

人民币汇率完全能够在合理均衡水平上保持基本稳定——中国人民银行有关负责人就人民币汇率问题答记者问

■ 新华社记者 李延霞

8月5日,中国人民银行有关负责人就人民币汇率相关问题回答了记者提问。

记者:人民币汇率为何“破7”?

答:受单边主义和贸易保护主义措施及对中国加征关税预期等影响,5日人民币对美元汇率有所贬值,突破了7元,但人民币对一篮子货币继续保持稳定和强势,这是市场供求和国际汇市波动的反映。

中国实施的是以市场供求为基础、参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度。市场供求在汇率形成中发挥决定性作用,人民币汇率的波动是由这一机制决定的,这是浮动汇率制度的应有之义。从全球市场角度观察,作为货币之间的比价,汇率波动也是常态,有了波动,价格机制才能发挥资源配置和自动调节的作用。如果回顾过去20年人民币汇率的变化,会发现人民币对美元既有过8块多的时候,也有过7块多和6块多的时候,现在人民币汇率又回到7块钱以上。需要说明的是,人民币汇率“破7”,这个“7”不是年龄,过去就回不来了,也不是堤坝,一旦被冲破大水就会一泻千里;“7”更像水库的水位,丰水期的时候高一些,到了枯水期的时候又会降下来,有涨有落,都是正常的。

尽管近期人民币对美元有所贬值,但从历史上看,人民币总体是升值的。过去20年国际清算银行计算的人民币名义有效汇率和实际有效汇率都升值了30%左右,人民币对美元汇率升值了20%,是国际主要货币中最强势的货币。今年以来,人民币在国际货币体



系中仍保持着稳定地位,人民币对一篮子货币是走强的,CFETS人民币汇率指数升值了0.3%。2019年初至8月2日人民币对美元汇率中间价贬值0.53%,小于同期韩元、阿根廷比索、土耳其里拉等新兴市场货币对美元汇率的跌幅,是新兴市场货币中较为稳定的货币,而且强于欧元、英镑等储备货币。

记者:人民币汇率“破7”后走势会如何?

答:人民币汇率走势,长期取决于基本面,短期内市场供求和美元走势也会产生较大影响。市场化的汇率形成机制有利于发挥价格杠杆调节供求平衡的作用,在宏观上起到调节经济和国际收支“自动稳定器”的功能。中国作为一个大国,制造业门类齐全,产业体系较为完

善,出口部门竞争力强,进口依存度适中,人民币汇率波动对中国国际收支有很强的调节作用,外汇市场自身会找到均衡。

从宏观层面看,当前中国经济基本面良好,经济结构调整取得积极成效,增长韧性较强,宏观杠杆率保持基本稳定,财政状况稳健,金融风险总体可控,国际收支稳定,跨境资本流动大体平衡,外汇储备充足,这些都为人民币汇率提供了根本支撑。特别是在目前美欧等发达经济体货币政策转向宽松的背景下,中国是主要经济体中唯一的货币政策保持常态的国家,人民币资产的估值仍然偏低,稳定性相应更强,中国有望成为全球资金的“洼地”。

近年来在应对汇率波动过程中,人民银行积累了丰富的经验和政策工具,并将继续创新和丰富调控工具箱,针对外汇市场可能出现的正反馈行为,要采取必要的、有针对性的措施,坚决打击短期投机炒作,维护外汇市场平稳运行,稳定市场预期。人民银行有经验、有信心、有能力保持人民币汇率在合理均衡水平上基本稳定。

记者:人民币汇率“破7”对企业和居民有何影响?

答:改革开放是中国的基本国策,外汇管理要坚持改革开放,进一步提升跨境贸易和投资便利化,更好地服务实体经济,“破7”后这一政策取向不会变。

对普通老百姓而言,过去20多年,人民币对美元和一篮子货币升的时候多、贬的时候少,中国的老百姓主要金融资产在人民币上,受到最好的保护,其对外的购买力稳步攀升,这些均能从老百姓出国旅游、境外购物、子女海外上学中反映出来。

企业也是如此。我们不希望企业过多暴露汇率风险中,支持企业购买汇率避险产品规避汇率风险。同时也要看到,目前人民币汇率既可贬值,也可能升值,双向浮动是常态,不仅是企业,即便更为专业的金融机构也难以预测汇率的走势。

因此我们建议,要专注于实体业务,不要将精力过多用在判断或投机汇率趋势上,要树立“风险中性”的财务理念,叙做外汇衍生品应以锁定外汇成本、降低生产经营的不确定性、实现主营业务盈利为目的,而不应以外汇衍生品交易本身盈利为目的。

重温新中国70年光辉岁月,时光伙伴“红岩时光号”北京首发车

“一盏黄鹂旧日的灯,时间在旁闷不吭声……想回到过去,试着让故事继续……”轻快悠扬的旋律,独树一帜的嗓音,描绘着那些悄然流逝的旧时光和旧时光里刻骨铭心的记忆。

消失的时光,难道真回不去了吗?

8月1日,由人民日报社新媒体中心主办的2019年“时光博物馆”活动第一站——北京站如约开启。活动现场,两辆红色的上汽红岩时光大篷车,承载“时光博物馆”,驶进北京 SOLANA 蓝色港湾,凝聚时光记忆,为全国人民开启一场穿越70年的“时光之旅”。

开馆首日,两辆由上汽红岩牵引车改装而成的“红岩时光号”,便被众多慕名而来的游客团团围住。游客中既有青春靓丽的少男少女,也不乏满头银发的老人和稚气未脱的孩童。

“时光博物馆”由精心设置的六大主题体验区构成。一路走来,“时光走廊”跃然眼前,记录了新中国70年来重大事件,也见证了新中国从羸弱到强大的步步蜕变,而“岁月交通局”则还原了70年间,交通方式从“二八大杠”到高铁、飞机的沧海桑田的变化;“记忆供销社”将习惯了超市、大卖场的游客们,再次拉回到了60-70年代,那个堆满货物和各种语录的场景;“年代照相馆”中的相片虽然已经泛黄,却也记录了过去没有P图的纯真时代,摆放着木制黑板和双人课桌的“光阴教室”里,昔日朗朗的读书声仿佛犹在耳畔。

如果说内场展馆是“光”与“影”的交织,那么外场区域,则是“声”与“乐”的盛宴。在外场区域,“时光博物馆”主办方策划了“年代音乐秀”与“时光放映厅”两大特别演出,带领游客感受70年来最受民众欢迎的歌曲表演和露天电影的儿时记忆。

对个人而言,时光赋予了他成熟的气质和处变不惊的心态;对于上汽红岩而言,时光不仅记录上汽红岩砥砺前行脚步,也赋予了上汽红岩面对逆境时,迎难而上的底气和自信。

经历了半个多世纪发展历程,上汽红岩经历了艰苦创业、军民并重,跨越发展、合资壮大的发展之路。曾红极一时,战场上流传着“红岩神炮”的赫赫威名,“死亡之海”中烙印着红岩重卡穿越而过的车辙;也曾历经市场低谷时期。

为了寻求更好的发展道路,2016年,上汽红岩进行了股权重组,“上汽红岩”这艘巨轮正式扬帆起航,以血性、永不服输的姿态,征战商用车市场,并取得了连续数十个月累计增幅第一的傲人战绩,“红岩速度”令行业侧目。

2018年,上汽红岩销售重卡58017辆,同比增长45%,其中,自卸车超额完成年度预定目标,跃升国内自卸车行业第一名。今年1-6月,上汽红岩累计销售重型卡31337辆,其中工程自卸车占据行业20%左右的份额,位居行业第一,不负“工程之王”的美誉。

是永不后退的勇气,是积极解决困境的乐观心态,是奋斗不止的红岩精神引领上汽红岩逆天改命,完成了这场华丽蜕变,以“黑马”之姿成为商用车领域的“一枝独秀”。

如今,作为“时光伙伴”,上汽红岩为“时光博物馆”品质护航,穿越人海,跨过山河而来,承载新中国70年时光,为“新中国成立70周年”献礼。

(杨建)

三代核电关键设备来自上海设计:国产化率已超85%

国和一号总设计师、上海核工院院长郑明光说,我国三代核电核能产业链已基本完成,关键设备材料基本实现自主化设计和国产化制造。

12台展示设计分析器功能的屏幕排成两行,实时反映核电厂的运行状态、设备参数。这是记者在国家电投上海核工程研究院设计(下称上海核工院)“核电人因工程实验室”中看到的情景。

而这仅仅是核电领域数字化设计的一部分。

“数字化改进使秦山核电站的技术水平提升不少,也为其延长20年使用寿命提供了科学依据。”上海核工院人因工程带头人宋霏说。

自1991年12月底秦山一期核电站并网发电至今已经28年。其间,“创新”成为三代核电建设关键词,一批重大自主研发、带动加工制造的精密设计不断涌现,装备制造能力跨越式提升。

根据《中国核能发展报告2019》,核电在中国发电量中的占比将从2018年的4.22%上升到2035年的10%左右;由于具有稳定且不受波动的重要优势,核能发电仍将在未来30年间弥补能源市场空缺。高质量下的核电事业才刚刚起步。

此前,我国核电产业一直受制于人,设计自主化、材料国产化,以及关键设备配套方面都是核电产业的薄弱环节。2008年,“大型先



进压水堆核电站”启动,推动我国核电产业链从二代跨越到三代。

一批批工程技术人员、科研人员通过引进消化吸收先进技术,通过大量试验、多轮验证,逐步建立先进核电自主研发设计体系、试验验证体系、标准体系以及装备供应链体系,690U型管、主泵、爆破阀这些以往受制于人的材料和设备都突破了国外垄断与技术壁垒。

“我国三代核电核能产业链基本完成。”国和一号总设计师、上海核工院院长郑明光表示,“其中关键设备材料基本实现了自主化的设计和国产化制造,设备国产化率已超过85%,每个主设备都对应了2-5家具备能力的制造商。”

核能核电建设极为复杂。作为前端,国家电投旗下的上海核工院不仅要负责各类类型的研发、设计与验证工作,还要为制造、建造

环节提供技术支撑。这其中,反应堆的安全性、经济性和环境相容性是衡量核电水平的关键。

以国家科技重大专项国和一号(CAP1400)为例,该核电机组是在引进、消化、吸收 AP1000 世界先进三代核电技术基础上,结合日本福岛事故经验反馈,再创新形成的具有完全自主知识产权的核电技术,“CAP1400的安全性、经济性和环境相容性达到了世界领先水平。”郑明光说。

首先是安全性。上海核工院总体技术部主任助理程书剑告诉记者,堆芯损伤、大规模释放是核反应堆机组两项重要安全问题。一方面,上海核工院将国和一号钢制安全壳厚度进一步加厚、直径从原来的39.6米扩大到43米;另一方面,具有独创性的COSINE核电安全设计软件系统,先进的基于FPGA技术的NUPAC和NUCON数字化保护及控制系统平台也是有力基础。

一系列从内至外的创新设计下,核电机组的抗震、防飞机撞击能力大幅提升,事故发生率也降低在10的负6次幂以内。

其次是经济性。郑明光说,除了该机组下的非能动技术可减少占用一定物理空间之外,其高度自动化的设计理念还能降低一定的人力成本。

同时,国和一号(CAP1400)通过将反应堆低压损设计,使流量增加21%,效率提升至1500MW左右。

《哪吒》大火 国产动画电影制作离工业化还有多远?

8月2日,刚刚上映8日的电影《哪吒之魔童降世》票房已达15.28亿,超越《疯狂动物城》,问鼎中国电影市场动画电影票房榜首。

在今年上半年国内电影市场整体表现乏力的背景下,《哪吒》横空出世,占尽天时地利人和,小范围点映后口碑爆棚,正式上映票房一飞冲天,横扫动画电影内地首日、单日、首周、单周票房及国产动画电影总票房、动画电影内地总票房记录,创造了中国电影市场动画电影票房记录“大满贯”。

《哪吒》让国人大呼“国漫崛起”,影片末尾的彩蛋更是让众多网友们纷纷期盼开启“封神宇宙”,感慨“孙悟空、二郎神、姜子牙值得大拍特拍,如果能开启封神宇宙,谁看漫威。”

然而,一部《哪吒》大火,就能代表国漫崛起吗?一部《哪吒》的热度,又能让国产动漫高潮多久?

2015年,《西游记之大圣归来》力压《哆啦A梦:伴我同行》成为当年中国电影市场动画电影票房冠军,这是国产动画电影沉寂多年后的惊艳回归,让看多了迪士尼、日漫的中国观众燃起“国漫崛起”的期望。但随后,2016年国产动画仅有《大鱼海棠》在一众外国动画电影中实现突围,此后两年国漫都没能掀起太大水花。相比之下,2019年年初的《白蛇:缘起》拿到4.5亿票房已属不易。

从《大圣归来》《大鱼海棠》到《白蛇》,每一次国漫的“高光”时刻,国人都激动地喊出“国漫崛起”,然而每次振臂一呼之后,又不知道什么时候才能出现下一部家喻户晓的作品。所以有人形容国漫是“间歇性爆发,超长空窗期”,而这样“青黄不接”的状态,怎么能称作崛起

呢。

动画电影产业真正的崛起,必定是资本的充分注入,电影制作流程工业化、优质作品可持续产出,观众已养成去影院观看动画电影的习惯。那么,从产业的维度考量,如今国产动画电影发展得怎么样呢?

“彩条屋”们的动画梦

“安得广厦千万间,大庇天下寒士俱欢颜。”生活在唐王朝由繁盛走向衰落的下坡路上,杜甫发出了这样的慨叹。纵观国产动画电影的发展史,也经历了这样从享誉世界到跌落神坛的灰暗时期。

20世纪进入下半叶,国产动画电影《小蝌蚪找妈妈》《大闹天宫》《九色鹿》《天书奇谭》《渔童》《宝莲灯》等经典作品家喻户晓,陪伴了几代国人的童年。巅峰时期,国产动画蜚声海内外,获得过包括丹麦欧登塞童话电影节“金质奖”、柏林国际电影节“银熊奖”、中宣部“五个一工程奖”等在内的200多个奖项。

改革开放以来,国产动画电影渐渐走向商业化,21世纪后,又一度跑偏,由于低幼化而遭到诟病。加上外部老牌动画公司迪士尼、异军突起的日本动漫等的冲击,国产动画电影市场上除《熊出没》《喜羊羊与灰太狼》一类的儿童片票房尚可外,几乎全军覆没。

尽管如此,国内电影市场发展却整体向好,又趁着国产漫画的电视、网络动画改编风潮兴起,部分上市公司开始把目光转向动画电影产业。《哪吒》的投资方光线传媒就是早期布局动画电影产业的公司之一,也成为了目前国

内动画产业的佼佼者。

2015年,光线传媒注册了以奇幻元素、动画、漫画为核心的“彩条屋影业有限公司”。在前期筹备的两年中,光线已投资了13家动漫公司,在彩条屋影业成立的发布会上,一次性公开了未来将出品的22部动画长片名单,显示出以高品质电影为核心的动漫集团的野心。

光线传媒总裁王长田说过,光线最出名的标志就是彩条,公司全以彩条装饰,光线就是彩条屋。他希望彩条屋“这幅屋子能为中国动画人遮风挡雨,成为中国动画的大本营。”

国产动画电影制作离工业化还有多远

无论电影完成度还是票房表现,《哪吒》都已超越《大圣归来》,成为目前国产动画电影的新标杆。

但即使是这部撑高了国产动画电影天花板的作品,其制作过程都历尽艰辛。

彩条屋影业总裁、《哪吒》监制易巧,在接受AI财经社采访时表示,《哪吒》是彩条屋第一部采用标准化流程,从剧本创作、分镜、设计草稿、后期制作等流程化操作下来的。

根据片方对外披露的数据,《哪吒》从筹备到制作用了将近5年。其中,前期和剧本将近2年,改了66版,中期制作将近3年。整个项目动用了60多家“外包”制作团队,最终制作人数超过1600人;全片约80%的镜头近1400多个是特效镜头,这些特效的最终完成除主创团队外,还不得不“外包”给了全国20多个特



效团队。

《哪吒》导演饺子对媒体介绍,“那些顶级的团队不愿意接,特效制作的复杂程度已经堪比真人电影”,后来干脆把订单分散的外包给许多小团队,不同团队接下所擅长的元素,“你擅长火就着火,擅长雾就做雾”。

饺子感慨说,《哪吒》的制作,算是“集国内全行业力量”而成了的。

国内动画电影行业当中,与光线影业同属行业领先梯队的是奥飞娱乐电影。

在动画电影工业化发展的问题上,奥飞娱乐电影业务负责人在接受记者采访时表示,国内动画制作起步较晚,经过十余年的快速发展,国内三维动画技术逐渐成熟,少量头部一线制作公司制作能力可以媲美国际水准,但整体制作水平依然落后于国外企业,缺乏工业化的制作流程以及专业的人才及技术团队。而这恰恰是动画电影产业所高度依赖的。

“来影院看动画”的观影习惯仍需培养

近年来,我国电影市场高速发展。2016年我国已成为世界上银幕数量最多的国家;2018年,我国在电影制作数量稳居全球第三位;

2018年,国产片票房占中国电影市场总票房的62.15%。

相比于国内影院规模的扩张,国产电影发展势头良好的情况,动画类型电影在我国的票房成绩始终停滞不前。自2011年至2018年长达8年时间中,每一年我国电影市场票房榜单TOP20中,动画电影的数量均在0至2部。

反观相对成熟的北美、日本电影市场,2018年,日本TOP20电影中动画片占六席;美国TOP20电影中动画电影占五席。这反映出动画类型电影在我国观众中的接受程度仍有很大的提升空间。

可喜的是,2019年截止到7月末,我国电影票房榜单TOP20中,动画电影已有《哪吒之魔童降世》《狮子王》《熊出没:原始时代》《千与千寻》四部,国人进影院看动画电影的习惯正在养成。

从2015年《大圣归来》开始,国产动画电影平均一年出现一部爆款,不得不说是巨大的进步。但一部《哪吒》的火爆,做不到让行业持续高潮,昙花一现式的爆款不代表产业的成熟,只有资本源源不断注入,电影制作实现流程工业化,优质动画电影批量生产,发行起来“叫好又叫座”,那时,才是真正的国漫崛起。

(来源:财视传媒)