加大预算信息公开力度,增强预算透明度。

另一方面,预决算公开要持续提升质量。预算公开不是简单地公开而公开,而是要全面反映政府收支有关情况。因此,不能满足于一般性的公开,要进一步扩大范围、细化内容,增强财政透明度,提升公开的及时性、完整性、规范性和可获得性。

党的二十大报告明确了进一步深化财税体制改革重点举措,提出“健全现代预算制度”。通过向人民群众晒“明白账”,一定能让预算约束更有力,宏观政策落实到实处。



马庆斌

中央经济工作会议提出,推动共建“一带一路”高质量发展。近期印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》也提出要“发挥对外开放对内需的促进作用”,并将“高质量共建‘一带一路’”作为一项重要内容。共建“一带一路”是增强国内国际两个市场两种资源联动效应重要支撑,是实现明年和未来一段时期国内经济稳中有进的重要抓手。

共建“一带一路”倡议提出以来,取得了沉向实、打实的成效,成为深受欢迎的国际公共产品和合作平台。“一带一路”是大家携手前进的阳光大道,不是某一方的私家小路。所有感兴趣的国家都可以加入进来,共同参与、共同合作、共同受益。目前已有近150个国家和30多个国际组织与中国签署了共建“一带一路”合作文件,推动落地3000多项铁路等基础设施项目、产业园区等产业项目、学校医院等民生项目,遍及亚非拉地区发展中国家,也涵盖一些发达国家。部分没签署合作文件的国家,也通过第三方市场合作参与共建“一带一路”。

下一步推动共建“一带一路”高质量发展,要以习近平总书记第三次“一带一路”建设座谈会的讲话精神作为根本遵循。重点在拓展空间、中欧班列、投融资以及风险防控四个方面努力。

一是完整、准确、全面贯彻新发展理念,以高标准、可持续、惠民生为目标,巩固互联互通合作基础,拓展国际合作新空间,筑牢风险防控网络,稳妥开展健康、绿色、数字、创新等新领域合作,打造优质标志性工程,开创更多“小而美”项目。项目建设要采用国际普遍接受的规则标准并与当地实际相结合,兼顾经济增长、东道国可承受等。在财务、审计、税收、环境、劳动、安全等方面合规经营。招投标、采购、建设运营等方面公平竞争,抵制商业贿赂、腐败及不正当竞争。鼓励更多金融、法律、仲裁、会计、咨询等专业服务机构“走出去”。

二是巩固提升中欧班列。中欧班列已成为共建“一带一路”的旗舰项目和标志性品牌,成为我国与共建国家经贸紧密联系的桥梁。在“连点成线”“织线成网”的基础上,疏通堵点、链接断点,积极推进提升北、中、南通道通行能力,加快南通道培育发展,加快中蒙俄经济走廊中铁路升级改造,加快中吉乌铁路建设等重点项目建设。优化集结中心空间布局,探索设立陆海统筹项目集结中心,提高海公铁多式联运效率,不断完善集结中心的物流服务、枢纽经济、班列组织、班列经济和对外开放五个方面功能。复制推广“班列+园区+跨境电商”模式。优化班列沿线海外仓布局,建立健全投建营的国际化运营模式。提高口岸能力,在数字化、智能化升级方面加大投资力度,推动口岸从通道经济向口岸经济、枢纽经济转型。适时探索开通旅游班列,扩大人文交流渠道。

三是健全多元化投融资体系。强化企业共建“一带一路”主体地位,共建项目要综合考虑投资回报率、审慎确定投资规模和模式,确保财务可持续性。聚焦重点合作国别和优先合作领域,用好“两优”贷款、对外援助资金等资金支持,助力企业高质量开拓海外市场。创新第三方合作领域和方式,按照项目全周期,在项目开发、供应链、融资等方面与国际金融机构、多边开发银行、国际银团等合作,运用PPP、绿色金融等多元投资方式。

四是扎实统筹好发展和安全。当前,公共卫生危机频发、地缘政治冲突、经济和技术恶性竞争三大风险较为突出。要持续做好各项风险的监测和防控,探索建立境外项目风险全天候预警评估综合服务平台,及时预警、定期评估,加强海外利益保护、国际反恐、安全保障等机制的协同协作。加强对“走出去”企业的培训指导,促其增强安全意识,建立健全内部合规经营机制。发挥好行业协会、商会作用。及时发布风险信息,加强行业自律建设。

抓

一

关

# 量质齐升拓宽快递赛道

荆林波

近期有媒体报道快递开启了春节涨价模式,与此同时,对于包裹积压、快递配送慢的讨论也时常见诸社交媒体和微信群。能不能让配送效率和快递企业利益达到最佳平衡点,考验企业智慧和政策水平。

快递业已经成为我国经济社会发展与消费活力的“晴雨表”。2021年全国快递业务收入完成10332.3亿元,首次突破万亿元,同比增长17.5%。同时,快递业连接着供应方和需求方,只有物流畅通、商品能够顺利高效地送到消费者手中,才能激发消费者购物消费的热情,才会带来经济的复苏,快递业才能有更高的增长。如果物流不畅、配送困难,甚至出现丢件的情况,会打击消费者的购物热情,给经济社会和企业带来负面影响。

当前,我国快递业务增长动力减弱,2021年快递业务增量为249.4亿件,再创历史新高,预计2022年快递业务增量在100亿件左右,比2021年有较大的下滑。这一方面是由于疫情的客观原因,另一方面与消费者对快递服务质量要求的提升不无关系。

快递业要稳步发展,需要不断提高服务质量。快递服务的一个重要的指

标就是时效,否则就失去了快递的意义。疫情期间,部分地区出现了快递积压。随着各地防疫政策的调整,全国的快递业务正在有序恢复,国家邮政局监测数据显示,快递日均业务量连续上涨,已经恢复到日均3亿件以上。此外,国家邮政局此前发布《快递服务》国家标准的征求意见稿,首次明确了“投递次数”,明确了特定情况下“送货上门”可额外收取费用,进一步规范快递服务行为,兼顾快递服务主体和消费者双方权益。

快递业要稳步发展,还必须加快农村物流快递网络布局,实施“快递进村”工程。商务部的数据显示,从2013年至2021年,我国农村网络零售额增加了18倍多,且多年高于全国电子商务整体增速,“快递进村”不仅有助于经济持续复苏,更是一项惠及广大农村群体的民生工程。对于“快递进村”存在的件量少、投递成本高、寄递基础设施薄弱、末端服务能力不足等问题,邮政管理部门应联合交通运输、商务、供销等部门,积极帮助企业降低成本、提升效率,同时充分发挥基层服务站点作用,鼓励推动当地特色农产品“走出去”。



程 硕作(新华社发)

# 夯实数据产业发展政策基础

## 发放观影补贴惠及观众

日前,《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》发布,提出二十条政策措施,初步搭建起我国数据基础制度体系,对激活数据要素潜能、增强经济发展新动能、构筑国家竞争新优势具有重要意义。

数据要素流通首要的是顶层设计,需要有一个针对基础制度设计的规划,并形成科学的政策框架来引导市场预期和产业发展。当前,数据要素逐步融入社会生产、生活各个方面,“数据二十条”很好填补了有关政策体系的空白。

由于数据特性的复杂,数据交易存在确权难的问题。“数据二十条”明确提出探索数据产权结构性分置制度,要求建立公共数据、企业数据、个人数据的分类分级确权授权制度。要根据数据来源和数据生成特征,分别界定数据生产、流通、使用过程中各参与方享有的合法权利,建立数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权等分置的产权运行机制。这是后续一系列数据要素市场搭建和流通的核心基础。数据要素之所以难管,在于其只有使用才能产生价值,但是所有者却无法通过使用自己的数据而获取价值。这背后存在一个矛盾,那就是保护和流通之间的矛盾。解决这一矛盾需要借助权利分置,让权利归保护,让流通的权利归流通。

“数据二十条”所提出的持有权、使用权和经营权三权分置体现了上述目标。持有权是消费者拥有数据的证明,也是消费者权益得到保护的关键,

使用数据的前提。使用数据是对数据处理的产业的“正名”。数据要素规模大,但无效数据占比很高,从中提取有用的信息并收集整理成可用的数据是一项复杂工作,需要一系列成熟技术服务产业的支持。只有将使用权分离才能让这些产业更加心无旁骛地开展技术创新,专注于数据处理。经营权则是数据流通的重要条件之一。消费者是无法通过使用自身数据获取价值的,那么如何让消费者获取价值呢?这需要一系列数据经营服务商将这些数据和对应的产业相结合,充分挖掘数据价值,借助数据引导实体经济和服务革新,创造更多价值,从而反馈给消费者。

此外,数据的流通特性使其具有产生垄断的可能。“数据二十条”围绕确权授权机制明确提出,引导行业龙头企业、互联网平台企业发挥带动作用,促进与中小微企业双向公平授权,共同合理使用数据,赋能中小微企业数字化转型。一方面,数据反垄断绝不是搞“小微主义”,也不是没有龙头企业,而是要促进龙头企业和小微企业的公平授权,这个公平体现在机会公平,而非结果公平;另一方面,小微企业也要积极参与到数字化转型的过程中,享受数据要素规模化红利。

数据三权分置、数据反垄断等政策规划,对于数据要素产业的长期健康发展有着重要意义。“数据二十条”的出台是非常合时宜和十分关键的,将为推动经济结构转型升级、实现高质量发展奠定更加坚实的基础。

(中国经济网供稿)

为吸引观众“重返”电影院,激活春节及寒假档期观影消费,1月12日起上海市推出“观影惠民季”活动,在继续做好疫情防控的前提下,发放观影补贴,直接惠及观众。此次“观影惠民季”活动补贴总额累计将达2000万元,活动期间,通过指定的手机客户端上海“观影惠民季”专区购票,观众可获得每张票立减20元的购票补贴。观影已越来越成为人们春节期间一大娱乐选项,随着疫情政策的调整,今年春节期间观影需求将迎来攀升,观影补贴不仅直接惠及电影观众,而且也将助力电影市场进一步复苏。

(时 锋)

# 打造汽车出口新引擎

张长令

我国汽车“出海”步伐加快,新能源汽车表现尤为突出。当前新能源汽车产业正异军突起,全球新能源汽车贸易日趋活跃。政府和企业应加大对新能源汽车“走出去”的支持力度,在产品创新、配套服务等方面下功夫,把握机遇,进一步强化“走出去”的内生动力。

近年来,我国汽车“出海”步伐加快。2022年1月至11月,我国汽车出口总量为278.5万辆,同比增长55.3%。从全球情况来看,我国汽车出口量已超过德国,成为仅次于日本的全球第二大汽车出口国。新能源汽车表现尤为突出,2022年累计出口量达100万辆,是2021年的两倍多,达到历史最高水平。

在出口量快速攀升的同时,我国新能源汽车出口还呈现走向发达国家、产品高端化等特点。不同于传统燃油汽车,我国新能源汽车的发展在发达国家市场呈现强劲势头。2021年以来,我国新能源汽车已开始进入欧洲、北美洲、大洋洲等发达国家市场。其中,比利时和英国是我国新能源汽车最大进口国。在新能源汽车出口的带动下,我国汽车出口产品高端化趋势显著。据统计,2018年我国汽车出口均价仅为1.29万美元,2022年8月已上涨至1.89万美元,而这种上涨更多得益于出口新能源汽车产品高端化。2020年我国新能源汽车出口均价为1.1万美元,2022年8月迅速上涨至2.58万美元。进一步来看,全球主要国家致力于应对气候变化和推进碳中和,欧洲、美国密集出台新能源汽车发展支持政策,以及我国进一步扩大开放和新能源汽车产品竞争力提升,是我国

新能源汽车出口量逐渐强劲增长的深层次原因。展望2023年,我国疫情防控措施调整将带来经济的明显复苏和增长。而我国经济潜力和活力的释放将有力支撑国际供应链稳定畅通,从而有助于推动疫情后世界经济复苏增长。需要强调的是,当前全球汽车产业正面临百年变局,面对汽车产业电动化、智能化、网联化、共享化的变革趋势,新能源汽车企业、动力电池企业、智能网联企业、出行服务商等一大批新主体迅速崛起,并加快占据产业主导地位。在此背景下,新能源汽车产业正异军突起,全球新能源汽车贸易日趋活跃。面对这种形势,我国政府应加大对新能源汽车“走出去”的支持力度,主要新能源汽车企业也应在产品创新、配套服务、品牌及跨国经营能力建设等方面下功夫,进一步强化“走出去”的内生动力。

政府层面,为打造汽车出口新引擎,我国有必要基于汽车强国战略和《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》,研究制定新能源汽车“走出去”专项规划。并且,还应与新能源汽车主要出口国签订自由贸易、投资便利等协定,降低汽车出口关税。此外,有必要搭建新能源汽车产品出口服务平台,积极应对碳排放等新型贸易壁垒,为新能源汽车“走出去”提供政策法规、检测认证、投资并购、物流、金融等支持。

企业层面,我国新能源汽车企业要进一步夯实出口能力,包括抢抓订单渠道、出口运输渠道、消费金融及投融资渠道、海外营销及售后服务网络建设等。同时,我国新能源汽车及核心零部件企业还应把握当前新能源汽车“走出去”的难得机遇,制定打造国际企业的路线图和时间表,通过优势整车及零部件企业协同“走出去”、本地化产品开发及产业链供应链建设、管理及研发的本地化等方式,与国外优势新能源汽车及零部件企业、智能网联企业、平台运营商等主体合作,加快在发达国家和地区形成新能源汽车低碳生产工艺,构建全生命周期新能源汽车生产线,不断提升自身品牌的认可度和影响力。

洞见