每周经济观察

赋予自贸试验区更大自主权

必须继续用好自贸试验区这块试验田，深入对接国际高标准经贸规则，提升制度型开放水平。加强全产业链集成创新，为新质生产力发展注入新动能，更好发挥自贸试验区作为开放高地的引领示范作用。

作为新时代改革开放的重要“试验田”，我国自贸试验区主动承担起“为国家试制度、为地方谋发展”的使命担当，推出了一大批标志性、引领性制度创新成果，不仅有效发挥了综合试验平台的作用，也成为我国高水平对外开放的显著标识之一。

从全国第一张外商投资准入负面清单，到第一个国际贸易“单一窗口”，再到第一批自由贸易账户……众多个“第一”在自贸试验区探索落地、成熟推广。截至今年上半年，自贸试验区以不到千分之四的国土面积，贡献了全国20.8%的外商投资和19.5%的进出口总额。一个建设布局基本成型、政策支撑初步完善的中国特色自贸试验区制度体系已初步建立。

与其他新事物一样，自贸试验区建设也并非一路坦途。进入新阶段，自贸试验区发展也面临着改革创新自主空间不足、差别化特色化发展不够、区域发展动能减弱等突出问题，亟需在更广领域、更深层次上开展探索，以更大力度的改革举措，推动自贸试验区在制度型开放、系统性改革、开放型经济质量上的全面提升。

党中央高度重视自贸试验区提升战略的谋划与实施。党的二十大报告提出，实施自由贸易试验区提升战略，扩大面向全球的高标准自由贸易区网络。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出，实施自由贸易试验区提升战略。

当前，外部环境更趋复杂，地缘政治风险有所加大，经济增长的不确定性不稳定因素增多。在此背景下，须继续用好自贸试验区这块试验田，加快对接国际高标准经贸规则，发力自贸试验区新一轮提升战略，以更多制度性创新助力中国经济高质量发展。

赋予自贸试验区更大自主权，为全面深化改革探新路。当前，我国自贸试验区在部分领域的改革探索还存在约束限制，一些创新做法和改革举措在实施中存在中央事权与地方事权的脱节。要通过深化改革，赋予自贸试验区更大的自主权，让广大经营主体能够“大胆闯、大胆试、自主改”。目前，有关部门正在着力加强改革整体谋划与系统集成工作，探索对自贸试验区开展新一轮集中赋权，确保各项改革取得实效。

深入对接国际高标准经贸规则，提升制度型开放水平。一方面，做好对接国际高标准经贸规则试点的落地实施、总结评估和复制推广工作，推动自贸试验区在更大范围释放政策红利。另一方面，加强前瞻性研究，聚焦贸易投资、政府采购、产权保护、环境、金融等重点领域，加快构建与国际高标准经贸规则相衔接的制度体系和监管模式。在这个过程中，要特别加强改革的系统性、整体性、协同性，打造制度型开放新高地。

加强全产业链集成创新，为新质生产力发展注入新动能。近年来，我国已设立了22个自贸试验区，实现了东西南北中区域全覆盖。各自贸试验区要根据自身的战略定位、资源禀赋、区位优势等，以差别化探索推进国家战略深入实施，尤其要充分发挥产业基础好、集聚度高、创新力强的优势，围绕数字经济、生物医药、装备制造、绿色贸易等重点领域，推动全产业链创新发展，以更多制度化创新成果助力新质生产力培育壮大。

日前召开的中央全面深化改革委员会第六次会议审议通过了《关于实施自由贸易试验区提升战略的意见》，对实施自贸试验区提升战略进行了全面部署。未来，既要加快自贸试验区提升战略的落地实施，也要统筹处理好发展和安全的关系；既要稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放，也要提升风险的防控能力，以更好发挥自贸试验区作为开放高地的引领示范作用。

冯煦明

洞见

汽车

实施汽车以旧换新政策，具有操作流程便民高效、多部门协同发挥合力等特征，利当前、惠长远，有助于推动实现多方面目标。

汽车作为大宗消费品，占到全国社会消费品零售总额的大约10%，市场规模大，产业链带动效应强，百姓获得感高，是消费品以旧换新政策的重点领域。继今年3月份国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》之后，相关部门紧接着出台《汽车以旧换新补贴实施细则》，对开展汽车以旧换新作了总体政策部署。商务部汽车以旧换新信息平台数据显示，截至今年7月底，全国汽车报废更新补贴申请已突破41万份。日前，商务部等7部门在总结前期政策实施经验的基础上，发布了《关于进一步做好汽车以旧换新工作的通知》（以下简称“通知”），对汽车以旧换新政策优化完善。

《通知》最主要的变化，在于大幅提高了汽车以旧换新的补贴标准。根据《通知》规定，对符合《汽车以旧换新补贴实施细则》规定，报废旧车并购买新车的个人消费者，补贴标准由购买新能源乘用车补1万元、购买燃油乘用车补7000元，分别提高至2万元和1.5万元。补贴标准翻倍将显著提高以旧换新政策的激励撬动作用，稳定扩大汽车消费，带动汽车保有存量逐步升级换代。除此之外，汽车以旧换新政策在经过本轮优化完善之后，还有几个明显特征。

操作流程便民高效。旧车报废和新车购置流程复杂，且以旧换新政策涉及千家万户，如何设计出通俗易懂的操作界面和便捷高效的操作流程，是推动汽车以旧换新政策有效落实的关键。在操作界面上，商务部开发了汽车以旧换新信息平台，将小程序与微信、支付宝、抖音、银联云闪付等百姓常用的互联网平台打通。消费者只需登录汽车以旧换新小程序，即可按照系统提示，完成汽车报废更新补贴的申请，并可随时通过线上系统查询进度。在操作流程上，申请、审核、拨付等环节均可在线上进行，实现了补贴申请一网联审，消费者无须到线下各个政府部门“跑手续”。在资金发放上，补贴资金直接由财政账户拨付至申请人提供的银行账户，杜绝了中间环节吃拿卡要的可能性。汽车以旧换新政策在细节之处设计周翔，充分利用了互联网技术做到便民高效。

多部门协同发挥合力。如何加强部门间协同配合、发挥政策合力，是现阶段面临的一个突出挑战。汽车以旧换新政策涉及报废机动车回收和注销、新车注册登记、新能源新车车型等信息核查比对、财政资金审批拨付等政府职能，相关业务牵扯到商务、财政、税务、公安等，跨部门协调配合的要求高、难度大。从目前为止的政策效果来看，汽车以旧换新政策较好地做到了部门间协同配合。

例如，汽车以旧换新涉及多项数据资料，这些数据资料分散掌握在不同部门手中。为了高效实施汽车以旧换新政策，商务部、工业和信息化部、公安部等部门实现了跨部门数据的联通共享。又如，缺乏税前扣除凭证导致实际税负偏高，长期以来是资源回收企业经营过程中面临的一个难题。国家税务总局明确，包括废旧汽车回收企业在内的资源回收企业可以向自然人报废产品出售者“反向开票”，解决了回收企业缺乏税前扣除凭证问题，降低了相关企业的税收负担。

实施汽车以旧换新政策利当前、惠长远，有助于推动实现多方面目标。比如，提高汽车产业产能利用率，带动畅通国民经济循环；促进汽车保有存量向绿色化、智能化的方向实现结构升级；激励废旧产品回收再利用商业模式创新，促进相关市场发展壮大；等等。从这个意义上讲，汽车以旧换新政策既是汽车产业政策，同时也是宏观调控政策。随着汽车、家电、电脑、手机等产品的存量不断积累，技术和产品新旧迭代周期加快，未来以旧换新可能成为越来越普遍的消费业态，将作为循环经济的一部分，助力实现社会资源的集约利用。

（作者系中国社会科学院数量经济与技术经济研究所研究员）

理性看待医保缴费标准上涨

张 晓

最近，国家医保局等部门印发《关于做好2024年城乡居民基本医疗保障有关工作的通知》。2024年，城乡居民基本医疗保险财政补助和个人缴费标准分别增加30元和20元，达到每人每年分别不低于670元和400元。

医保缴费标准又涨了，不过对于“为啥又上涨”这个问题要理性看待。医保制度作为一项关键民生工程，发挥着保护全民生命健康的重要作用，医保基金池能否汇集足够资金，关系着医保制度能否充分且持续发挥作用。随着人口老龄化程度加剧，人均预期寿命延长，医疗服务需求扩张，医保支出呈上升趋势；越来越多新药、新检查诊疗技术为患者带来治疗希望，而医保基金作为医药企业的支付来源，支出压力也相应增加；人民群众对生命健康日益重视，医疗消费水平持续提升……需要花钱的地方越来越多，多重因素叠加使得我国居民医保基金呈现出“紧平衡”状态。显然，保费上涨是为了保证资金充足，是顺应现实需求之举。

今年是自2016年以来个人缴费新增标准首次低于财政补助标准的一年，参保居民“少涨一点”的呼声得到回应。政策也充分体谅低收入群体参保压力，对有条件的地区提高资助标准，加大救助力度，发挥基本医保、大病保险、医疗救助三重制度综合保障梯次减负功能，困难群体被放在心上，医疗负担得到有效缓解。

要看到，随着医疗制度改革的不断推进，医疗服务水平不断提高，各类便民利民举措在各地密集推出，人们的就医体验越来越好。不同年龄、不同地区的参保居民，更容易以多种方式享受到医保带来的实惠。产前检查费用纳入门诊保障，年轻人的生育医疗负担有所减轻；医保异地结算范围不断扩大，跨省看病越来越便捷；医保服务“最后一公里”打通，村卫生室也能刷医保，农村群众在家门口就能实现看病报销；职工医保账户家庭共济范围不断扩大，家庭内部医疗资源流动，资金使用效率有效提高……参保居民更容易感受到实实在在的获得感。

筑牢医保制度“大厦”，筹资只是打好了地基。“房子”能不能盖好，要看医保资金能不能管理好、使用好，发挥出为群众遮风挡雨的重要作用。近年来，各类医保骗保套保行为层出不穷、花样百出，甚至形成黑色产业链，一定程度上打击了群众的参保积极性。期待医保管理制度更加完善，审核和结算方式更加高效，医疗服务流程逐步优化，医保监管更加精准有效，各级医保行政部门、医疗机构等主体责任不断夯实，让群众安心缴纳医保，“救命钱”花在刀刃上。

王 铎作

生育津贴怎可截留

近日，某地发生两起生育津贴纠纷案件，一企业两名女职工不仅未能全额追回应得的津贴差额，还因此与公司解除了劳动关系。生育津贴是国家对生育女职工的特殊经济保障，但现实中，个别企业以足额发放产假工资为由，自行截留了女职工生育津贴差额部分。全国已有多地明文规定了生育津贴的发放原则，此前一些地区也有“生育津贴就高补差”的司法案例实践，办理法院明确“截留克扣女职工生育保险待遇，是对女职工合法权益的侵害”。对此，应高度重视女职工生育权益保障中出现的问题，积极营造生育友好的社会环境。地方应因地制宜出台相应的实施细则，完善法律执行依据，避免类似的截留现象出现，保护女职工生育权益。

（时 峰）

企业壮大务必下好科创棋

殷志军 童志怡

党的二十届三中全会强调，强化企业科技创新主体地位，建立培育壮大科技领军企业机制。这进一步增强了企业通过科技创新实现发展壮大的信心。

企业是市场经济的前沿哨兵，能够敏锐捕捉经济社会发展的科技创新需求，精准聚焦创新活动的突破方向。企业也是创新成果与市场应用接轨的重要桥梁，能够有效缩短从实验室到生产线的距离，实现科技创新成果高效转化，在整体上更高水平赋能经济社会高质量发展。从这个意义上讲，只有发挥好企业科技创新的主体作用，才能最大限度激发科技创新潜力，最大幅度降低科技创新转化成本。

当前，面对激烈的市场竞争，企业创新路径也经历着深刻变革。龙头企业必须逐步转向原始创新，聚焦突破“卡脖子”技术难题，甚至将触角伸向应用基础研究领域。对此，应多措并举，下好科技创新这步棋，以构筑新的核心竞争力。

企业有不同的综合实力和创新需求，这决定了不同类型企业将在科技创新中发挥不同作用。行业领军企业拥有智力和资金优势，需要在国际竞争中体现国家科技自立自强的使命担当，因此，可以开展“从0到1”的高风险、高价值应用基础研究、原始科技创新和“卡脖子”技术攻关，主动牵头或参与国家科技攻关任务。科技型中小企业可以更多承担“从1到3”应用技术研究，实现从技术创新到市场创新的蝶变。

创新还要结合企业内因和行业外因，精准定位、坚定方向、敢于投入。在内因层面，要充分考虑企业的行业地位、创新禀赋以及可整合的创新资源，挖掘企业独特优势，有所为有所不为，选择与创新能力相匹配的创新方向，集中资源求突破。在行业的外因层面，应深入研判国家战略导向、市场潜在需求、行业增长趋势，并由此确定企业创新赛道。

企业科技创新的主平台是企业实验室、研发中心，核心是人才，关键是快速发现和承接创新需求，充分融合好企业发展定位、市场竞争需求、国家竞争需要。因此，要大力发展科技信息交流、科技培训、技术咨询、技术孵化、技术市场、知识产权服务等科技服务业。

同时，在落实企业科技创新主体地位过程中，涉及环节多、资金投入大、不确定性程度高。相关主管部门应主动发力，营造更加友好的创新服务生态，针对不同创新路径的企业，细化差异化支持政策，这对科技资源相对贫乏但企业实力相对较强的地区尤为重要。

在平台建设方面，建立企业实验室梯度培育机制，支持企业实验室列入国家、省重点实验室序列。在智力整合方面，组织行业顶尖科学家、技术专家和企业研发人员共同组成攻坚小组，合力开展重大技术攻关。在资金支持方面，根据企业不同发展阶段特征和任务需求，有针对性提供财政补助、产业投资基金等资金支持。在环境营造方面，通过举办创新大赛、创新项目资金对接会、创新成果奖励等方式，营造支持企业创新的良好氛围，推动从“要企业创新”向“企业要创新”转变。

释放“电影+”消费带动作用

刘 敏

今年暑期，我国电影市场呈现出强劲的增长势头和多样化消费趋势。数据显示，6月份至8月份，电影总票房（含预售）已经突破110亿元，年轻观众（25岁以下）占比达到22.0%，对电影市场保持持续关注和热情；家庭观影需求更为显著，40岁以上观众占比达16.8%；年观影量在2次至6次的中频观众占比更为突出，电影消费的稳定性和持续性明显。同时，以“电影+”融合为特点的电影关联消费表现同样亮眼，成为推动电影产业发展的重要力量。

电影关联消费，是指围绕电影这一文化产品衍生出的各类消费行为和商业模式，包括但不限于电影院线消费和根据电影中的元素（如角色、场景、道具等）开发出的各类商品，如食品、服饰、文创、家居用品、图书音像制品等。随着电影产业的不断发展与成熟，电影关联消费还拓展到动漫、游戏、旅游等领域，已成为电影产业的重要组成部分，不仅丰富了行业收入来源，也带动了相关行业协同发展。今年8月份，国务院发布的《关于促进服务消费高质量发展的意见》指出，激发文化娱乐消费，丰富影片供给，支持以分线发行等差异化模式发行影片，促进电影关联消费，为“电影+”融合发展提供了政策依据。

据统计，今年暑期档中《抓娃娃》《默杀》《云边有个小卖部》等热门影片的票房表现尤为突出，刺激了电影周边市场和关联消费。例如，《抓娃娃》作为暑期档票房冠军，凭借独特的创意和精准的营销策略，带动相关周边产品热销，抓娃娃机模型、影片角色玩偶等都成为市场上的热门商品。也有热门电影的原著小说或改编书籍成为畅销品，满足大众对电影故事深入了解的需求。随着科技不断进步，一些高科技含量的电影周边产品逐渐进入市场，如智能机器人、虚拟现实设备等，为消费者带来更加新奇的沉浸式体验。

从需求端看，随着对电影文化的了解日益深入，大众对电影周边产品的需求呈现出多元化趋势，主要包括喜爱电影内容、追求个性化和独特性、收藏价值以及社交需求等。一方面，不同年龄层、不同兴趣爱好的观众对电影周边产品的选择偏好不同；另一方面，大众对电影周边产品品质的要求越来越高，具有创意和独特性的产品更容易受到青睐，一些限量版和特殊版本的电影周边产品更易受追捧。随着电子商务快速发展和消费者购物习惯改变，周边产品的销售渠道还呈现出线上线下融合趋势，电影关联消费类型更加多样。

为进一步促进电影关联消费增长，应鼓励电影制作方创作题材更加多样、类型更为丰富的电影作品，加强剧本创作、演员选择、特效制作等方面的投入，提升电影的整体品质，吸引更多观众走进影院。探索和推广分线发行模式，即在统一发行、统一上映的基础上，根据市场、观众需求和影院特点，灵活调整影片的放映时间和场次，激发院线和影院活力，并促进电影关联消费。根据电影内容和角色特点，与时尚、艺术、科技等领域合作推动电影周边产品的创新和发展，注重产品设计和制作质量，提升消费者的购买体验和满意度。利用社交媒体、电视广告、户外广告、电影海报等多种渠道和媒介进行电影及其周边产品推广，利用电影取景地和场景等开展主题营销，扩大市场影响力。

本版编辑 梁剑箫 原 洋 来稿邮箱 mzjjgc@163.com