

家电汽车同下乡 惠农强农促增长

本刊评论员

家电和汽车摩托车下乡是应对当前国际金融危机,惠农强农,带动工业生产,促进消费拉动内需的重要举措。自2009年2月家电下乡工作从12个试点省(区、市)推广到全国并实施汽车下乡政策以来,农民购买家电与汽车摩托车下乡产品十分踊跃。截至4月27日销售数据显示,家电下乡产品销售约750万台(件),共发放补贴资金约9亿元,随着政策实施范围的扩大,家电下乡产品销售呈逐月翻番之势。据中国汽车工业协会统计,3月份汽车销量达到111.97万台,同比增长5.03%。其中汽车下乡涉及的微型客车、轻型卡车增长最为迅速,一季度微型客车产销分别为40.84万台和43.11万台,同比增长37.8%和34.8%,比汽车行业总产销量增幅高30个百分点。据汽车流通协会分析,3月份汽车下乡政策拉动汽车市场销售增长的贡献度达到108%。据财政部会同有关部门测算,家电下乡财政补贴政策实施四年,将拉动国内消费约1.6万亿元。

可见,在国际金融危机尚未见底,我国再次实施积极财政政策的新形势下,全国范围内推广家电下乡和实施汽车摩托车下乡对于扩大内需、保持经济平稳较快增长具有重要意义。一是有利于刺激农村的消费需求。随着农村的发展和农民的增收,农村市场的消费潜力日益显现,在目前外需不足的情况下,把农村巨大的消费潜力转化为现实购买力将为我国经济增长提供强有力的支撑。全国实施家电下乡和汽车摩托车下乡财政补贴政策,能够让农民直接得到实惠,有利于提高农村居民的消费能力,在更大范围内调动农村居民的消费积极性,促进农村经济社会繁荣。二是有利于支持我国制造企业的发展。在国际经济不景气,外需不足的形势下,我国很多制造企业特别是彩电、冰箱、洗衣机等家电制造企业的出口严重下滑,生产经营陷入困境,全国推广家电下乡和实施汽车摩托车下乡,对下乡产品目录中的汽车摩托车和家电进行补贴,既直接增加了这些企业在农村市场的竞争力,同时又将企业的生产、流通和农村居民的需求对接,有利于消化企业过剩产能和资金回笼。三是有利于促进农村经济社会发展。全国推广家电下乡能够让更多的农村居民用上性价比高、服务有保障的名牌家电产品,尽早享受到经济社会发展成果。电脑、电视和手机等家电的推广还可以帮助农民了解国家政策、获取更多市场信息、学习先进生产技术;实施汽车摩托车下乡,特别是对农用机车的推广,既可以进一步加强我国农业的机械化程度,促进农业增产、农民增收,同时又可以增强农村与城镇的联系,加速社会主义新农村的建设。四是有利于完善农村生产和流通服务体系。全国推广家电下乡和实施汽车摩托车下乡政策通过发挥财政资金的杠杆作用,引导更多的企业关注农村市场,更多的产品投入农村市场,这又必然促使企业不断建立和完善面向农村的生产、流通和售后服务网络,促进城乡协调发展。

全国推广家电下乡和汽车摩托车下乡政策受到了社会各界的广泛关注,媒体积极披露和反馈政策执行中的问题,相关部门通过调查分析,提出相应的意见和建议,政策在实践中不断加以完善。例如,有媒体曾报道了下乡家电品种少、档次低的问题,财政部立即会同有关部门经过调查研究,报国务院批准,将空调、电脑、数码相机等基本家电产品都纳入了补贴范围,并将彩电的最高限价提高到3500元,其他下乡产品的限价经过充分论证后也都适当放宽;又如有部门反映微型客车在国家工商总局备案的时间较长,阻碍了汽车生产企业向乡镇扩张经销网点,对此,财政部建议工商总局在依法行政的前提下,给予下乡汽车一定的政策倾斜,通过沟通,将目前2—3个月备案周期缩短为1个月左右。有的问题已经解决,有的问题正在调查分析。全国推广家电下乡和汽车摩托车下乡政策实施迄今才刚刚经历了四个月,新的问题还将不断显现。财政部已会同相关部门做好准备,建立更加紧密的部门间工作联系,家电下乡已经建立了部际联席会议,汽车和摩托车下乡也将比照家电下乡建立工作协调机制,以便各部门及时沟通协调,科学、快速地解决相关问题。

全国推广家电下乡和实施汽车摩托车下乡是既能惠农强农,又能促进我国经济增长的好政策。随着不断解决工作中的问题、不断完善政策措施,一定会有更多的农村居民享受到好政策的实惠,共沐公共财政阳光雨露。