

创业无险阻
报国有坦途

国家**资助** 科技项目申报指南

孟繁森 / 主编



经济科学出版社

国家资助科技项目申报指南

孟繁森 主 编

经济科学出版社

责任编辑：于培娟
责任校对：徐领弟
版式设计：代小卫
技术编辑：董永亭

国家资助科技项目申报指南

孟繁森 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京毕诚彩印厂印刷

河北三佳集团装订厂装订

787×1092 16 开 20.25 印张 500000 字

2004 年 3 月第一版 2004 年 3 月第一次印刷

印数：0001—4000 册

ISBN 7-5058-4002-9/F·3300 定价：32.50 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)



作者简介

孟繁森，研究员，中国新闻技术工作者联合会副理事长，中国高新科技开发区协会专家委员会副主任，曾先后在航天部计划司、国务院科技领导小组办公室、国家科委计划司、国家科技部企事业管理办公室（司局）等部门，长期从事科研及国家科技计划管理工作，并多次参与了“863”计划、攻关、基础研究、星火、火炬、国家重点新产品、科技型中小企业技术创新基金等计划项目的评估、立项和验收工作。并先后主编、出版了《高新技术产品精选》、《中国科技成果》、《863计划大事记》等书籍。

图书在版编目 (CIP) 数据

国家资助科技项目申报指南 / 孟繁森主编. —北京: 经济科学出版社, 2004. 3

ISBN 7 - 5058 - 4002 - 9

I. 国… II. 孟… III. 科研项目 - 政府补贴 - 申报 - 中国 - 指南 IV. G322 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 016867 号

主 编：孟繁森

副 主 编：陈兴荣 孟 燕

项目策划：孟繁森 杨克强

编 委：孟繁森 陈兴荣 杨克强 孟 燕
孙 扬 陈杏梅 高成华 李国辉
沈文京 李 蓓

前言

物竞天择，优胜劣汰，市场经济全球化加速了各国、各企业间的激烈竞争。国家为了推动经济的快速发展，提高社会的运转速度，采取了精简政府机构、科研院所转制、国有企业调整产业结构等重大战略性改革措施。这些改革使一大批企业和职工，面临着重新创业和选择再就业的现实。

面对激烈的市场竞争，企业如何发展，尤其是中小企业如何能在较短的时间内提高自身素质，增强自主创新能力，缩短研制、开发周期，把企业做大、做强，提高核心竞争力？

根据国际先进国家的统计，10年成活期的企业，一般只占企业总数的10%~30%，高新开发区的真正成活率也不超过40%。科技成果的试验工艺与产品的生产工艺之间还有差距，有些企业对科技成果不会管，对成熟的产品不会操作市场，经营者有能力但缺乏合作行为的道德观念等，这些也都是造成许多企业不成功的因素。有些地方政府招商不问商、规划不实，软环境不到位，实质上等于不要商。只顾政绩不顾业绩，阻碍了企业的发展。面对这些问题，机遇是潜在的，挑战是永恒的，企业必须符合市场经济规律，经营决定企业的方向，所以，经营是龙头，管理是基础，而观念决定行动，所以，提高经营决策能力和管理水平，最主要的是转变观念。本书从办企业的观念，做人的道德标准为切入点，探讨“钱多买不来别人的尊重，权大换不来他人的臣服”，只有“以德为本”，才能扫除侥幸的梦想。守法使人安全，树德使人升华，立业让人进步。

近年来，国家为了促进中小企业的科技进步，推动科技成果的转化和高新技术产业化，设立了多项科技计划，资助基础性、公益性、带动性强的科技项目，比如，科技攻关计划、火炬计划、科技成果重点推广计划、科技型中小企业创新基金等等。那么，怎样通过无偿拨款、贷款贴息、资本金投入等方式扶持和引导科技型中小企业发展，增强他们的技术创新能力，促进科技成果的转化呢？本书将系统地介绍国家对项目资助的知识，包括：国家科技发展政策、申请国家无偿拨款支持的渠道、程序、可行性报告的编写纲要以及各种成功案

例，失败教训等。通过编写可行性报告、申报书，使企业家理清思路、明确企业战略发展的规划，制定合理的企业文化、市场的营销战略、人才的管理策略。通过分析可行性报告达到预则立，不预则废的目的。使更多符合条件的企业，能够享受到国家的财政、税收、金融、投资等方面的政策支持，提高生产效率、人员素质和社会环保水平，加快社会的科技进步及企业的发展步伐。

产业化是企业发展的目标。企业要做大、做强，必须依靠银行贷款进行发展。本书介绍了企业申请贷款的条件、审批程序、贴息支持的主要导向政策等。中国加入世贸组织以后，中国的市场就是国际市场，企业发展到一定规模就会面对和参与国际竞争，还需要利用国外资金进一步发展，本书介绍了国际金融组织贷款、外国政府贷款、国际商业贷款等。其中，前两种为优惠性贷款，贷款期限长，利率较低，后一种贷款的条件随国际金融市场的变化而定。企业进一步发展以后，还可以借助社会资金，本书介绍了相关债券融资、股票融资的条件及部分政策。

本书不仅对中小企业的经营者是一本可读性、操作性较强的教材，而且对领衔办企业的教授、初到商海的大学毕业生、分流的机关干部、下岗再就业的职工也是一本难得的引导经商办企业的工具书；通过案例点评，对他们的企业和新产品不仅能起到参考、借鉴的作用，还会达到启迪的目的。它不仅鼓励创业者从源头创新，更支持科技成果商品化、产业化，只要观念新、产品新、市场大，都会从国家相关部门享受到政策支持。

本书以“小胜靠智，大胜靠德，人无信不至，政无信不威”为主线，谈的是市场，讲的却是文化。企业要赚钱，更要取财有道。本书虽然解读了相关政策，更多的却是提升企业的创新意识，不仅在产品上要创新，更要在企业的管理上、机制上、体制上创新。本书对政府政务公开，促进政府与企业信息的沟通，促进民营企业的发展，促进产业、产品结构的调整以及对社会的安定团结将发挥积极的作用。

祝愿本书像“知时节”的“好雨”，“随风潜入夜，润物细无声”，滋润顺势而为的创业者。

孟繁森

目 录

前言	1
第一章 成功企业的理念	1
第一节 企业家转变观念	2
第二节 先进与落后的时空概念	5
第三节 以创新求发展	10
第四节 发展是前提 学习是基础	14
第二章 国家科技计划体系和科技计划项目管理	18
第一节 国家科技计划体系	18
第二节 国家科技计划管理	21
第三节 国家科技计划项目管理	24
第四节 科技项目和科研计划课题招标投标管理	30
第五节 国家科研计划课题评估评审管理	42
第六节 加强国家科技计划成果和知识产权的管理	46
第三章 国家科技计划	54
第一节 国家高技术研究发展计划（863 计划）	54
第二节 国家科技攻关计划	73
第三节 国家重点基础研究发展规划项目（973 计划）	86
第四节 国家重点实验室计划	93
第五节 国家工程技术研究中心计划	96
第六节 星火计划	99
第七节 国家级火炬计划	106
第八节 国家科技成果重点推广计划	108
第九节 国家重点新产品计划	116
第十节 科技型中小企业技术创新基金	121
第十一节 科技型中小企业技术创新基金小额资助项目	129

国家资助科技项目申报指南

第十二节 农业科技成果转化资金项目计划·····	136
第十三节 科技兴贸行动计划·····	142
第十四节 国家自然科学基金项目计划·····	146
第四章 企业融资 ·····	177
第一节 企业融资类型·····	177
第二节 主要融资方式·····	179
第三节 债权融资操作·····	185
第五章 国家科技计划项目贷款 ·····	194
第一节 科技开发贷款项目管理·····	194
第二节 国家科技攻关计划项目贷款贴息·····	197
第三节 国内贷款·····	198
第四节 外国贷款·····	224
第六章 国家高技术产业发展项目计划 ·····	250
第一节 国家高技术产业发展项目计划实施·····	250
第二节 “十五”期间国家高技术产业重点专项规划 ·····	255
第七章 电子信息产业发展计划 ·····	272
第一节 电子信息产业发展基金·····	272
第二节 信息产业电子信息产品“十五”投资指南 ·····	275
第八章 案例分析——科技型中小企业技术创新基金 项目可行性研究报告 ·····	289
后记 ·····	313

第一章

成功企业的理念

社会的发展、科技的进步、物竞天择、优胜劣汰，这是客观世界发展的规律。在经济全球化的今天，企业间的竞争将更加激烈。以创新为特征的新经济时代怎样塑造自己的竞争力，这将是每一个企业家思考的问题。

世界在变。从 20 世纪末开始，世界已由工业化时代进入到信息化时代。科学技术的进步推动了经济的发展。生产的社会化和扩大化，在资源上和市场上，突破了国家范畴；社会化扩大再生产取代了简单再生产；商品经济取代了自然经济；市场经济取代了计划经济；市场经济的思维方式取代了传统经济的思维方式。企业的竞争力时时都在发生着变化，世界排名前 500 强企业，每年的排序都在变化，这就是企业的核心竞争力及竞争优势在变化。

中国在变。改革开放 20 多年来，我国已由计划经济走向中国特色的社会主义市场经济。打开了国门，加入了世贸组织，进入了世界经济大循环。为了适应世界发展趋势，我国的政治、经济、文化、教育、法律、民主意识都要在“三个代表”的指导下，进行全方位的调整。我们正经历着最为深刻的社会变革，正显示着最为众多的机会，正开创着最为辉煌的历史新纪元。

现在是中华历史上最盛大的时代，它给我们带来了生存和发展的空间，同时也带来了激烈的竞争。每个人都要快速地抢占生存空间，竞争生存机会。稍一犹豫、退让、彷徨，机会就会失去，生存就陷入了危机。我们要认知世界、认知中国、认知和改变自己，迅速地调整生存坐标，与时俱进，参与竞争，这才是我们企业及每个人的出路。

第一节 企业家转变观念

一、“变”的观念

1. 顺变不如预变。

抓住机遇、迎接挑战是企业家面临的共同课题。企业要发展，掌舵人的思路必须超前。钱多买不来别人的尊重；权大换不来他人的臣服。只有用公共道德的标准，及时扫除自身的私欲和杂念，才能德高望重、得道多助。

企业要尽量降低转轨变型的成本，减少发展过程中的风险。中国有些企业在改革开放初期，靠“胆商”捞钱（目无法纪胆子大），靠“情商”闯路（感情投资、买卖许可证、行贿），结果这些人和企业都好景不长，纷纷落马。多数做大、做强的企业，主要靠“智商”引路。企业家不是靠“权”压人，不是靠“权”欺行霸市，搞假冒伪劣；而是靠以人为本，诚实经营，靠产品的独占性功能，独占性工艺，靠质量和价格取信于民。这些企业遵守国家的法律和社会公德，绝不店大欺客。他们诚信经营、诚信服务。卖产品的过程，实质上是在卖企业的文化、卖企业的人品；在买用户的需要和意见、买用户的人心。所以，企业和企业家顺变不如预变，要与时俱进主动地变，这样才能使企业屹立百年而不倒。

2. 应变不如求变。

今天，谁对资源和财富的占有越多，谁就越有可能吸引更多的资源，实质上就拥有更大的竞争力。企业的规模和产品的数量在一定的程度上已经失去光彩，而质量和创新（独占性的功能、工艺）决定了企业和产品的发展命运。今天，新时代完全打破了原有的游戏规则，传统的思想、习惯，陈旧的知识、技能被快速折旧。信息爆炸和知识倍增已经把更多的企业家推向了无知的边缘。因此，面对迅速变化的社会，企业家就要主动地改变观念。要主动地学习，全面提升学习效率。只有比竞争对手学习的速度更快、效率更高，才会维系持久的竞争力。

学历有终点，学习无止境。学历只是受教育的程度和阶段象征，文凭会随着知识的更新而贬值，能力才是维系个人生存和发展的真正支撑。能力是吸收先进文化，形成独特价值取向，有益于文化创新、技术创新的一种工作能力的综合体现。

能力是长期学习乃至终身学习、长期积累的综合体现。要主动地变，就要主动地学习，这才能在企业及产品开发中实现理论创新、制度创新、文化创新和方法创新，在创新中赢得机遇，在创新中得以发展。

3. 主动地变，迎接挑战。

当前，我国经济结构正处在变革之中，经济结构、产业结构乃至企业的产品结构都在调整之中，这无疑导致了不少人在熟悉的岗位上下岗、离岗。这些人虽然对社会做过贡献，但个人的心态也必须调整，要把下岗看成是再就业的机遇，主动转变观念向书本学习、向市场学习，找好知识和财富的对接点，不断明确自己的主攻方向和奋斗目标。要在调整中不断修

正自我、改变自我。成功者往往都是困难的战胜者。只要主动地转变观念，主动出击就一定会柳暗花明又一村。

4. 不变的是变革。

世界在变，一切都在变，而惟一不变的是变革。真正致胜的法宝应是“思筹之路”，即人们积极思考预做筹谋。这就要有知识资本或智慧资本。对企业家而言，自己的行为举止要适应环境而变，但绝不乱变。在任何情况下都不能触高压线。法律扫除越轨的邪念和侥幸的梦想，法律使人永远立于不能乱为，永远立于坦荡。守法使人安全、树德使人升华，立业让人进步。

二、市场的观念

随着我国各方面的改革开放，市场不再是计划经济时期的产品竞争，也不仅限于开放初期的质量、价格、服务竞争。而是速度、思维、经营意识、营销理念的竞争。市场竞争已进入到“思路竞争”的年代。“思路决定出路”，谁能预见市场谁就能创造流行；谁能思路领先，谁就能领先市场。市场在哪里？需求就是市场。我们要寻找需求、引导需求、满足需求，创造需求。只有紧紧抓住市场，才是企业发展之路。

顾客满意不是一句流行话而是企业生存的根本。先卖信誉再卖产品，信誉第一感情交流第一，卖产品第二；人心是无价的，要使用户有忠诚度，这就是核心的竞争力，市场营销不是卖，而是买，买用户意见，买需求、买忠诚度；要追求用户利益最大化、社会效益最大化，不是追求自己的利益最大化。

企业在销售产品时一定要品牌，企业没有品牌就等于没有生命。出售品牌就是在出售企业文化，所以品牌如果没有文化理念支撑，就等于品牌没有灵魂。所以，必须在品牌中进行文化渗透和情感交流。只有这样才能培养和创造并保持一批忠诚的用户。企业家通过销售行为让消费者实实在在地去感受，去体验企业的文化。勇者无畏，智者无忧、仁者无敌，有抱负的企业一定会面向“百年不倒”的目标前进。

三、竞争的意识

创新是民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。因此，企业领导人必须理解：技术创新是企业的核心竞争力。而核心竞争力由以下三个要素构成：

1. 效益性：消费者使用你的产品及服务，能获得独特的价值、收益。
2. 连续延展性：无论对生产销售方还是消费者，因为使用你的产品，在材质结构、功能等方面都能连续派生出新的产品或使用功能。
3. 独特性（独占性）：你提供的产品在材料、制造工艺、设计结构、加工设备、检测仪器、采用的企业标准等方面具有独占性的优势，使其他类似的企业难以仿制。

所以，企业的核心竞争力是企业的各种资源和能力的有机融合与独占性的结果，它具有效益性、连续性、独占性等特点。

预则立、不预则废。企业家要想获得企业的核心竞争力就必须预测技术、市场的发展趋

势，精心制定创新战略，使各创新之间形成一条纽带。

总结失败的教训往往比评功摆好更重要，宏观决策的失误靠微观纠偏很难见效。

企业的核心竞争能力是动态的。失败的企业往往都是在战略意图和战略结构上失误，它们采用不适当的管理战略，从而破坏和限制了企业核心竞争力的发展。

(1) 不能持之以恒，急功近利。

产品是技术、管理综合素质的体现，是企业文化的外在表现，是各种因素长期优化的结晶。成功企业的经验表明，核心竞争力一般要在 3~10 年才能形成。但有些人往往没有耐心，为了一时的利润不断改变产品方向和领域，不断变换产品的设计结构，从而得不到社会的认同。

(2) 不能在技术上创新。

成功的企业往往是在技术源头上创新，在材料、结构、工艺等方面采用新技术。企业只有不断地生产新产品才能满足消费者的需求，但有些企业往往为了蝇头小利，不肯在研究发展技术方面投资，导致企业失去了竞争力。

(3) 站在金山上还到深山去探宝。

有些企业，一旦在某产品上成功之后，就不再对该产品进行投资，而是把资金用于其他产品或搞多种经营，从而导致该产品丧失竞争力。

(4) 没有知识产权人才流失。

企业产品的竞争，既是知识的竞争也是人才的竞争。有些发展不大的企业往往是由于没有自主知识产权，设计人员以及关键的技术一旦流失，企业很快就会失去竞争力。

成功企业的竞争实力，往往有以下几个特点：

(1) 独占性资源。

这种资源是广泛的，即包括有形的和无形的两种。这种资源市场需要量很大，如，具有特殊功能的软件或有特色材料，这种资源可使企业获得垄断性利润。

(2) 创新后的产品能限制其他企业竞争。

现代企业的标准战略、专利战略是保证企业可持续、高盈利发展的重要支柱。不少成功企业因为持有某些专利和标准，就限制了其他企业的竞争。如，可口可乐就是以有“难以仿制的配方”而独占天下。

(3) 资源的不易流动性。

有些资源只在本企业有用，而在其他企业没有用。如果要用，交易费用、开发费用很高。如，专用试验设备、试验及开发软件等。另外，有些资源让用户产生依赖性，否则转换供应商的交易成本会很高。

(4) 创新产品前，使其他企业难以进入。

即在创新时期，选中一个有利位置，使其他企业难以进入。如：化工产品、医疗产品事先申请某些专利，从而涵盖了上游和下游的相关产品，使其他企业难以进入。

总之，企业的技术创新能力取决于创新资源的投入和转换能力。还取决于企业如何用专利、标准、商标来保护自己创新的产品。企业必须保持和夺取在同行业中的竞争优势。

以资源观点为基础的竞争优势如图 1-1：

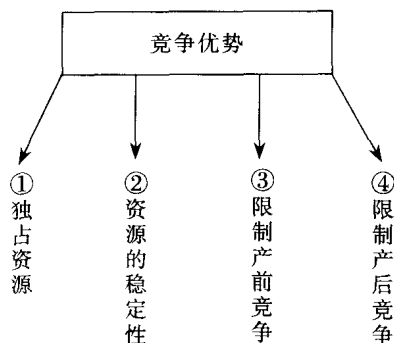


图 1-1 竞争优势图

企业在业务层面具体操作竞争战略时，又分为三个要点，即客户需求战略、业务发展战略和能力适度战略。

◇ 客户需求战略 就是紧紧抓住客户的需求，以产品带动服务，以服务开拓市场，积极发展新业务，尤其是服务领域。

◇ 业务发展战略 就是积极发展国内外的合作关系，积极采用合作联盟、参股、合资、合并或收购方式，加快业务发展速度。

◇ 能力适度战略 企业为了建设竞争力保障体系，并为各业务群所继承和发展，建立了科学系统的人力资源体系、产品规划开发体系和研发管理体系。

企业在建立这些核心战略系统后，通过对企业管理、生产和研发评估的调整，达到企业资源的最优化配置。

第二节 先进与落后的时空概念

一、从宏观上认识先进与落后

先进与落后，相对不同时间和环境有不同的含义。企业一定要随着时代和环境的变化不断调整自己的定位。每个人都要随着社会的进步主动地变，否则必然会被社会淘汰出局，封闭带来衰败，封闭导致死亡。

当前，我国处于由计划经济向市场经济转轨的过程中，为推动经济快速发展，国家采取了政府机构精简、科研院所转制、国有企业产业结构战略性调整等重大改革举措，这将使一批有能力的劳动者重新面对社会选择职业。尤其是近两年，新毕业的大学生就业分配、下岗职工再就业等成为备受社会关注的重大问题。为解决这些问题，国家也采取了一系列措施，让更多的人了解国家政策取向，走上自主创业的快车道。

（一）在社会的改革中优胜劣汰，激烈的市场竞争让企业必须转变经营理念。

常言道：商场如战场，在激烈的市场竞争中无论是大中型企业还是小型企业，在短时间内提高自主创新能力，缩短研制开发周期，提高管理水平，降低产品成本是企业做大、做强

提高核心竞争力的关键。而资金短缺却是制约很多企业发展的突出问题。近年来，国家设立了多项科技计划，比如，科技攻关计划、火炬计划、科技成果重点推广计划、重点新产品计划、科技型中小企业创新基金等。通过无偿拨款、贷款贴息、资本金投入等方式扶持和引导科技型中小企业的技术创新活动，增强中小企业创新能力，促进科技成果的转化，加快高新技术产业化进程，从而对我国产业和产品结构整体优化，扩大内需创造新的就业机会，带动和促进国民经济健康、稳定、快速地发展。如果企业还在固守计划经济的理论，仍在徘徊不前，最终必被淘汰。

(二) 改革开放是企业走向兴旺发达的必经之路。

推进改革，完善社会主义市场经济体制，要大胆探索勇于创新，突破影响生产力发展的体制性障碍。

1. 国营企业及组织管理机构。

(1) 深化国有企业改革。

进一步深化国有大中型企业改革，基本完成产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度的建设。健全责权统一、运转协调、有效制衡的公司法人治理结构，对国有大中型企业进行规范的公司制改革。除少数国家垄断经营的企业可改制为国有独资公司外，鼓励其他国有大中型企业通过规范上市、中外合资、相互参股等形式逐步改制为多元持股的有限责任公司。建立分工明确的国有资产管理、经营和监督体制，使国有资产出资人尽快到位，探索授权有条件的国有企业或国有资产经营公司行使出资人职能，强化对国有资产经营主体的外部监督。深化企业内部改革，强化科学管理，建立健全行之有效的激励机制和约束机制。进一步放开搞活国有中小企业，对国有小企业继续采取改组、联合、兼并、租赁、承包经营和股份合作制、出售等多种形式，进行产权制度和经营机制改革。完善市场退出机制，积极疏通和逐步规范企业，特别是上市亏损公司退出市场的通道。继续执行现行的国有企业兼并破产政策，对长期亏损、资不抵债、扭亏无望的企业依法实施破产。鼓励非国有企业、个人和境外投资者参与国有企业改制，推动非上市国有企业股权结构的调整和股权交易，形成混合所有制企业。规范国有企业改制行为，完善有关政策规定，强化对国有资产产权交易的监督。

(2) 调整和完善所有制结构。

要坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度。积极探索各种有效方式，有进有退，有所为有所不为，加快国有经济布局的战略性调整。发挥国有经济在国民经济中的主导作用，发展多种形式的集体经济，支持、鼓励和引导私营、个体企业健康发展。关系国家安全和经济命脉的重要企业要由国家控股。鼓励在高新技术产业、中介服务等领域，创建无限责任和有限责任相结合的公司。取消一切限制企业和社会投资的不合理规定，在市场准入、土地使用、信贷、税收、上市融资、进出口等各方面，对不同所有制企业实行同等待遇。凡是对外资开放的领域，内资均可进入。依法保护各种所有制企业的合法权益。

(3) 健全市场体系。

进一步开放市场，放开价格，继续发展商品市场，重点培育和发展市场，建立和完善全国统一、公平竞争、规范有序的市场体系。引入竞争机制，加快电力、铁路、民航、通信、公用事业等垄断行业管理体制的改革。破除地方封锁，反对地方保护主义，废除阻碍统一市场

形成的各种规定。积极发展大宗商品批发市场,稳步发展期货市场。健全统一、安全、高效、开放的国债市场。疏通储蓄转化为投资渠道,积极稳妥地发展多种融资方式。加强对证券市场的监管,提高证券市场的透明度,规范和发展证券市场,逐步提高直接融资比重。加快发展企业债券市场,发展产业投资基金。积极培育证券投资基金、养老基金和保险基金等机构投资者。发展票据市场,完善外汇市场,建立黄金交易市场。坚持城乡统筹就业的改革方向,推动城乡劳动力市场逐步一体化。深化土地使用制度改革,全面推行经营性用地招标拍卖制度,规范土地一级市场,活跃房地产二级市场,发展住房租赁市场。改革价格管理体制,进一步完善市场形成价格机制。建立健全政府价格决策听证等制度,提高政府定价的科学性、时效性和透明度。

(4) 深化金融体制改革。

建立和完善金融组织体系、市场体系、监管体系和调控体系。对国有独资商业银行进行综合改革,有条件的国有独资商业银行可以改组为国家控股的股份制商业银行,建立风险防范机制,提高竞争能力。在健全监管体系的基础上,规范发展中小金融机构,完善和发挥政策性银行的功能,推进保险市场主体多元化,完善金融机构内部治理结构,形成严格约束与有效激励相统一的经营机制。完善稳健的会计制度,提高金融资产质量。强化金融监管,防范和化解金融风险。完善金融分业监管构架,加强监管机构之间的协调配合。完善以间接调控为主的中央银行调控体系,积极稳妥地发展货币市场,扩大公开市场业务,稳步推进利率市场化改革。改进人民币汇率形成机制,完善以市场供求为基础的、有管理的浮动汇率制度。

(5) 改革投资体制。

确立企业在竞争性领域的投资主体地位,基本形成企业自主决策、自担风险,银行独立审贷,政府宏观调控的新的投资体制。按照“谁决策、谁受益、谁承担风险”的原则,改革投资管理方式,减少企业对社会投资的行政性审批。对企业出资建设国家非限制类项目,实行登记备案制。建立以政策引导、信息发布等间接调控手段为主的投资宏观调控体系。全面实行建设项目法人责任制、工程监理制、招标投标制、合同管理制。建立严格的政府投资项目管理机制,完善国家重大投资项目稽查制度。推动投资中介组织的市场化改革。

(6) 深化财税体制改革。

积极稳妥地推进税费改革,清理整顿行政性收费和政府性基金,建立政府统一预算。健全税收制度,改革生产型增值税税制,完善消费税和营业税,逐步统一内外资企业所得税,建立综合与分类相结合的个人所得税制度,适时开征社会保障税和遗产税,完善地方税税制。依法加强税收征管,打击偷、漏、骗税的行为,清缴欠税,严禁越权减、免、退税。

增强预算的透明度和约束力。实行部门预算,逐步以“零基预算”取代“基数预算”。改革国库制度,建立以国库单、账户体系为基础的现代国库集中收付制度。规范政府采购行为,全面推行政府采购制度。调整财政支出结构,压缩竞争性领域的支出。合理界定中央和地方政府的责权范围,完善分税制和转移支付制度,加强财政再分配功能。加强审计监督,严肃财经纪律。强化财政监督,防范财政风险,合理控制财政赤字和政府发债规模。保持财政收入稳定增长,提高国家财政收入占国内生产总值的比重和中央财政收入占全国财政收入的比重。逐步建立适应社会主义市场经济要求的公共财政框架,建设稳固、平衡、强大的国