河南能源集团化工销售公司出口创江首超1亿美元 实现历史性突破

■ 本报记者 李代广

近日,记者从河南能源集团了解到,其旗下的化工销售公司2022年度出口创汇达到1.05亿美元,正式跨入河南省超亿美元出口强企行列,实现了历史性突破。

2022年,全球化工市场波动频繁,国际贸易面临诸多挑战。化工销售公司顶压奋进、逆势而上,持续加大“海上丝绸之路”及沿线国家市场开发力度,重点加强与美国托克、德国巴斯夫、马来西亚国家石油公司、韩国乐天等世界500强企业的深入合作,产品出口至韩国、越南、泰国和印度等近海国家及德国、土耳其、波兰和摩洛哥等远洋国家,累计出口产品15万吨,实现了国际贸易的跨越式发展。

合成氨产品是化工销售公司开展国际贸易的重点。该公司依托湛江港,持续开发江苏大丰港和福建可门港,针对不同客户对不同船型和数量的需求,逐步实现2万吨、1万吨和4000吨大、中、小三种船型全覆盖。自2022年4月份1.5万吨合成氨首船出口印度以来,仅8个月就实现了国内“多港联动”装船发运,2022年初制定的打造“合成氨出口量全国第一”目标圆满完成。

2023年,化工销售公司将继续坚持高质量发展理念,积极融入国家“双循环”战略,进一步做大做强国际贸易,为提升集团公司国际影响力作出更大贡献。

金星集团郏县雪花红牛肉食品生产加工项目正式开工

■ 本报记者 李代广

1月28日,金星集团郏县雪花红牛肉食品生产加工项目开工仪式在平顶山郏县隆重举行。平顶山市委常委、组织部长岳杰勇,市人大常委会副主任李玉洁,市政协副主席马丽,郏县县委书记王景育,金星集团董事长张铁山等领导出席仪式并为项目开工奠基培土,一起见证金星集团发展史上的这一重要时刻。

王景育指出,这个项目的正式开工,必将为郏县红牛产业“延伸链条、发展壮大、打造品牌”提供坚实有力的支撑,为县域高质量发展跨越增添新的动能。全县上下以此次项目集中开工为契机,持续加大招商引资和项目建设力度,强势蓄能开局、加快跨越起超。

张铁山在致辞中表示,希望各位领导在工程施工和公司今后的生产经营中给予关心和支持,促进项目早竣工、早投产。

据了解,金星集团郏县雪花红牛肉食品生产加工项目(河南贝吉尔肉食品有限责任公司),占地面积约90亩,项目总投资约10亿元,建成后,将实现年屠宰肉牛5万头,加工各种熟牛肉、休闲食品等约2万吨的生产能力,产值达到10亿元,税收1800万元,提供就业岗位180余人。

▶▶▶[上接P1]

从“巨轮出海”看我国造船业提质升级“新航迹”

中国船舶集团旗下上海船舶研究设计院瞄准国际行业新能源动力研究前沿,设计的大型汽车运输船不仅运量大,节能减排特性更是十分突出,其配备中压岸电系统可在码头装卸货期间实现“零碳排放”,后续还可通过改装直接使用氨燃料。

2022年,我国船企围绕智能、绿色持续加大研发力度,取得一系列突破,为国际航运市场提供“中国方案”。

南通中远海运川崎的船坞内,全球箱量最大的2.4万标箱超大型集装箱船“NE336”正在紧张建造。这是由南通中远海运川崎自主研发设计建造的2.4万标箱超大型集装箱船,目前在手订单近10艘。在此基础上,其成功开发的“碳中和”绿色新能源船型——甲醇双燃料动力集装箱船一经推出,备受市场关注,有力提升了中国造船工业在中高端船型方面市场竞争力。

在建造管理环节,快速提高船舶建造工艺水平和管理能力,信息化、智能化手段必不可少。比如,外高桥造船打造薄板生产智能车间,以MES系统为核心,搭配工业互联网技术,实现产线智能化管控,提升分段建造效率和精度管理水平,有力保证了船体建造的精准高效。

除加大绿色智能船品研究外,中国造船业正在大力推进船舶建造的整体数字化转型,以骨干企业建设和技术改造为依托,结合重点产品研制需求,加快研制面向船舶工业的智能制造技术装备,推动数字化、网络化、智能化升级,支撑产品建造质量和生产效率提高。 (据新华社)

从破万亿到稳万亿 “工业立市”支撑深圳高质量发展“跑起来”

■ 王攀 印朋

在位于深圳市坪山区的比亚迪集团全球总部,总装车间工人依次把发动机、动力电池等重要部件装配上车,每60秒就有一辆新能源汽车下线。去年11月,比亚迪第300万辆新能源汽车下线,与第200万辆新能源汽车下线时间相比,仅过去了半年。

“制造业当家”是深圳经济发展最突出的特征——深圳市统计局28日公布的2022年全市经济运行情况显示,2022年,深圳规模以上工业总产值预计突破4.5万亿元、全口径工业增加值超过1.1万亿元。其中,规上工业增加值首次突破1万亿元大关。

工业是深圳经济增长的主引擎,对全市经济增长贡献率接近50%。从2020年的9528亿元,到2021年首次突破1万亿元,再到2022年站稳万亿元规模,3年间,工业增加值的“稳扎稳打”,见证了深圳这座创新之城的工业发展韧劲与光明前景。

盘点“深圳制造”,高技术、新领域是两大关键词——数据显示,2022年深圳主要高技术产品产量持续快速增长,其中,新能源汽车、充电桩、民用无人机、5G智能手机产量分别增长183.4%、113.8%、34.7%、22.3%;从领域看,全市七大战略性新兴产业、20个产业集群增加值超过1.3万亿元,同比增长6.9%,智能网联汽车、新材料、新能源、高端医疗器械等集群增加值继续保持两位数增长。

传统优势产业在迭代升级,新兴产业则为经济稳增长带来新动能。今年春节期间,在深圳市坪山区,新能源轨道交通“云巴”登台亮相。在8.5公里的轨道上,电动车厢在高架轨道上利用胶轮行驶,犹如公路上的电动大巴车,成为市民出行的新选择。

纵观深圳制造业,多个产业链条互相配合、同频共振的特色显著。大企业带头引领、众多企业配套成“串”的工业链条,搭建起深圳制造业发展的骨架。

在荣耀智能制造产业园,新款折叠屏手机在流水线上鱼贯而出。这款手机汇集了比亚迪提供的碳纤维复合材料、京东方提供的折叠屏幕、成都光明光电3D纳米微晶玻璃等一大批新研发零配件产品,多个环节彼此互动紧密,构成了上下游协同攻关的研发路径。

众多链条彼此交织,构建出更具竞争力的产业体系——在29日举行的深圳市高质量发展大会上,深圳明确,稳增长是全年头等重任,抓创新是根本之策,加快建设现代化产业体系是中心任务。

聚焦新能源汽车、数字能源、集成电路等新赛道,规划建设新一代世界一流汽车城,巩固网络与通信、智能终端超高清视频显示等产业集群优势,加快建设电子元器件和集成电路国际交易中心等重大平台……在高质量发展大会上,深圳市工信部厅则出了深圳制造业2023年的建设重点,预计全年推动支持1200家以上工业企业开展技术改造。 (据新华社)

部署开门红,河南仰韶酒业营销军团齐动员

■ 本报记者 李代广

随着春节假期的结束,各行各业已经开始复工复产,为进一步提振发展信心,激发销售一线实干争先活力,更好推进2023新年开局营销战略,1月25日至29日,河南仰韶酒业彩陶坊各大“战区”谋划首季“开门红”,接力发起经理会、主任会、经销商会集结号,以“开局即冲刺”的姿态,掀起免年营销开工总动员。

1月25日,当大家还沉浸在节日的氛围中,仰韶彩陶坊华东、华中市场排兵布阵、积极布局,召开了2023年首场经理会议,拉开了仰韶酒业逐梦新征程的序幕。

仰韶彩陶坊华东地区总经销商代表刘军伟、华中地区总经销商代表韩泽礼及销售中心各分公司经理参加此次会议。会上,刘军伟、韩泽礼为在场各位经理准备了开工红包,鼓励大家在新阶段不忘初心,再接再厉,为推动动销业绩增长做出新的更大贡献。

1月28日,仰韶彩陶坊西北、华北市场经理会议召开,仰韶彩陶坊西北市场经销商代表高红涛、华北市场经销商代表方红军出席会议,各地市负责人参加会议,进一步凝聚力量、统一思想,为奋进首季“开门红”注入动力!

1月29日,仰韶彩陶坊郑州天宝市场、郑州推广市场、郑州人和市场、郑州地利市场几大省会市场开展了经理会、主任会、经销商会等活动,持续巩固市场根据地。

以线上线下相结合的形式,仰韶彩陶坊各大“战区”齐发力,相继完成开工动员工作,着力于把市场“做真做实”。

各分公司负责人纷纷表示,一年之计在于春,相信通过辛勤的付出与努力,自己必能得到最好的结果,仰韶也必定可以在高质量发展的新征程中持续出彩。

稻花香荣获“我喜爱的湖北品牌”电视大赛金奖

1月18日下午,由湖北省知识产权局、湖北广播电视台联合主办的2022年“我喜爱的湖北品牌”电视大赛决赛隆重举行,20个“鄂”字品牌现场进行巅峰对决,“稻花香”在比赛中精彩亮相,全面展示了品牌的实力、活力和魅力,一举夺得决赛金奖。

近年来,湖北深入推进品牌强省建设,大力实施“荆楚品牌培育工程”,不断强化商标品牌培育、运用和保护,为品牌发展注入新动能。本次大赛的举办是贯彻落实中央和省委稳增长促消费决策部署,推进湖北品牌强省建设、服务高质量发展的具体行动,大赛历时近3个月,通过品牌推介、大众投票、媒体展示及电视总决赛的形式,经过现场专家和媒体评委评分,以及场外网络投票,最终角逐出二十强金银奖获奖品牌。

决赛现场,稻花香酒业公司副总经理陈小磊以《稻花飘香 活力向前》为主题,由800多年前南宋爱国词人辛弃疾的著名词句“稻花香里说丰年,听取蛙声一片”“灯火门前笑语,酿成千顷稻花香”开篇,深情讲述了稻花香品牌起源、企业文化、核心产品、市场发展等故事,揭示品牌发展背后的活力基因,展示出自强不息、积极进取的奋斗精神。震撼大气的视频展示、幸福吉祥的氛围营造、活力澎湃的双人伴舞,与现场品牌讲述融为一体,稻花香对活力文化和美好生活的生动诠释引发强烈共鸣,得到现场专家、媒体评审团和场外观众的高度认可与肯定。

这份肯定的背后,是稻花香40年扎根荆楚,为幸福生活酿美酒的初心和使命。稻花香始终坚持以消费者为中心,打造匠心品牌,专注品质提升,全心全意为消费者酿造最优质的美酒,培育了高端旗舰清样、战略核心活力家族、畅销单品珍品系列,以及创新品类矗香原浆、山水风系列产品,为全国300多个城市、60多万家终端客户、上千万个家庭和数以亿计消费者提供服务,让湖北白酒品牌叫响全国。

品牌是经济发展的活力彰显、城市脉动的文化符号、企业发展的核心力量。作为湖北民营经济龙头企业,稻花香将立足新的起点,坚持高质量发展战略,以科技创新推进品质升级,以智慧酿造助力产业升级,以匠心精神锻造民族品牌,构筑可持续发展的品牌生态系统,创造实体经济发展新业绩,增强品牌自信,践行品牌担当,助力品牌强省,共同奏响奋进新时代的活力乐章,为湖北建设全国构建新发展格局先行区贡献品牌力量。

(张丽 王佩佩 袁林)

第四批河南省首席科普专家名单公布 宋河酒业副总工程师李学思上榜

■ 本报记者 李代广

春节前,河南省委人才办、省科协公布了第四批河南省首席科普专家名单。按照《河南省首席科普专家管理办法(试行)》有关规定,经各地各单位推荐、资格审核、专家评审、网上公示等程序,共选聘出100名第四批河南省首席科普专家,聘期5年。

作为白酒领域专家,国家标准化委员会浓香型白酒分会委员、宋河酒业副总工程师、河南牧业经济学院酒业学院副教授李学思荣幽入选,成为本批酒类领域唯一的河南省首席科普专家。

据了解,河南省首席科普专家是全省科普工作领域的最高荣誉性称号,此次选聘的第四批首席科普专家,专业覆盖理、工、农、医、综合交叉学科,气象、消防、卫生健康、乡村振兴、信息安全、大数据等领域。

安徽华英新塘羽绒有限公司上榜2022年度宣城市民营企业综合实力20强

■ 本报记者 李代广

为深入贯彻落实安徽省委“一改两为”要求,不断优化民营经济发展环境,进一步营造全社会尊重企业家、关心支持民营经济发展的浓厚氛围,宣城市委、市政府决定,授予安徽中鼎密封件股份有限公司、安徽华英新塘羽绒有限公司等20户企业“2022年度宣城市民营企业综合实力20强”称号。

同时,授予安徽中鼎密封件股份有限公司等10户企业“2022年度宣城市民营企业税收贡献10强”称号;授予安徽飞翔电器有限公司等10户企业“2022年度宣城市‘专精特新’企业10强”称号;授予宣城立讯精密工业有限公司等10户企业“2022年度宣城市工业互联网标杆企业”称号;授予安徽杰蓝特新材料有限公司等20户企业“2022年度宣城市工业互联网示范企业”称号;授予宣城先进光伏技术研究院院长郭铁等10人“2022年度宣城市民营企业优秀人才十大突出贡献奖”称号。

春节我在岗 服务不打烊

春节期间,为确保矿区职工吃的安心、放心、舒心,中煤新集楚源物业管理公司后勤单位统筹安排,精心部署,推出春节饭菜新品种,严把食品安全关,保障矿区春节期间职工安全就餐。

朱宗楠 摄影报道

在攀西地区建立“大笮学”

■ 李后强

最近,为贯彻落实党的二十大精神和四川省委第十二届二次全会精神,深入摸查“攀枝花高质量发展建设共同富裕试验区”的情况,我们赴攀枝花进行了专题调研。调研期间参观考察了2023年第十四届米易灯展、二滩水电站、盐边红格昔格达社区、傈僳族非物质文化遗产传习中心、中国康养谷、京东(盐边)乡村振兴示范园区等地方,并受邀参加了四川省县域经济学会乡村文化艺术院走进盐边采风活动。

我们认为,世界上只有一个攀枝花,“攀枝花”具有唯一性、独特性,是中国唯一以花名命名的城市,是新中国第一个资源开发的特区,比深圳经济特区年长15岁,享有“花是一座城,城是一朵花”的美誉。为“南方丝绸之路”上重要的交通枢纽和商贸物资集散地,是工业城市、移民城市和山地城市,还是一座美食荟萃的城市。新成昆铁路动车特别是高铁开通后,人流、物流、资金流、技术流、信息流等一定会大量涌进凉山和攀枝花。攀枝花是成渝地区双城经济圈的南弧、出口、门户、协作区、辐射区,处于成都-重庆-攀枝花“南三角”重要位置,与双城经济圈是协同关系,是双城的“副城”和“第三城”(ABC,攀枝花为C城),与成渝地区有很强互补性和共生性。党的二十大作出了乡村振兴和建设“文化强国”“健康中国”的重大部署,四川省委十二届二次全会提出了“四化同步、城乡融合、五区共兴”总抓手,最近四川省委省政府发布了《关于支持攀枝花高质量发展建设共同富裕试验区的意见》,这是攀枝花高质量发展特别是乡村文化振兴和发展阳光康养产业的重大机遇,应该努力建成产业兴、城市美、万家和的幸福美好攀枝花,形成一批可复制可推广的成功经验,为全省实现共同富裕提供样本。

大家知道,攀枝花是“康养”概念“首提地”,是康养“6+1”理论最佳“示范地”,是世界著名“钒钛之城”,干爽“阳光之城”。攀枝花被誉为“富甲天下的聚宝盆”、“中国西部工业明珠”,被称为植物学家的天堂。攀枝花文化多元并存,远古文化、移民文化、民族文化、康养文化、农耕文化、婚礼文化、丧葬文化、搬家文化、美食文化、钒钛文化、苏铁文化、溶洞文化、宗教文化、水电文化、直却砚文化、三线建设文化等,是乡村文化振兴的资源与载体。攀枝花乡村文化具有复合性、古老性、迁移性、融合性、多样性、包容性、生态性、开放性、景观性、创新性,每个村、每个乡都不一样,优势独特,要努力打造“中国乡村文化繁荣高地”“中国康养胜地和四川南向门户”。坚持政府主导、部门负责、社会参与的原则,汇集全民智慧,挖掘全域资源和实施全程推动,让乡村文化像攀枝花一样盛开,村村有花香、有美景,处处有人气、有文气。

我们对盐边县进行了专题研究。发现“钒钛首县、滋味盐边”,名字来自古代“盐铁中心、边塞重镇”,这里矿产、生物资源极为丰富,现在有闻名世界的二滩水电站和中国康养谷,还有学术界著名的“昔格达土”、“红星遗址”和在民间享有盛誉的“盐边菜”。盐边县史称“大笮”,现在面积占攀枝花总面积46%,地处川滇之间,是一个多民族聚居县,生活着彝、苗、傈僳等30多个少数民族,汇集了川滇民族音乐之精华,多数民族舞蹈之集锦。要给盐边发展准确定位,应该提出“新时代的盐边之问”——盐边的文化基因DNA是什么?盐边的独特优势是什么?盐边到底能做什么?我们认为,盐边的DNA是“中和”,就是中庸、和谐、融合;盐边的独特优势是“吸纳”,就是海纳百川、兼容创新;盐边的资源是阳光、矿产、土壤、海拔、空气;盐边未来可以做的是绿色工业、生态农业、文旅产业和大健康产业。盐边菜的特点是以盐提味、原色原味、淡辣鲜味,少油无糖,具有养生效应。钛具有“亲生物”性,在人体内能抵抗分泌物的腐蚀且无毒,被广泛用于制造医疗器械如人造关节、头盖骨等,是最好的健康材料。“昔格达土”是学术名称,民间说是“晴天一把刀、雨天一把糟”,但可以转变成陶器制品、文创产品、康养产品。以“昔格达土”为根基,以“古海温泉”为血液,以“红星遗址”为场景,以美食和阳光为滋养形成的“大笮文化”,源远流长,在盐边大地上得到赓续和发展,在乡村文化振兴中实现了创造性转化,这是一种“盐边行动”。大笮文化就是乡村文化。“笮”就是“竹索”“藤编”,西南夷过河的桥,大笮就是竹桥、藤桥。“笮人”就是善于用竹子或者野藤编制渡河桥的人或者生活在笮桥一带的人群。古代攀枝花-西昌一带,就是现在安宁河、金沙江、雅砻江、三源河流域地区特别是在盐边县,长藤、高竹可能很多,应该在攀西地区建立“大笮学”,专门研究古代以盐边为中心的地域文化与经济社会发展特点与规律,核心是江河文化,载体是竹藤和索桥,基底是昔格达土及矿物,滋养是温泉和阳光,环境是干热气候和适宜海拔,条件是物产丰富和民族交融。

大笮文化具有古老性、民族性、地域性、民俗性、融合性、抗争性、强身性、生态性等特点,上至昌意颛顼,下至改革开放,是盐边的文化根脉和源泉。红格温泉含有偏硅酸、氡、锶、氟、氢、硫等61种元素,井口温度达57摄氏度,是罕见的医疗矿泉,是古海神泉。盐边海拔1250米,符合康养“6+1”度要求。大笮文化就是康养文化,盐边养生文化是大笮文化的继承和发展。盐边是康养文化的源点,光养、泉养、花养、食养、行养等形式多样而丰富,内容古老而常新,这是一种文化现象,也称“盐边表达”或者“盐边做法”。

(作者系中共四川省委四川省人民政府决策咨询委员会副主任、成都市社科联主席、四川省社会科学院教授、博士生导师)

扩大投资 VS 扩大消费,中国如何权衡?

■ 滕秦

春节期间,网络上盛传林毅夫老师的一段视频,林老师说,“说我们投资拉动的经济增长不可持续,要改成消费拉动的经济增长,不是不懂经济,就是故意误导中国”。林老师的论据是,如果没有劳动生产力水平提高带来的家庭收入的增长,消费增长不可持续,而且消费会消耗家庭储蓄,把家庭储蓄变成家庭负债,最终变成家庭破产。林老师还认为,要警惕扩大消费的理论,因为这是在学美国。

考虑到林老师的上述发言在社会上影响巨大,甚至已引发了居民对促消费政策的广泛误解,我们有必要深入讨论下,主张继续扩大投资和扩大消费,哪个是误导中国?

反对扩大消费才是误导中国

林老师说,“如果没有劳动生产力提高带来的家庭收入增长,消费增长可持续吗”,这个问题问得铿锵有力,但这么批评“消费拉动是误导中国”,显然是转移矛盾。这就好比两个人争论马跑得快,还是牛跑得快,一个说“如果马儿不吃草,能跑得快吗”,这个问题虽然没法反驳,但这样就能证明牛比马跑得快吗?马跑要吃草,牛跑不要吃草吗?

无论是看到视频,我简直不能相信这是林老师说的,中国2022年住户储蓄总额120多万亿元,比上一年又多增加了17.8万亿元——怎么会出现林老师说的“很快就花光了”呢?至于后面林老师说的“花光了又变成家庭负债,借债还不上,就变成家庭破产了”,这个就更有悖于现实,纯属吓人了。

难道扩大消费,就是全国人民都不工作了,也不要收入了,更不存钱了,大家坐吃山空?当然不是,如前文所述,扩大消费必须从提高居民可支配收入开始,消费只能是收入的一部分,另一部分用来储蓄。就算通过建立健全养老、医疗、教育等社保制度,让居民生活有更多保障,从而使收入中用于消费的比例(消费倾向)增加了,用于储蓄的比例(储蓄倾向)降低了,考虑到勤俭持家、量入为出是中华民族的传统美德,不管是每年多增抑或少增,中国居民的储蓄肯定还是增加的。

2022年中国的GDP是121万亿元,居民可支配收入只有52万亿元,占比43%,假设中国居民可支配收入占GDP的比例提高到60%的全球平均水平,每年居民可支配收入就增加20万亿元,消费会不会好?储蓄会不会进一步增加?如果再过十年中国GDP达到150万亿元呢?如果居民可支配收入占比提高到70%呢?面对仍然在高速增长的中国居民储蓄总额,无视提高居民可支配收入占比的巨大空间,通过危言耸听导出“扩大消费会造成家庭破产”,实在太不严谨了。

扩大消费才能畅通经济循环

中国一直讲究勤俭节约、不浪费,这无论在几千年的传统社会,还是现代社会都是美德。然而,由于长期受苏联重积累、轻消费的计划经济思想影响,进而衍生出的崇尚多生产、多储蓄、多积累、少消费的经济观念,其对经济发展的作用,就比较复杂了。

首先,重生产、重投资、轻消费的观念在生产力不发达的“短缺经济”背景下,尤其是社会保障不健全时,是有利于家庭安全和社会稳定的。多年来,中国老百姓的住房、养老、医疗、教育等问题,主要就是靠高储蓄来解决的。

其次,在经济起飞阶段,少消费、多储蓄、多积累,也有利于扩大投资,形成良好的基础设施和工业生产能力。过去二三十年,中国的高储蓄都通过银行信贷转化为投资,不仅形成了全球最好的基础设施,而且形成了强大的生产能力,成为全球第一制造业大国,这些都离不开中国居民长期低消费、高储蓄的文化习惯。

在经济起飞阶段的后期阶段,即便长期高储蓄、高投资、低消费让中国出现了产能过剩,因为有庞大的海外市场,也没问题,因为过剩的东西可以出口给国外,对内解决就业问题,对外赚取外汇。

但是,如果由于国际环境发生了重大变化,造成出口难以高增长,叠加国内基本建设和房地产过剩,继续重生产、重投资、轻消费,恐怕经济发展就要停滞了,因为供给过剩产品卖不出去,企业就会衰退、倒闭;企业衰退倒闭,员工收入就会减少,甚至失业,造成进一步的收入下降,需求不足,企业产品更卖不出去,然后形成恶性循环,甚至酿成经济危机。

2023年,中国出口很可能全年负增长;同时进入后基建时代,基本建设和房地产投资长期下滑的趋势不可能根本扭转,如果国内消费需求不能持续繁荣,那么中国经济在疫情放开的短暂复苏后,恐怕会进入前所未有的经济衰退。

这就是中央为什么发布扩大内需战略,且明确消费的“基础作用”和投资的“关键作用”。为什么要把扩大消费摆在优先位置?因为只有扩大消费才能引领畅通经济循环;通过提高居民可支配收入、居民消费需求旺了,企业的产品才能卖出去;企业产品卖出去了,才能增加就业或增加员工工资,然后才有居民收入的进一步增加,消费才更旺盛,经济增长才能从负循环转为正循环。

支持过度投资才是误导中国

林老师说,批评投资拉动过时、主张消费拉动是误导中国,但是却没有论证投资拉动为什么不过时。全世界各国固定资产投资占GDP的比重大部分为20%~25%,连发展阶段比我们晚、基础设施比我们落后的印度也只有27%,中国已经连续二十多年大于40%,去年121万亿元GDP中,固定资产投资57.2万亿元,占比47.2%,这么高的投资率,能持续吗?

如果按照林老师的主张,继续扩大投资,就算以每年5%的速度增长,十年后中国固定资产投资每年要达到80万亿~90万亿元,这可能吗?没有修不完的路,也没有盖不完的房子,我们要去给月亮修长城吗?

除了宏观层面的投资饱和、投资过剩的情况,微观上全国高速公路、高铁每年亏损几千亿元,大部分转色小镇空置无人,很多地方专项债找不到合适的项目……

即使在这种情况下,由于部门层面的职能驱动、地方的政绩观驱动、相关方面的利益驱动,中国仍然有推行巨大规模投资的体制力量,这不是基于中国经济的需要,而是一种过度投资的“体制病”,不仅会造成极大的社会资源浪费,还会造成进一步的投资过剩,为中国经济可持续发展埋下隐患。

后基建时代,中国如何发挥投资的关键作用?每年有个三四十万亿元基建领域投资就够了,如果还主张用老百姓省吃俭用省下的钱去搞那些大部分已过剩的投资,既没有微观效益,也没有宏观需求乘数,还会造成巨大的国家和地方政府债务,给过度投资的“体制病”提供理论背书——这是不是误导中国?

众所周知,很多曾经主张投资驱动的经济学家也开始转而支持扩大消费,这是新时期经济深度转型的必然要求,为此去年我还专门出了一本书叫《深度转型》,从各个角度推动经济观念的转变,避免错误理论误导中国——难道生产的最终目的不是为了消费吗?消费的过程不就是老百姓享受美好生活的过程吗? “满足人民美好生活需要”不仅仅是满足一种“向往”,而是必须通过实实在在的居民消费过程才能实现。

无论我们批评过度投资的体制病,还是呼吁增加居民收入促消费,都是从中国的经济实际问题出发,跟美国有什么关系?至于林老师说的“是哪个地方是早晨提出这个说法的,美国”,暗示消费拉动是学美国,鉴于林老师是我非常尊重的学术前辈,对这句话我就不评论了。还是由衷地希望经济学界、决策部门深入讨论研究这些问题,理性引导社会观念和决策观念的转变,让中国经济发展结构更合理、决策更科学、经济增长可持续。

(来源:第一财经。作者系万博新经济研究院院长,经济学博士,沃顿商学院高级访问学者,复旦大学、中国人民大学、中央财经大学兼职教授,中华全国工商联智库委员,新供给经济学和软价值理论的提出者。)

树立群众意识 做实服务文章

■ 魏忠富

党的二十大是在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次十分重要的大会。党的二十大报告是一个指引全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的政治宣言和行动纲领,令人备受鼓舞,倍感振奋。作为一名基层工会工作者,要以先学先行、坚定笃行、踏实践行的姿态,争做职工信得过、靠得住、离不开的知心人、贴心人、娘家人,积极构建以“1145”为思路的务实、高效、创新工会工作新格局,内强素质、外塑形象,倾力建设让职工群众信赖的“职工之家”,汇聚广大职工奋进新征程、建功新时代的磅礴力量,为推进矿井高质量发展放大新优势,聚集新动能,展现新作为。

在“先学先行”上下功夫。聚焦新思想、贯宣新理念。报告中一个个新的提法,携带着一系列新思想、新目标、新举措,在理论上拓展了新境界,在实践上作出了新部署。这要求我们要做好“宣讲员”,要围绕党的二十大和上级系列会议精神,开展有特色、接地气、入人心的宣讲活动,把职工思想行动、智慧力量凝聚到实现确定的目标任务上来。持续开展“我为群众办实事”实践活动,把上级组织和矿党政的关心关怀送到职工心坎上,团结引领广大职工与党政思想同心、目标同向、行动同步、执行同力,汇聚干事创业强大力量。培养“大党建”思维,以党的二十大精神为根本,宣传贯彻好上级各类会议精神,提升自身素养;要做好新时代党的群众工作“宣讲人”,以学习培训进课堂、宣传宣讲进基层、沟通座谈进班组等一系列载体为抓手,找准切入点和着力点,把学习宣传贯彻二十大精神与做好工会工作结合起来,贯穿于服务大局、服务职工全过程,切实推动二十大精神在基层工会落地生根,团结和引导基层职工群众爱岗敬业、建功立业,推动矿井高质量发展。

在“坚定笃行”上下功夫。作为工会干部,要牢固树立机遇意识、争先意识,始终保持昂扬向上、开拓进取的精神状态。要按照上级部署,深入开展好“思想大解放,作风大改进,能力大提升”教育实践活动。要按照党的二十大精神,认真谋划工会工作,围绕上级工会组织和矿党政工作的中心任务,从加强规范建设、强化思想引领、促进改革发展、落实维权制度、拓展服务载体、开展会员评家等方面发力,创新工会组织体制、运行机制、活动方式、工作方法,扎实履行工会组织“四项职能”,持续提升新时代职工之家建设水平,不断扩大工会组织“朋友圈”,织密精准服务“连心网”,画好共建共享“同心圆”,汇聚干事创业“精气神”,不断筑牢团结奋斗的共同思想基础,为实现广大职工群众对美好生活的向往而加速奔跑。要坚持典型引路,弘扬奋斗精神,以“三八妇女节”、“五一”国际劳动节为契机,举办申报标兵表彰、“劳动创造幸福”主题宣教活动,大力提倡工匠精神,开展先进个人、先进集体选树活动,培育宣传一批弘扬职业道德、践行价值取向、诠释奉献精神的先进典型,营造全矿职工学先进、当先进、赶先进的干事创业浓厚氛围。

在“踏实践行”上下功夫。服务新时代、满足新诉求。报告提到“坚持一切为了人民,一切依靠人民”,回应了人民群众期盼,彰显了深厚的为民情怀,把以人民为中心的发展理念进一步深化。作为工会干部,要树牢“职工至上”的工作理念,立足岗位实际,践行“忠诚党的事业 竭诚服务职工”宗旨,做好“四季服务”“帮扶救助”等工作,促进党群服务中心赋能增效;在职工职业技能和创新能力提升上,更加注重平台搭建,广泛开展劳动和技能竞赛活动;在安全生产和劳动保障上,更加注重路径拓展,不断加大宣教和监督巡查力度;在困难帮扶上,更加注重精准对接,在心系职工抓维权、情暖职工强机制上开拓创新、展现作为;更加注重职工代表行使职权长效机制建设,全面提升广务公开、职工代表巡视、提案落实等项工作监督水平,保障职工合法权益。多措并举,用“民生温度”增加“幸福厚度”,新的一年全力打造围绕服务企业、服务职工,打造职工提技增素的“创新平台”、和谐民生共享的“普惠平台”、反映民情群意的“民声平台”、便捷服务职工的“智慧平台”,实现“互促互联、辐射共享”,推动工会工作高效规范运作,用“服务品牌”擦亮“工字招牌”,切实把党的二十大精神转化为推动工会工作高质量发展的强大动力。

(作者单位:山东能源枣矿集团田陈煤矿)