

中办、国办发文加强新就业群体服务管理 整治“内卷式”竞争 推动相关公共服务随人走

●记者 李苑

中共中央办公厅、国务院办公厅日前发布的《关于加强新就业群体服务管理的意见》提出，加强互联网平台算法治理。督促互联网平台企业切实履行社会责任，规范算法，提高透明度，保障新就业群体对算法规则的知情权、参与权、选择权。

根据意见，到2027年，上下联动、条块结合、有效协同的工作机制进一步完善，新就业群体党的组织和党的工作全面覆盖，劳动用工逐步规范，从业环境显著改善，合法权益有力保障。再过3至5年，新就业群体服务管理制度更加健全，思想政治引领更加有力，劳动关系更加和谐，从业环境更加友好，合法权益保障更加充分，职业认可度显著提升，新就业群体全面发展取得更为明显的实质性进展。

意见提出，依法规范用工管理。推动互联网平台企业、快递企业等完善用工管理制度，推广使用适应行业特点、紧贴新就业群体需求的劳动合同、书面协议参考文本，规范用工事实等依法合理确定权利义务。规范和加强新就业群体法人职管理，严格执行培训上岗制度。发挥企业总部作用，压实合作企业、加盟企业及网点站点等责任，加强对新就业群体不文明从业行为的规制约束。完善安全管理制度，保障新就业群体劳动安全和职业健康。

在强化合法权益保障方面，意见明确，督促互联网平台企业、快递企业等根据工作任务、劳动强度等合理确定新就业群体劳动报酬，及时足额支付，保障新就业群体休息权益，加强恶劣天气等特殊情形下的劳动保护。畅通

企业内部诉求表达渠道，完善纠纷处理机制，公平合理处置投诉申诉，保护各方正当权益。建立健全新就业群体权益重要事项常态化协商恳谈机制，协商结果通过适当形式向新就业群体公开。依法依规查处不合理收费抽佣、不公平分配流量，以及滥用市场支配地位等违法违规行为。把新就业群体合法权益保障纳入企业社会责任评价体系，支持相关社会组织推动促进行业自律。

意见要求，完善监督管理。加强行业运行监测，完善从业信息发布制度，引导新就业群体形成合理收入和待遇预期。综合整治“内卷式”竞争，严防损害新就业群体合法权益。依法加强新就业群体个人隐私、个人信息安全保护。加强金融监管，进一步规范涉新就业群体经营性贷款管理。坚决打击涉新就业群体欺诈骗、骗贷等违法犯罪活动。

此外，意见明确，推行由常住地提供基本公共服务，结合实际逐步推动相关公共服务随人走。健全符合新就业群体特点的社会保障制度体系，完善社会保险关系转移接续机制。扩大职业伤害保障试点，建立健全职业伤害保障制度。做好职业病防治工作。做好跨省市异地就医直接结算服务。稳步推进新就业群体参加住房公积金制度。加强职业技能培训，完善职业技能等级认定和职称评审政策，畅通职业发展渠道。做好新就业群体中残疾人服务工作。按规定对生活困难的新就业群体给予相应社会救助，为工作中意外伤亡的个人及其家属提供帮扶。加强社会心理服务，发挥社会工作专业人员等作用，缓解新就业群体职业焦虑。探索通过向社会组织或其他承接主体购买服务等方式，为新就业群体提供相关服务。

(上接1版)

谋划“十五五”时期经济社会发展，习近平总书记强调“要前瞻性把握国际形势发展变化对我国的影响，因势利导对经济布局进行调整优化”。

当前，世界经济格局正经历深度调整，金融服务业、信息服务业、科技服务业、法律服务业等现代服务业越来越成为全球经贸运行的重要基础，也是大国博弈的重要角力场。相比国际先进水平，我国服务业一些领域还有不小差距，特别是高端服务业供需缺口较大，医疗、教育、培训等领域高端化、特色化供给不足，有的高收入人群选择去境外消费，凸显服务业开放合作仍具较大潜力和空间。

“十五五”规划纲要提出：“大力发展服务贸易”“鼓励服务出口”“增强运输、旅行等服务国际竞争力”。2026年政府工作报告把“有序放宽服务业准入限制，扩大重点领域服务业投资”作为扩能提质服务业的具体内容。

近日，国务院印发《关于推进服务业扩能提质的意见》。意见明确，到2030年，服务业总规模迈上100万亿元台阶，培育更多“中国服务”品牌，服务业全球竞争力、影响力明显增强，人民群众获得感持续提升。此外，意见还提出，稳步推进服务业开放合作。包括进一步扩大增值电信业务、生物技术、外商独资医院等领域开放试点，完善跨境服务贸易负面清单管理制度，加强与重点国家和地区的贸易合作，促进文化服务、旅游服务出口，推动扩大入境消费等具体内容。

高水平开放带来创新理念、引进优势资源的同时，也会产生倒逼改革升级的动力。

国家发展改革委推出新一批13个标志性重大外资项目，首次将物流项目纳入清单；北京推出首批“一键智能退税”服务新模式；广州鼓励支持专业市场布局海外展厅、选品中心和海外仓……今年以来，各地各部门以服务业为抓手抓改革、优环境，进一步增强政策支持的针对性有效性，从而锻造经济新动能，与世界各国共享服务业发展新机遇。

敞开大门谋合作，拥抱世界赢发展。站在新的起点上，随着质效不断提升、创新日益深化、开放持续推进，中国服务业高质量发展必将迸发出更加磅礴的动能，为世界提供广阔机遇、稳定供给和发展红利。

预定利率研究值首升 保险产品定价迎平稳期

(上接1版)

据记者了解，上一次预定利率动态调整机制被触发是在第三期研究值公布后，导致彼时的普通型人身保险产品预定利率最高值由2.5%降至2.0%，引发行业保险产品预定利率集体下调，预定利率下调会导致保险产品保费上涨、收益下降等。由于2.0%的最高值沿用至今，因此最新披露的预定利率研究值并未触发预定利率动态调整机制。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格对记者表示，普通型人身保险产品预定利率研究值止跌回升至1.93%，预定利率企稳意味着保单收益不再快速缩水，消费者无需恐慌性抢购保险产品。

年内预定利率调整概率较低

预定利率是保险产品定价的关键指标，因此每一次预定利率研究值公布都深受市场关注，如果预定利率研究值变化触发预定利率动态调整机制，这将导致大部分保险产品定价都要跟随调整。但业内人士认为，随着今年市场利率逐渐企稳且大幅下行的可能性较小，年内预定利率调整的概率较低。

“根据我们的测算，若后续国债收益率曲线、5年期存款利率和5年期LPR维持当前水平，则2026年年末的预定利率研究值模拟测算值为1.89%，中期来看新产品预定利率上限调整可能性并不高。”葛玉翔说，不过，也不排除监管结合后续债市波动和险企自身经营情况做综合考虑，对预定利率上限调整进行指导。

龙格认为，市场利率企稳背景下，年内或难现预定利率调整窗口。短期内，险企2.0%的刚性成本与投资端基本匹配，且行业已转向“低保底+浮动分红”模式降低利差风险，预定利率下调紧迫性大幅降低。但长期看，若国债收益率持续低位，为防范利差风险，预定利率仍有缓慢下行可能。

实际上，预定利率动态调整机制被触发调整的是行业预定利率上限，但各家险企自身资产负债匹配情况不同，险企可以根据自身情况推出预定利率低于上限的产品。例如，此前就有中英人寿推出最低1.25%预定利率的分红保险产品，较市场主流分红保险产品1.75%的预定利率低了50个基点。

在葛玉翔看来，当前预定利率环境下，险企新业务资产负债匹配情况良好，主要的潜在利差压力来自存量续期保费与前期高收益资产到期之间的匹配压力。近期部分险企推出了预定利率为1.25%的分红型产品，指向高质量发展阶段下，各险企的差异化经营思路。

近期，分红险演示利率上限被要求由3.9%下调至3.5%，各险企高于3.5%演示利率的产品须在6月30日前完成变更备案或停售。葛玉翔预计，后续不排除各险企在分红险定价阶段，通过不同水平的预定利率匹配差异化演示利率水平，以更好实现“低保底+高浮动”的客户收益组合和提升自身资产负债管理能力。

北京车展聚焦“全球化布局” 中国车企加速“驶向世界”

●记者 闫刘梦

2026（第十九届）北京国际汽车展览会于4月24日至5月3日在北京举办。38万平方米的展厅内人潮涌动，除了各式新车型介绍外，上海证券报记者注意到“海外销量”“产业链出海”“全球化布局”等词语也频频被提及。

出海成为驱动中国汽车产业增长的强劲引擎。多家主流车企的出海模式已从“产品出海”向“全产业链出海”深度转型，生态出海成为新的方式。

从“量变”到“质变”

在车展现场，接近北汽极狐海外业务的相关人士对记者表示，公司未来要加快出海，构筑海外新增长极。2026年是极狐出海元年，有望实现销量破万，市场网络覆盖西亚、南美、非洲等地。据公司介绍，目标是到2030年海外销量占到公司总销量的20%以上。

广汽集团在车展首日举办了专场全球发布会，宣布全球化战略升级。“2026年，我们的海外销量目标锁定在25万至30万辆。展望2030年，广汽要进入全球120个国家和地区，建成超2000家海外网点，实现百万辆年销量，全速迈入中国汽车出海主力阵营。”广汽集团副总经理、广汽国际董事长陈康才在发布会上表示。

赛力斯有关负责人在展厅接受记者采访时表示，公司正加快推进海外产品和市场布局。向界将坚定走高端出海路线，逐步建立适配全球的体系化能力。今年下半年，多款车型将在海外多国上市。

据他介绍，近期问界与宝马、奔驰达成合作，入股逸安启，三家各持有合资公司33.3%的股份，共同推进中国豪华超充网络建设。这是此前问界宣布的充电网络建设的一部分，通过自建和共建方式，给用户带来更好的出行体验。

首日的车展发布会上，比亚迪公布了其海外业绩：一季度海外累计销量接近32万辆，占总销量的比重达到46%；3月单月出口11.96万辆，同比大幅增长65.2%。比亚迪海外业务呈现“全面开花”的态势，在欧洲、东南亚、拉美市场同步推进，其中巴西、英国、德国成为核心增长引擎。

此外，记者注意到，长安汽车还在车展上发布了多款全球化新品。长安汽车董事长朱华荣称，要到2030年实现新能源汽车销量240万辆，海外整车销量150万辆。

多位车企负责人向记者传达了一个共同信号：海外市场已从“重要补充”跃升为“重



4月26日，在2026北京车展上，参观者在蔚来汽车公司展台参观ET9天行全主动悬架系统展示。新华社图

要支柱”。中汽协数据显示，一季度中国新能源汽车出口95.4万辆，同比激增近1.2倍。

中汽协副秘书长陈士华此前表示，出口持续增长是中国汽车产业转型升级、综合实力提升的集中体现。新能源汽车技术成熟、产品竞争力突出，成为拉动出口增长的核心动力。此外，完整的产业链供应链保障了稳定供应与高效交付能力。

从“卖车”到“扎根”

数据勾勒出增长轮廓，车展现场各家企业的具体策略则描绘出中国汽车出海从“产品贸易”向“生态布局”转型的清晰路径。

在包下整个E3馆的比亚迪展台，其生态出海的雄心一览无遗。比亚迪有关负责人表示，公司将2026年全球出口目标由130万辆上调至150万辆，同时海外合作建厂进程加快，其中匈牙利工厂预计于今年第三季度投

产，而比亚迪充电站也将在海外市场进行规模化落地。

此外，比亚迪首个海外轨道交通项目——巴西圣保罗17号黄金线云轨也已开通试运行，标志着其出海模式已超越单纯的汽车产品。

赛力斯有关负责人则对记者表示，在全球化过程中，要考虑地缘政治和不同国家的法律、文化差异。公司将以“全球本地化”的思路，因地制宜地和本土经销商、供应商开展合作，真正扎根当地市场。

奇瑞的展厅同样透露出其全球化战略的深化。一季度奇瑞集团出口汽车39.33万辆，同比增长53.9%，其中3月单月出口接近15万辆。据奇瑞集团介绍，今年4月奇瑞启用了其首个海外区域运营中心——欧洲运营中心，并同步启动奇瑞西班牙研究院，这是奇瑞全球化战略的里程碑。

广汽集团在车展专场全球发布会上表示，国际化是决定广汽未来高度的“关键一跃”，是从“中国领先”迈向“世界一流”的战略选择，更是“再造新广汽”的第二增长极。真正的全球化并非简单的产品输出，而是以“体系化出海”理念融入全球、服务全球。

广汽集团董事长冯兴亚表示，广汽出海事业有三大战略路径：一是“在当地，为当地”，构建覆盖生产制造、能源补给、产品交付到出行服务的全链条海外运营体系；二是“科技驱动，体验升级”，将核心技术快速搭载于全球车型；三是“生态共建，体系护航”，携手各地伙伴共建可持续发展的绿色出行生态。

多位业内人士认为，未来出海不再是单一的整车出口，而是电芯、芯片、智能网联解决方案、用户运营、充电网络、金融等全生态链的协同出海。其中，在海外建厂，给当地带来就业、税收，也更符合海外市场的需求。

■记者观察

高评级不“安全” 信用标尺亟待校准

●记者 张欣然

在债券市场规模突破200万亿元的背景下，信用评级这一基础性行业正迎来新的检验。

近期多起高评级主体风险暴露，引发市场对评级有效性的持续关注。作为信用定价的重要标尺，评级体系是否能够真实反映风险，需要有关方面重视。

信用标尺屡见失真

从近期案例看，当前市场存在的一个显性特征是：风险暴露在前，评级调整在后。

相关经营主体在风险显性化之前，长期维持AAA评级，甚至伴随平台地位提升，外部支持预期一度被不断强化，但风险真正暴露后，评级却在短时间内集中下调，几乎与事件演变同步。这种节奏并不陌生——2020年某企业债券违约时，市场就已经见过类似路径。当时的反思集中在评级滞后、信息披露不足及对外部支持的过度依赖。但几年过去，类似情形再次出现，说明问题并未真正消失，只是换了一种方式延续。

更值得关注的是评级本身的结构变化。截

至2025年末，AAA、AA+及AA级主体占比已接近96%，评级明显向高等级集中。与此同时，2025年AAA主体发行债券占比超过七成，但违约债券中，AAA占比依然达到三至五成。

这意味着一个直观变化：最高等级不再等同于最低风险。当绝大多数主体都被放在高评级区间，评级的区分功能自然被削弱。再叠加评级调整滞后，一些经营主体的信用评级往往在风险爆发前数月才出现“断崖式”下调，甚至在非标违约已经发生的情况下，公开评级仍维持高位，市场对评级的信任难免被反复消耗。

这种变化也在投资端得到放大。在净值化与考核约束下，机构更倾向配置高评级资产，中低评级债券逐渐被边缘化，高评级拥挤、低评级缺位的格局日趋明显。信用利差持续压缩，风险与收益之间的关系变得越来越趋同。

机制约束与行为扭曲共振

如果把问题完全归因于评级机构，显然过于简单化。更现实的情况是，评级偏高，是多方博弈的结果。

发行人付费的模式，使评级机构天然处在一个微妙位置，评级既是专业判断，也是业

务来源。一旦评级偏紧，发行人可以选择更换评级机构，这种“用脚投票”的机制，使评级机构在市场份额与评级尺度之间很难完全独立。在实际操作中，一些发行人在正式评级前进行多家沟通甚至试评级，再选择更有利的结果对外披露，这种比价行为，本质上已经把评级变成了一个可以选择的结果，而不是唯一的判断。

从发行人角度看，这种动力同样存在。更高评级意味着更低融资成本，更广投资者覆盖范围，在市场环境允许的情况下，发行人自然倾向于争取更高等级。再叠加现实中的信息不对称、财务粉饰、数据不完整等情况并不罕见，评级机构即便不断优化模型，也难以完全穿透所有风险。

此外，外部支持因素的使用，也在一定程度上模糊了评级边界。在部分国企及城投债中，政府或股东支持被作为重要加分项，但随着财政约束趋紧，这一逻辑本身正在发生变化，预期收益率与实际偿债能力之间的落差逐渐显现。更深一层看，市场结构也在放大这种偏差。当前债券市场仍以利率债及高评级信用债为主，高收益债市场发展相对滞后，多层次风险承接主体不足。一旦风险暴露，缺乏分层

缓冲，资金容易集中撤离。

公信力是债市基石

评级是债券市场定价体系的一部分。当市场发展达到200万亿元规模时，评级问题已经不应再被认为是某个行业的技术问题。

如何让这把信用标尺重新变得可靠，关键不在某一个环节，而在于一整套环境。

一方面，评级需要回归结果验证。违约率、信用利差等市场化指标，应成为长期检验评级质量的重要依据，而不是只停留在模型和方法层面。

另一方面，付费与竞争机制也需要逐步优化。近年来政策已开始鼓励双评级、多评级以及投资者付费模式，这些探索的意义，不只是改变付费方式，更在于减少单一利益链条对评级结果的影响。