地方『血拼式』招商为何频频变『招伤』

投资百亿元，投产两年就停摆：

“大干快上”招引的重大工业项目号称投资186亿元，结果投产两年即停摆；为“撑政绩”收购上市公司，接盘后却深陷企业“爆雷”的泥潭……半月谈记者在多地基层调研发现，一些地方急于求成、盲目决策，本应利企惠民的“招商”，却沦为损失巨大的“招伤”，有关干部最终被查处。

今年政府工作报告明确提出，“规范地方政府经济促进行为，出台地方政府招商引资鼓励和禁止事项清单”，释放出从源头纠偏、从严规范的鲜明导向。

漫画据新华社客户端

开工时轰轰烈烈，烂尾时一地鸡毛

半月谈记者调研发现，一些地方不顾产业基础与财政承受能力，招商引资一味求大求快，最终不得不吞下苦果。

——“百亿级项目”昙花一现，停摆收场。大门紧闭，产线停摆，占地百亩的厂区仅停放两三辆车……半月谈记者近期在南方某县调研发现，一个号称当地招引的“首个百亿级工业项目”，如今已是一片萧条。

半月谈记者此前在该企业调研时了解到，这一项目宣传其母公司是世界领先的电子信息及半导体显示核心材料供应商，计划在当地布局多条全自动化生产线，目标是“打造辐射珠三角与长三角的重要高端显示基地”。

当地干部介绍，为引进这家企业，地方政府“多点发力”，撬动市级产业基金、股权基金等金融工具，多渠道为企业融资。据了解，该项目公司注册资本9亿元，近一半的出资来自县里的国资公司。然而，由于企业财务造假等原因，该项目仅投产两年便难以为继。半月谈记者采访厂区门卫和附近多位村民了解到，2025年下半年该企业就已停产。一些网民在线上反映企业欠薪，当地人社部门回应称已先后两次下达执法文书，责令企业限期支付欠薪。

——盲目收购凑指标，巨额国资“打水漂”。中部一地市为完成上级下达的企业上市“倍增计划”，未经深入调查核实和充分论证评估，通过国企出资收购省外一家上市公司并成为其控股股东，仅用3个多月时间就完成收购，之后将该企业由外地迁至当地。

当地完成签约后才发现，这家上市公司涉嫌严重财务造假问题。最终，该公司“爆雷”退市。虽经全力催收挽损，当地仍遭受重大损失。当地一位干部说：“本想抱个‘金娃娃’，没想到掉坑里了。”更令人惊讶的是，监管部门调查发现，该上市公司财务造假材料有20多箱、假公章数千枚，连银行流水都是假的。

——规划投资动辄上百亿元，“双向奔赴”变成“资金追讨”。2025年12月，华东某县经开区管委会向一家上市企业发出听证通知，引发社会关注。当地拟解除投资协议，追讨共计1.4亿元的代建费用、租金及资金占用成本，并追究违约责任。

2022年9月，当地与该企业计划共同投资超百亿元，分三期建设光伏项目。一期项目2023年7月开始投产，但到2024年10月便停产，第二、三期项目始终未能启动。签约时双方约定，项目公司注册资本为15亿元，最终实缴资本仅3亿元。

“招商”为何成“招伤”？

基层出现招商引资乱象，表面看是企业经营不善，项目亏损烂尾，实则暴露出多重深层“病灶”。

一是政绩冲动：习惯“抄近道”“吃快餐”。地方引进重大项目是为赋能地方发展、壮大地方产业，初衷本没有错，但多未尊重规律、因地制宜。有的干部急于在任上出政绩，片面追求投资规模大、概念新的项目。也有部分上市公司长期财务造假，虚构经营业绩，粉饰财务数据，给地方“画大饼”，借机套取政策支持和资金扶持，将企业风险转嫁给地方。

半月谈记者整理发现，近年来地方盲目收购上市公司带来风险隐患的案例时有发生。华东某市一经开区落马干部，在任时拍板斥资数亿元收购上市公司，事发后发现该企业存在巨额潜亏。为了掩盖失误，该干部不仅瞒报实情，还阻止他人向上级反映，从而造成更大损失。一位受访县委书记认为，招商引资要“门当户对”，看清自己的定位，契合当地产业，不能冲动瞎折腾。

二是政策内卷：“血拼”抢项目，洼地变雷区。一些企业向半月谈记者反映，时下仍有个别地方出台的政策违背全国统一大市场建设要求，代建厂房、补贴设备，人为打造“成本洼地”，不仅破坏公平竞争的市场秩序，还容易在政策内卷中“踩雷”。

某县一位干部对半月谈记者说，为了招引一家企业投资落户，时任县委书记要求“大干快上、快速崛起”，当地干部先后登门拜访30余次，还成立专班，围绕企业开办、涉企项目建设等事项，全程免费为企业“帮办代办”。然而，这家企业事后被监管部门查出多年来收入和利润均为虚报虚增。

三是权钱交易：领导一落马，企业就关停。基层有时会出现这样吊诡的一幕：个别市县主要领导落马之际，也是少数“明星企业”关停之时。这背后往往存在少数干部以招引重大项目之名，行腐败之实。中部地区某开发区的一名落马干部在任时对当地一家知名企业的违法违规行为不仅视而不见，甚至为其提供厂房建设、用电等方面便利，事后有关部门查出他收受该企业数百万元贿赂。

让招商引资回归产业逻辑

招商引资的最终目的，是推动高质量发展，贵在实事求是、因地制宜，不能头脑发热、盲目拍板。对重大招商项目要进一步完善尽职调查和刚性约束机制，对因政绩冲动、盲目决策造成重大损失的干部，必须严肃追责问责。

近年来，一些重大招商引资失败案例多发生在新兴产业、股权收购领域，暴露出部分干部对新兴产业和资本市场的认知不足。受访干部建议，进一步加强对各级领导干部尤其是“一把手”的科学决策素养培训，提升其把握和运用现代市场经济规律的能力。

对已经烂尾的重大项目、“半拉子”工程，也不能一弃了之。要坚持分类施策、精准处置，通过资产重组、引入合格运营主体、嫁接适配产业等方式盘活资产、纾困赋能，确无存续可能的依法依规清算止损，最大限度减少公共财产损失，避免遗留问题久拖不决。

半月谈记者 冯俊扬 李兴文 余贤红
（参与记者 黄浩然）

最近的水果市场，一批网红新品闪亮登场：蓝莓葡萄、芒果凤梨、蜜桃百香果……自带“跨界混血”感的名字，仿佛一口能尝到两种水果的风味，让消费者对水果的口感和味道充满想象。

一位网友在网上发布自己的经历：因为想吃芒果，就在线上超市买了商品名为“芒果凤梨”的果切，本以为是两种水果的双拼，可以两种美味同享，然而收到的只是一盒凤梨——原来，他买到的只是名字叫“芒果凤梨”的凤梨。

这些“用水果命名的水果”，到底是跨物种杂交品种，还是商家打造的营销噱头？农产品的命名有哪些规定？

“芒果凤梨”是芒果和凤梨“生”的吗？

虚构“杂交”“新品种”，实为商家营销噱头

“芒果凤梨”实为营销噱头

“这个芒果凤梨你知道吗？居然真的是带芒果口感的凤梨，它是今年海南杂交出来的新品种，每吃一口都是凤梨的口感、芒果的香味。”

在网购平台以及短视频平台，不少带货博主和直播间都在售卖“以水果命名的水果”，例如“草莓芭乐”“草莓番茄”“芒果凤梨”等。商家称，这些水果是杂交新品种。

记者搜索黑猫投诉平台，不少消费者直呼上当，消费者齐先生（化名）在外卖平台购买了“蓝莓葡萄”，到手却发现只是普通的葡萄，和蓝莓毫无关系。“跟商品图片名称存在严重差异，说是长得像蓝莓。投诉之后，商家就把这个蓝莓葡萄下架了，但拒绝退货退款。”

打开相应直播间的商品链接，大多数商品详情页只标注了芒果凤梨、黄金芒果桃等名称，并没有标注该品种的其他名称。只有个别商家同时注明了品种正式名称，如“台农23号”“夏黑葡萄”。在外卖平台上同样可以搜到这些“以水果命名的水果”，商品页大多没有标注所售水果的正式名或别名。

所谓的“芒果凤梨”，到底是不是芒果和凤梨杂交的？记者走访了线下门店，找到了线上同款的“芒果凤梨”，宣传展板和标签仅标注了“芒果凤梨”，售价19.9元一斤，是店内销售的金钻凤梨的1倍多。店员介绍，该品种吃起来有芒果口味。记者查询发现，所谓的“芒果凤梨”正式名称为“台农23号”，是黄金凤梨与蜜宝凤梨杂交培育的品种。

农业植物品种命名不得误导公众

芒果凤梨里没芒果，草莓芭乐里没草莓，蜜桃百香果里也没有桃……商家在宣传和销售时只提及“芒果凤梨”这样的商品名称是否合规？专家表示，预包装鲜水果产品的名称应遵循《新鲜水果包装标识通则》，同时标注产品和品种名称，不得隐瞒。

例如红富士苹果，“苹果”为产品名称，“红富士”为品种名称。

那么，上述水果的品种能否直接命名为“芒果凤梨”？

根据原农业部2012年发布、农业农村部2022年修订的《农业植物品种命名规定》——品种名称不得存在易使公众误认为该品种具有某种特性或特征，但该品种不具备该特性或特征；或易使公众误认为该品种来源于另一品种或者与另一品种有关，实际并不具有联系的命名。

也就是说，一般情况下，不允许采取以一种水果命名另一种水果品种的命名方式，否则容易对公众产生误导。2025年3月发布的《食品标识监督管理办法》将从2027年3月16日起施行，其中也对包括水果在内的食品标识作出了进一步的规范。

“芒果凤梨”这类靠虚构“杂交”“新品种”误导消费者的行为，不仅违背了诚信原则，也损害了消费者的合法权益。另一方面，对于打造差异化品牌与真实标注之间该如何平衡的问题，专家表示，首先要做到如实标注，如果想突出产品的差异化优势，可以在标签里详细注明，或在宣传过程中着重介绍商品的优点和特性。

网购平台售卖的芒果凤梨。

文图均据央视新闻微信公众号