

中小企业复元气不可松劲

大力助企,特别是中小企业纾困仍是今年宏观政策的重中之重。要尽早明确各方面政策及实施细则,增强政策时效性和精准性,还要完善政策实施方式,确保各项措施落实落细,通过财政、货币政策协同配合纾困解难。

1月28日召开的国务院常务会议要求,深入实施稳经济一揽子政策和接续措施,落实好原定延续执行的小规模纳税人增值税减免、普惠小微贷款等政策。在广大市场主体特别是中小微企业仍在爬坡过坎的当下,释放出财政金融政策不松劲、持续精准加力扶持的明确信号。

去年以来,通过加大宏观调控力度,我国经济稳定恢复。在一系列宏观政策中,财政、金融政策的助企纾困作用尤为突出。应该说,“真金白银”的留抵退税、减税降费、普惠小微贷款等政策实施,有效帮助市场主体应对超预期挑战。不可回避的是,目前企业生产经营依旧面临现金流不足、市场需求不振、还本付息压力较大等实际困难,特别是抗风险能力较弱的中小微企业渡难关、复元气还颇不容易,“扶上马还需送一程”。新的一年,财政、金融等助企纾困政策能否继续“给力”,成为市场主体关注的焦点。

还要完善政策实施方式,确保各项措施落实落细。一分部署,九分落实。对助企纾困政策来说,更是不能停留在纸面上,而要通过有效地实施,切实解决市场主体面临的问题,发挥出实实在在的红利。近年来,财政资金直达机制促进资金“一竿子插到底”直接惠及企业,普惠小微贷款支持工具则有有力帮助小微企业发展,足见政策实施方式的重要性。下一步,有必要持续完善、创新政策实施方式,确保中小企业各项政策应享尽享。

市场主体是经济的力量载体。通过财政、货币政策协同配合纾困解难,广大市场主体特别是中小微企业将能得到更有效输血,经济恢复发展也将获得更强劲动力。



丁金学

鼓励老字号创造新消费

年 巍

“一块招牌,就是一段传奇。”老字号,有着独特的文化内涵、独有的品牌价值。作为民族自有品牌,老字号的保护、传承、创新历来备受关注。日前,商务部、文化和旅游部、国家文物局联合印发《关于加强老字号与历史文化资源联动促进品牌消费的通知》,提出一系列政策举措和具体任务。

近年来,新消费、新业态层出不穷。在消费升级的大趋势下,“国潮”之风兴起,为根植于传统文化的老字号“复兴”提供了契机。从美食饮品到服装美妆,从电影电视到文创周边,总能发现老字号的新面孔。告别“土味”“过时”的标签,一些老字号打造了形象“IP”,不但“刷”某博,还会“拍”某音,甚至“写”某书,这些新潮玩法也令消费者感到惊喜。

深受不少人喜爱的老字号,不仅有好看的“面子”,还有真正支撑其走远的宝贵“里子”,即优秀传统文化。正因如此,《通知》强调,加强老字号文物保护利用、传承老字号传统工艺、支持建设老字号题材博物馆,以便深入挖掘老字号历史文化资源;开发文化创意产品、联动文化旅游资源、营造体验消费场景,才能更好利用老字号历史文化资源。

这些指向的就是促进品牌消费。

工信部等六部门日前发布的《关于推动能源电子产业发展的指导意见》,指出要在太阳能光伏、新型储能电池、重点终端应用、关键信息技术及产品等关键领域推动全产业链协同和融合发展,促进相关重点技术创新及推广应用。作为电子信息技术和新能源需求融合创新产生并快速发展的新兴产业,能源电子产业既是实施制造强国和网络强国战略的重要内容,也是新能源生产、存储和利用的物质基础,更是实现碳达峰碳中和目标的中坚力量,值得关注。

当前,随着全球积极应对气候变化,“能源消费电力化、电力生产低碳化、生产消费信息化”正加速演进。在新能源大规模应用中,能源电子产业可以为工业、交通、建筑等重点领域节能降碳提供必要的产业支撑和技术保障。在该产业的重点领域提前布局,有利于占据产业链优势地位,打造我国绿色低碳产业核心竞争力。这一产业的发展目标是很清晰的。《意见》提出,到2030年,能源电子产业综合实力持续提升,形成与国内外新能源需求相适应的产业规模。“产业集群和生态体系不断完善,5G/6G、先进计算、人工智能、工业互联网等新一代信息技术在能源领域广泛应用,培育形成若干具有国际领先水平的能源电子企业,健全学科建设和人才培养体系”。实现这些目标,应有针对

随着我国消费市场逐渐进入品质时代,打造一批优秀甚至享誉世界的中国品牌正当其时。本土品牌的优势,在于以更快的速度抓住国内市场不断变化的品味。品牌之间最终竞争的不仅是价格高低、包装美丑、渠道宽窄,还有对一代人生活价值观的理解。历经百年风雨,凝结几代人的智慧和心血,扎根本土的老字号理应抓住机遇,大展宏“兔”。对于老字号来说,真正能让消费者“留下来”,实现复购和口碑传播的基础,还是在于产品本身。老字号品牌之所以成为老字号,是因为它本身的“好”,而不仅是“老”,这个“好”对应的正是人民对美好生活的向往。

老字号只有不断求新求变才不会“老”。无论对消费者还是生产者,消费潮流能否经久不衰,很大程度上还取决于市场能否良性发展。为此,优胜劣汰的市场机制必不可少,行之有效的行业规范也不可或缺。个别老字号如果把金字招牌当成“倚老卖老”的“本钱”,或只想“躺在功劳簿上睡大觉”,也许未来就只能看着别的企业“大口吃肉”而望洋兴叹了。期待越来越多的老字号走出“舒适区”,坚持守正创新,在促进消费持续恢复、弘扬中华优秀传统文化等方面发挥更多积极作用。

(中国经济网供稿)



王 琪作(新华社发)

紧抓能源电子产业发展机遇

一方面,要不断增强科技创新能力。应充分发挥教育、科技、人才的基础性和战略性支撑作用,依托国家重大科技项目,超前布局能源电子领域颠覆性技术研发攻关,抢占全球能源电子技术创新“制高点”。构建产学研融合的重点实验室、技术创新中心、工程研究中心等能源电子创新平台体系,支持企业、高校、科研机构针对“双碳”目标下能源电子产业发展的关键问题、关键技术、关键项目展开联合攻关,推动前沿能源电子技术转移和创新成果转化。鼓励高校培养与储备能源电子领域专业人才,建立健全创新型人才培养模式和课程体系。支持举办创新创业和行业大会,鼓励行业协会、产业联盟、研究机构等加快建设和发展,充分发挥行业组织公共服务和支撑作用。

另一方面,要推动能源电子产业链“补链、强链”,确保产业链供应链安全稳定,全面推动形成区域性能源电子产业链集群。应围绕产业链关键环节,引导地方政府灵活运用财税政策和产业政策支持能源电子企业发展。加大对“专精特新”和科技创新型企业的培育力度,积极建设高效率太阳能电池、可再生能源制氢技术、电化学、压缩空气等新型储能技术创新项目孵化器和协同创新创业平台。丰富5G、人工智能和大数据等数字技术在能源电子领域应用场景,积极探索“新能源+储能”一体化发展新模式。

快递恢复繁忙

国家邮政局监测数据显示,1月21日至27日春节假期期间,全国邮政快递业揽收快递包裹约4.1亿件,与去年春节假期相比增长5.1%,较2019年春节假期增长192.9%;投递快递包裹3.3亿件,与去年春节假期相比增长10.0%,较2019年春节假期增长254.8%。随着疫情防控政策优化调整,快递企业逐渐恢复运力,消费者的购买量也在稳步回升。特色产品和节庆寄递需求旺盛,农产品继续保持增长态势。一份份寄往老家的礼品,寄托着游子的牵挂和乡愁,一件件从故乡寄来的年货,承载了家人的思念和祝福。佳节的喜庆中,物流正恢复往日的繁忙,涌动着发展的热潮。

(时 锋)

推广清洁供暖贵在因地制宜

吴 浩

清洁供暖绝不是搞“一刀切”去煤化,而应宜煤则煤、宜电则电、宜气则气、宜热则热。推进清洁供暖,要不断探索热源格局的优化革新,也要提升输热供暖效率,同时还要鼓励供暖节能新材料、新技术的研发创新,因地制宜加快清洁供暖新产品推广应用。

推进清洁供暖,还面临成本过高、长期投入等问题。比如,核能供暖成为近年来冬季供暖的亮点,但动辄几十亿元的投资,让大多数地方政府望而却步。风光能、生物质等清洁能源供暖项目多数依赖政府补贴才能正常运行,都或多或少面临可持续运行问题。无论是“煤改电”“煤改气”,供暖成本都高于传统取暖方式,老百姓不得不承担相对较高的费用。此外,由于清洁能源尚存在不稳定性,而地方政府追求冬季供暖保供安全稳定,也让多数地区在选择清洁供暖替代时有所顾忌。

实际上,推进清洁供暖不可能一蹴而就,必须融入我国能源结构优化调整的整体进程中。针对煤炭作为供暖主力热源格局短期难以改变的现状,可加大对传统火力发电厂技改投入,既可发电又可供暖,实现煤炭高效利用和超低排放。针对煤炭、天然气等能

源价格上涨、供热价格与成本倒挂的问题,在加强煤炭、天然气稳价保供的同时,也要进一步厘清供热的公益属性和商品属性,不断探索供热价格改革,制定分品种的热源价格和供热价格制度,加大对低收入群体的供热补贴力度。

清洁供暖也不仅局限于热源的单方面革新,而是整个供暖体系全面清洁高效升级。我国建筑物保温水平较低,尤其是广大的农村地区,房屋普遍缺少节能保温措施,导致热量损耗较大。在供暖用户端,提高房屋保温效果将有效降低能源消耗,也是推进清洁供暖的重要方面。此外,要不断完善供暖基础设施。比如,推进老旧管网改造升级解决“跑冒滴漏”提升输热效率、新建供暖管网让更多家庭享受集中供暖、推进智慧供暖建设实现精准供暖等举措,都将有利于提升清洁供暖的水平 and 效用。

同时,各地还要不断鼓励供暖节能新材料、新技术的研发创新,因地制宜加快清洁供暖新产品推广应用,以新市场空间和业务收益补贴清洁供暖项目,推动清洁供暖“改得起”更“用得起”。要大力倡导绿色低碳生活方式,以尽可能少的能源消费,减少污染物和二氧化碳排放,满足人们对美好生活的向往,实现冬季屋内的“温暖如春”。