

发力保暖保供,国资央企在行动



● 这是华能伊敏露天矿纯电动无人矿卡。

(中国华能供图)



●近日,国务院国资委召开中央企业今冬明春保暖保供工作专题会。

(国务院国资委供图)

■ 新华社记者 王希 戴小河

目前,我国北方多数地区已经进入供暖季。记者从国务院国资委了解到,国务院国资委近日召开中央企业今冬明春保暖保供工作专题会,要求各中央企业更好发挥关键时刻“顶梁柱”作用,带头为实现经济社会稳定发展、人民群众温暖过冬作出更大贡献。

在确保安全的前提下抓好煤炭、天然气稳产保供,加快电力、油气和管网项目投资建设进度,推动数字技术和能源技术深度融合,做好极端天气应急预案……按照统一部署,相关

中央企业多措并举全力保障能源安全稳定供应。

晨光初露,机械轰鸣。在位于国能新疆红沙泉能源有限责任公司红沙泉一号露天煤矿的火车智能装车系统作业现场,60余吨煤炭从储煤仓闸口精准落入专列车厢,厢过即满……数十分钟后,一列满载3500吨“乌金”的列车整装待发,即将开启出疆之旅。

保暖保供,煤炭是“压舱石”。记者从国家能源集团了解到,今年以来,这家中央企业紧盯煤炭“保量”“稳价”两个关键,拓展疆煤外运、西煤东运、北煤南运等新通道。截至11月

11日,集团煤炭销售量6.75亿吨、自产煤产量5.37亿吨,分别完成年度计划任务的86.8%和92.5%,均较去年同期实现增长。

煤炭生产紧锣密鼓,各发电企业也加紧推进煤炭储备工作,科学优化配煤方案,为冬季供电供热攒够“口粮”。

以国家电投集团为例,这家企业加强电煤采购,深化电煤供应合作,确保年度“优质+有效”长协兑现占比达95%以上。截至目前,企业保供机组共计231台,电厂存煤1898万吨,同比增长152万吨,平均发电可用天数44天。

供热方面,中央企业同样守土有责。作为

外资机构首席看中国经济:四季度强劲开局

■ 中新社记者 夏宾

自推出一揽子增量政策以来,中国经济积极因素增多,10月份主要经济指标回升明显。近期,外资机构首席经济学家密集发声谈及中国经济表现、金融市场。

在德意志银行中国区首席经济学家熊奕看来,10月份数据说明中国经济第四季度“迎

来强劲开局”。熊奕指出,随着“两新”(大规模设备更新和消费品以旧换新)政策持续发力,消费者市场持续回暖,消费潜力得到进一步释放。其中,家电、家具和汽车销售大幅增长,10月份社会消费品零售总额明显回升,同比增长4.8%,增速较上月加快1.6个百分点;服务业生产指数同比增长6.3%,增速较上月加快1.2个百分点。

此外,10月份中国房价降幅收窄,房地产市场逐步企稳,货币和财政等多项宽松措施

进一步提升资本市场活力。

熊奕说,这些迹象表明,中国正全力激发消费内生动能,同时通过多重发力扩大内需。“如果目前增长势头能持续到年底,预计中国经济增速还有进一步上升空间。”

摩根士丹利中国首席经济学家邢自强认为,9月以来出台的一系列宏观政策对于信心回升起到了重要作用。其中,债务置换不仅能降低地方政府利息支出,还有利于改善当地企业的流动性和资产负债表,恢复企业家信心。

对于股票市场,高盛研究部首席中国股票策略师刘劲津称,高盛继续给予A股市场“高配”的建议,预计受每股收益增长及估值因素驱动,MSCI中国指数和沪深300指数在2025年将分别上涨15%和13%。

刘劲津表示,政策层面的调整已经在2024年减少了中国股市的尾部风险,并使得估值重估。2025年,政策进一步落实或能推动

每股盈利增长和适度的估值上升。

瑞士百达资产管理首席策略师卢伯乐也将中国股票评级“中性”上调至“超配”,理由是经济前景强劲。卢伯乐认为,考虑到A股总市值相对于货币供应量而言处于20年来的低点,其估值仍然具有吸引力。

展望明年中国经济,高盛首席中国经济学家闪辉表示,2025年,中国出口将相对平稳,消费尤其商品消费预计表现较好。随着地方政府化债工作加快推进,缓解地方融资压力并赋能财政扩张,政府的投资和消费可能会加快增长。

闪辉还建议,未来的增量政策应聚焦拉动内需,更多关注进一步持续性地兜底社会保障,如提高农村基础养老金水平、完善失业保险制度、加大多孩家庭补贴标准等。此外,消费品以旧换新补贴政策可考虑进一步扩大补贴种类和规模。

资产规模增至27万亿元 信托业有哪些新变化

中国人民银行发布的最新数据显示,10月末,我国信托贷款余额为4.28万亿元,同比增长11.1%,在当月社会融资规模存量中表现突出。今年以来,我国信托资产规模稳步增长,对实体经济支持力度稳固。

近日,中国信托业协会发布了我国信托业运行相关数据,截至二季度末,我国信托资产规模余额已增至27万亿元,信托业有哪些新变化——

——资金信托投向结构有变化

中国信托业协会的数据显示,截至二季度末,信托业资金信托总规模达19.95万亿元,同比增长27.1%。从资金信托投向结构来看,投向证券市场的规模为8.34万亿元,占比为41.81%,占比持续提升。同样占比提升的,还有投向金融机构的规模为2.96万亿元,占比增至14.83%。

信托业务分类新规落地后,信托业加快

推进转型调整,房地产、基建等传统业务领域规模持续压降。截至6月末,投向基础产业的规模为1.63万亿元,占比降至8.19%;投向房地产的规模在资金信托总规模中占比仅为4.61%。

此外,资金信托投向工商企业的占比虽略有下降,但规模仍保持同比增长态势。截至6月末,资金信托投向工商企业的规模为3.87万亿元,在资金信托总规模中占比19.39%。

——资金运用方式持续调整

今年以来,信托贷款投放持续增长,折射出信托业转型调整的成效。中国人民银行的数据显示,前10个月信托贷款增加3734亿元,同比多增2702亿元,对实体经济支持力度进一步增强。

同时,信托资产的投资功能显著增强。中国信托业协会的数据显示,截至6月末,交易性金融资产投资规模达到12.1万亿元,同比

增长34.68%。

中国信托业协会特约研究员梁光勇介绍,不少信托公司正在积极探索长期股权投资、债权投资、同业存放、买入返售等多样化的金融工具运用。

——积极发挥信托制度的社会功能

根据信托业务分类新规,公益慈善信托与资产服务信托、资产管理信托并称为三大类业务,这为慈善信托发展提供了有力支持。据慈善中国网披露,截至11月20日,已备案登记的慈善信托数量累计2110单,财产总规模超81亿元。

梁光勇认为,无论是资产服务信托、资产管理信托还是公益慈善信托,都为信托公司在家族信托财富管理和公司治理等领域提供了广阔的舞台。未来,随着相关配套制度的逐步完善,信托制度在服务社会方面的功能优势将愈发明显。

(吴雨)

我国新能源电池回收利用产业成熟度不断提升

《中国新能源电池回收利用产业发展报告(2024)》日前在2024新能源电池回收利用大会上发布。报告显示,我国新能源电池回收利用产业逐渐呈现规模化、多元化的发展态势,产业成熟度不断提升。

报告指出,我国动力电池回收利用领域逐渐形成了以汽车生产企业、动力电池生产企业、综合利用企业等为主体的回收模式,回收体系不断完善。与此同时,我国新能源电池回收利用产业也仍存在顶层设计缺乏统筹规划、闭环体系尚未建立完善、国际竞争面临绿色壁垒等问题。

与会专家建议,加快废旧电池绿色设计、残值评估、产品质量等标准研制,鼓励区域协同构建“回收—梯次—再生”闭环回收利用体

要助力。

在位于内蒙古呼伦贝尔华能伊敏露天矿调度中心的屏幕上,不同颜色的线条勾勒出一辆辆无人驾驶电动矿卡的行驶轨迹,系统正实时收集分析电量、载重、时速等各项数据。

“我们定制化研发的纯电动无人矿卡可以适应风沙雨雪等恶劣天气,自主完成采、运、编组等常态化作业,让能源保供更有底气。”华能伊敏煤电有限责任公司伊敏露天矿副矿长赵耀忠告诉记者。

在日前的专题会上,国务院国资委提出,各相关中央企业要加强隐患排查,做好暴雪、冻雨等极端天气应急预案,坚决守住安全生产底线。

在山东寿光,为保障供暖企业冬季用电无忧,当地供电公司提前谋划,为供暖企业制定了详细的用电设备“体检”计划,对存在用电隐患的设备提出整改意见。

“我们为供暖企业开辟了绿色通道,简化业务流程,最大限度满足供暖企业用电需求。”国网山东省电力公司寿光市供电公司有关负责人表示,企业还将不断完善供电保障应急预案,做好应急队伍、物资、车辆准备,牢牢守住民生用电底线。



四川广安:新质生产力助推冲刺全年目标

又到年末,四川省广安华蓥市把新质生产力作为深入推进新型工业化、现代化产业体系建设和“工业突破年”行动的着力点,支持企业智能化、数字化改造,拧紧发条、开足马力,在智能化、加速度和高质量中冲刺全年目标。

图为2024年11月20日,四川省广安华蓥市华蓥山经开区瀚海精密电子厂的的员工,在智能车间转运包装好的产品,加速度冲刺全年目标。

邱海鹰 摄

数字赋能蜀道文化的国际传播机制

■ 何晶晶 徐雅玲 吕辉

蜀道是我国历史上一条重要的交通大动脉,对于沟通历史时期由西南至各地区的交通具有重要意义,也与南北丝绸之路密切相关。2023年,首届蜀道文化与生态学术研讨会在广元举行,围绕蜀道生态多样性、生态保护、遗址修复、文物保护等展开讨论,从多学科入手加大对蜀道沿线遗址遗迹和生态文明的研究。

数字时代的媒体格局和传播方式都发生了深刻变化,数字传播、网络传播和全球传播已成为当前国际传播的主要特征,带给蜀道文化国际传播多样的表现力和更强的传播力。若要在不断深化的全球数字媒体生态中进行有效传播,需要一个比较完备的传播机制,解决“传什么”“用什么传”和“怎样传”的问题。

“机制”一词最早源于希腊文,指机器的构造和工作原理,可定义为系统内各要素相互作用、相互影响形成综合效应,从而更好地发挥该系统作用的具体运行方式。蜀道文化国际传播机制可理解为各方通过传播路径,把蜀道文化的概念内涵、形态特征、价值理念有计划地传递给国内外受众,使其得到共享、理解、认同、合作、发展的过程。

在国际传播机制的建构过程中,善用数字化技术,从传播主体、传播内容、传播受众、传

播媒介以及文化距离要素进行分析,将提升蜀道文化国际传播的效能,实现蜀道关联世界、通达万里的宏观战略与文化价值。

第一,传播主体。蜀道文化“走出去”首先需要多元化的传播主体,推动政府、企业、高校、科研院所、国际组织以及公民的合力参与,加大力度培养数字化国际传播人才。当前蜀道文化传播主要集中在政府、智库专家、大学教授或新闻记者,缺乏高校学生、普通民众以及外籍人士传播队伍的参与。一方面,加强官方主流媒体的传播力量;另一方面,充分发挥“粉丝种草、社交分享”的作用,被更多全球年轻人接受和熟悉。外籍驻华友华传播队伍与媒体人才的加入能够扩大传播能量,提升传播效能。

第二,传播内容。内容是蜀道文化国际传播机制的基础和核心,聚焦历史文化与当代价值两个层面。传播蜀道历史文化需要提高译介能力,打造融通中外的新表述。蜀道文化与古代神话、志怪故事、三国故事相互交织,内容丰富,精彩纷呈。金牛道流传有秦惠王伐蜀时“石牛粪金”“五丁开道”的神话故事。在准确把握蜀道文化内涵价值的基础上,将蜀道故事与世界表达相结合,使国际受众听得懂、传得开。此外,增强数字叙事策略赋能蜀道文化的可述性。数字叙事具备多模态与强互动性的特征,以人们更易理解的状态呈现蜀道的厚重历史

与深刻内涵。蜀道文化涉及民风民俗、山水风光、自然资源、生态资源。传播蜀道当代价值可借助网络热点、网络语言、网络传播规律,将传内容与现代生活相互结合,展示蜀道沿线民众的真实生活,增强传播内容的亲和力、影响力和吸引力。

第三,传播受众。国际传播受众指拥有不同文化背景、经验传统和价值观念的不同文化圈层的受众,一般为多重受众。目标受众的文化理解是蜀道文化国际传播规划中最重要的问题。南非前总统曼德拉曾说:“如果你用一个人听得懂的语言与他交流,他会记在脑子里;如果你用他自己的语言与他交流,他会记在心里。”蜀道文化故事采用目的语讲述,以增进文化理解与认同。跨文化国际传播还需要链接传播受众的跨文化情感,考虑受众的知识结构、价值观念、经验传统。在掌握外语之外,非语言的交流模式也很重要。蜀道文化意象通过数字化视觉呈现,引发受众产生感官刺激,沉浸感受蜀道文化的魅力之中。例如国外社交网站一位博主发布标题为“蜀道难难于上青天”的山水水彩画,激发绘画爱好者的情感共鸣,获得较高点击率与点赞量。

第四,传播媒介。多模态媒介可实现蜀道文化国际传播的移动化、社交化、可视化,让蜀道文化在网络空间活起来。例如建立公众号,

定期推送蜀道文化相关的视频或文字资料;创作推出重大现实题材电视剧、电影及纪录片;通过网络游戏等娱乐产品普及蜀道文化,使玩家从游戏中领悟蜀道历史背景、政治经济,甚至战争等深刻的问题,改变教科书式的说教与灌输;与全球旅游影响者合作,使用流行的社交媒体软件传播蜀道文化,讲述“蜀道难”背后的故事,吸引国内外游客和文化爱好者。在国际上推广蜀道文化,还可使用引人入胜的多媒体,包括动漫、数字交互地图和虚拟旅游。国际展览和友城文化交流活动也有助于提高对蜀道历史文化的认知和欣赏。此外,文创产品把抽象的文化符号转变为旅游实物,使其成为一个省份或国家之间友谊的象征,也是文化交流与传播的重要媒介。数字博物馆使蜀道金石书法、佛道宗教造像等在虚拟空间中永生,通过AR、生成式策展、数字收藏、观览的个性化行程与推送、文化IP的虚实呈现等,带领观众穿梭古蜀道历史、诗篇、文化、生活,引起共情,达到“润物细无声”的文化价值观传播效果。

第五,文化距离。文化距离是界定母国与东道国之间阻碍知识流动的要害,即国家间的文化差异(Hofstede,1976)。而文化差异是跨文化传播的关键因素,不同的国家具有不同类型的文化,对于蜀道文化的接受度会有所不同,

例如内陆文化可能会大于海洋文化,高山文化大于平原文化。在谷歌搜索引擎输入关键词“Shu Road”,检索显示最近一年搜索热度排名前五的区域分别是新加坡、中国香港、新西兰、英国、马来西亚。参考Hofstede官网发布的文化距离数据,通过“文化距离公式(KSI)”,计算得出中国与新加坡和马来西亚的文化距离为0.55和1.35,与新西兰和英国的文化距离分别为4.12和3.22。中国与东南亚地区国家的文化距离普遍较近,因为地缘相近和共同语言等因素,东南亚地区对蜀道的搜索频次更高。随着地理距离的增大,蜀道文化国际传播会受到一定影响。但是地理距离并不是影响文化距离的决定性因素,例如地处南美洲的巴西与中国的地理距离较远,但是文化距离仅为1.91,接近中国与东南亚国家的文化距离。因此,从文化距离的视角研究国际传播机制的建构,借助算法、数据等技术计算文化距离,精准分析蜀道文化传播对象国的文化差异以及受众的行为偏好,能够为提升蜀道文化国际传播效能带来新的思路。

(本文系广元蜀道文化研究中心2023年重点课题“数字时代背景下蜀道文化的国际传播机制研究<GYSD23ZD010>”的研究成果,作者何晶晶、徐雅玲系成都外国语学院副教授,吕辉系成都外国语学院讲师)