

科创之声

支持鼓励国资敢投愿投

国务院国资委、国家发展改革委近日联合出台政策措施,推动中央企业创业投资基金高质量发展,支持中央企业发起设立创业投资基金,重点投早、投小、投长期、投硬科技。此次出台的政策,抓住国资创业投资“不敢投”“不愿投”等问题作出有针对性的部署,获得投资人和创业者的一致好评。

国资创业投资为何出现“不敢投”“不愿投”等问题?这要从国资在创业投资领域面临的主要堵点说起。

投资周期较短:硬科技企业通常需要较长的技术研发周期和长期稳定的资金支持,这与国资的投资周期不匹配。投资评价机制单一:国资投资过于注重短期财务回报,缺乏对科技创新长期价值和战略价值的评价体系。风险容忍度低:国资投资对于风险的风险容忍度较低,而创业投资尤其是早期项目风险较高,导致国资不敢轻易投资。缺乏有效的激励和免责机制:在面对投资失败时,缺乏合理的免责机制,使得国资管理者在投资决策

时过于谨慎。最新出台的政策,针对这些堵点一一疏通,为国有资本的“敢投”“愿投”提供了支持,也为我国创业投资领域注入了活力。

投资周期方面,中央企业创业投资基金存续期最长可到15年,较一般股权投资基金延长近一倍。

投资评价机制方面,在各类监督检查中,将更加关注基金投资组合整体而非单个项目、关注功能作用和战略价值而非短期财务盈亏、关注未来长期发展趋势而非当前阶段性问题。

风险容忍度方面,明确中央企业创业投资基金合理容忍正常投资风险,根据投资策略合理确定风险容忍度,设置容错率,重点投向种子期、初创期项目的基金,可设置较高容错率。

激励和免责机制方面,根据此次出台的政策措施,符合基金功能定位和投资策略的项目出现投资失败、未达预期或者探索性失

误,相关人员依法依规、履行忠实义务和勤勉尽责义务,没有牟取非法利益的,可按照规定不予、免于问责。

当然,国资基金的容错与尽职免责机制不是一天建成的。近年来已有多地陆续出台了相关细则,希望为投资人提供更加灵活和宽松的环境,“不敢投”的顾虑正在消除。前不久发布的《2024年国有投资机构激励与尽职免责(容错)机制调研报告》中,共有133家机构参与调研,超六成(63.16%)受访机构建立了尽职免责(容错)机制,其中近半数(48.87%)纳入绩效考核体系。

单打独斗不能包打天下。作为耐心资本的代表,国资基金投资回报的压力相对较小,可以更加专注于支持国家战略性新兴产业和关键技术的发展。而在推动国资成为更有担当的长期资本、耐心资本同时,通过延长存续期,中央企业创业投资基金可以作为标杆,吸引更多的社会资本参与到科技创新创业的长期投资中来。

此次出台政策在扩大资金供给方面,也提出一系列解决方案。比如,支持通过市场化方式积极吸引商业保险资金、社会保障基金共同参与,引领各类长期资本聚焦科技属性、技术价值、新兴领域开展有效投资,带动形成创业投资资本集群。

当前,全球科技革命和产业变革加速推进,新技术、新领域、新赛道不断涌现,成为推动经济社会发展的重要力量。着眼新技术新领域新赛道布局,优化出资人政策供给,引导中央企业用好创业投资基金这一市场化工具,将帮助我们打造出更适应创新发展要求的产业投融资体系,推动中央企业在科技强国建设中发挥更大作用。



本报记者

柳

洁

董庆森

冰雪经济热起来①

冰雪运动激发消费新动能

王裕雄

冬季来临,从北到南各地滑雪场近期陆续开板,冰雪经济热潮涌动。日前发布的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》也聚焦变冰雪运动流量为经济增量。本报今起推出“冰雪经济热起来”系列报道,从运动、消费、产业等方面展现冰雪经济巨大潜力。

近日,国务院办公厅印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》(以下简称《意见》)。《意见》的出台将进一步巩固冰雪运动发展成果,充分发挥冰雪运动的引领作用,释放冰雪经济发展潜力,最终实现到2030年冰雪消费成为扩大内需重要增长点,冰雪经济总规模达到1.5万亿元的目标。

冰雪运动如何带动冰雪经济加速发展?如何推动冰雪经济由单纯的观赏型简单消费向深度消费转变?

提升参与热情

过去几年,我国冰雪经济爆发式增长,直接驱动因素来自于冰雪运动的发展。相关统计数据显示,2022年北京冬奥会以来,截至今年4月份,全国居民冰雪运动参与人数达到3.13亿人,参与率超过了22%。冰雪运动的发展促进了冰雪运动消费需求的快速增长。2023—2024冰雪季,我国冰雪运动项目、民俗冰雪活动、冰雪观赏体验、陆地冰雪运动等冰雪消费规模超过1500亿元。

冰雪运动参与度的提升还有力带动了冰雪旅游、冰雪文化、冰雪装备消费的发展。以冰雪旅游为例,2023—2024冰雪季,我国冰雪休闲旅游人数超3.85亿人次,同比增长38%,收入同比增长50%。特别是近年来随着冰雪运动“南展西扩东进”战略的实施,在华东、华南、西南很多原本冰雪资源缺乏、群众参与度不高的地区也培养了一大批冰雪运动的参与者和爱好者,快速扩大了冰雪消费人群。

《意见》高度重视冰雪运动普及推广,着力于厚植冰雪经济消费人群基础,着眼于冰雪运动人群培养,提出要广泛开展群众性冰雪运动。未来将通过增加人民群众喜闻乐见的冰雪赛事活动的供给,加强群众身边的冰雪运动设施建设和完善,鼓励有条件的公共冰雪场馆向社会免费或低收费开放,进一步降低人民群众参与冰雪运动的成本,提升参与便捷性,推动更多人参与冰雪运动。

同时,高度重视推动青少年冰雪运动发展,将通过支持有条件的中小学校将冰雪运动纳入体育与健康课程专项运动项目等多项举措培养一大批冰雪运动爱好者。

打造消费场景

在很多地区,虽然有很好的冰雪资源,但由于特色不足,缺乏具有足够吸引力的“吸引物”,冰雪旅游难以发展起来。一些地区到了冬季,旅游业基本处在歇业状态,空有冰雪资源而无冰雪经济,冰雪资源的经济和生态价值均无法实现。

《意见》在优化发展冰雪旅游部分明确提出,支持重点地区开展冰雪旅游资源调查,建设一批冰雪主题高品质旅游景区、度假区,优化提升国家级滑雪旅游度假地。

要打造好消费场景,就离不开冰雪运动设施与冰雪运动赛事等业态的蓬勃发展。冰

雪运动将带动相关地区通过建设滑雪场,吸引滑雪人群,同时有力带动康养、文化、娱乐、餐饮、住宿等各类相关产业发展,实现当地冰雪经济从无到有、从小到大、从弱到强的根本性转变。

冰雪运动既是冰雪经济产业链中的重要一环,也为冰雪旅游、冰雪文化产品等提供重要组成元素和载体。当前,随着人民群众消费偏好的变化,对消费场景的要求越来越高,对相关冰雪产品的需求也日益个性化和多样化。推动冰雪运动与冰雪旅游、冰雪文化以及各种业态的融合发展,需要打造冰雪消费场景和产品。

让冰雪运动赛事成为冰雪经济的重要内容和引擎。着力加强各类冰雪运动赛事活动供给,除了群众性冰雪赛事活动之外,还强调要“发展冰雪项目竞赛表演产业”,提出支持有条件的地方申办、举办国际冰雪赛事,以及持续开展“跟着赛事去旅行”和冰雪赛事“进景区、进街区、进商圈”,未来围绕冰雪赛事,可以进行大量的产品创新。比如,设计和发布冰雪赛事旅游线路,推出个性化的定制冰雪赛事和冰雪旅游融合性产品等。

通过冰雪运动设施的建设、布局优化和资源整合,打造不同类型的冰雪经济综合体。一方面,可以围绕滑雪场打造冰雪旅游休闲小镇、滑雪旅游度假地等多业态融合的冰雪经济综合体,创新冰雪经济消费新模式,推出各种“形式丰富、内容可选”的联票、季卡、滑雪住宿套餐”等,实现从冰雪运动向多业态冰雪经济的延伸拓展;另一方面,也可以在现有的旅游景区、旅游度假地建设冰雪运动设施,通过冰雪运动来赋能其他产业发展,并最终形成新的冰雪经济形态。

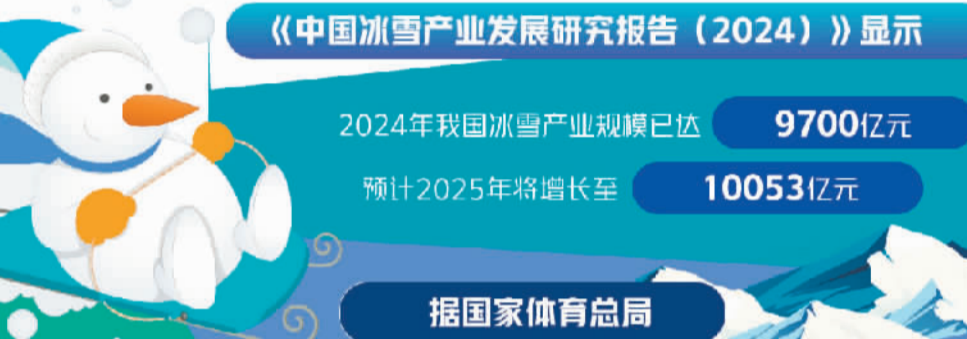
促进模式转换

冰雪运动为冰雪经济由单纯的观赏型简单消费向深度的体验式、沉浸式、社交式消费模式转换提供了重要契机,在促进冰雪经济发展模式转换中发挥着至关重要的作用。

传统的冰雪消费产品如冰雕、雪雕、冰雪嬉戏、冰雪景观欣赏等,覆盖的市场半径有限,游客忠诚度不高。而冰雪运动则相反,高水平的冰雪赛事能吸引远距离的国内外游客前来观赛和旅游,特别是优质的滑雪场能吸引国内外滑雪爱好者每个雪季都来打卡。

数据显示,通过冰雪运动赋能的冰雪旅游业在游客逗留时间、客单价上均有大幅提升,从而有效提高冰雪旅游的可持续发展能力。比如,“尔滨”出圈等即是融合性冰雪消费模式的典型体现。2024年元旦假期,哈尔滨市累计接待游客304.79万人次,实现旅游总收入59.14亿元,均达历史峰值,在此过程中一大批经营主体也找到了可持续发展的机会。

冰雪运动还有助于冰雪经济商业模式的重组,提高附加值和盈利能力,更好实现可持续发展。与冰雪旅游等其他产业具有不同的经济特征,冰雪赛事和冰雪运动设施等冰雪



运动业态正外部性强,通过冰雪运动和冰雪旅游、冰雪文化等产业的融合发展,能够很好地将冰雪运动业态的外部性内部化,实现优势互补。融合性冰雪经济业态的经济性能和盈利能力是远高于单纯的冰雪旅游业态、冰雪文化业态和冰雪运动业态的。

值得关注的是,《意见》首次提出了构建冰雪经济“一区两带多节点”空间布局。这一布局将构建我国冰雪经济体系的空间骨架。通过这一战略布局的实施,我国冰雪经济将实现更加均衡、协调和可持续发展。

(作者系中央财经大学体育经济研究中心主任)

猪价下跌是因为消费不足吗

本报记者 黄俊毅

12月6日,大连商品交易所生猪期货2501主力合约收跌0.24%,报14620点,较6月3日的最高点18720点下跌了21.9%。

“全国猪肉价格已连续15周下跌,生猪价格也呈现相似趋势,但近日已有所止跌。”中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇表示,具体来看,生猪价格从6月份第一周均价17.75元/公斤开始连续上涨,最高价格涨至8月份第三周20.92元/公斤,8月份第四周价格开始回落,跌至11月份第三周的17.02元/公斤,累计下跌3.9元,跌幅达18.6%。11月份第四周猪价小幅反弹0.4%,为17.1元/公斤。猪肉价格波动情况与生猪价格类似,自6月份第一周均价27.49元/公斤持续上涨,最高涨至8月份第四周31.97元/公斤,8月份最后一周开始持续下跌至11月份第四周28.34元/公斤,累计下跌3.25元,跌幅10.2%。不过,自二季度以来,全国生猪和猪肉价格均高于上年同期,11月份第四周生猪和猪肉价格分别同比上涨14.1%和14.2%。

猪价持续下跌,是否因为消费需求不足?北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通表示,

当前猪肉消费需求旺盛,11月底北京新发地日均上市白条猪2044.29头,日均上市量保持高位,生猪供应充足且需求旺盛。

“猪价下跌的主要原因是当前生猪供给增速高于消费需求增速。”朱增勇表示,从供给端来看,9月份以来,全国生猪供应明显增长。农业农村部和国家统计局数据显示,今年二季度之后,全国新生仔猪数量持续增加,三季度末生猪存栏42694万头,环比增长2.8%。伴随着猪价反弹,下半年大猪存栏持续增长。9月份,全国规模以上生猪定点屠宰企业屠宰2640万头,环比增长8.1%。10月份,屠宰量继续增长8.9%,接近去年同期水平,略增0.3%。特别是9月份以来,生猪出栏活重连续增长,带动猪肉产量持续增加。1月份至10月份,猪肉累计进口89万吨,进口量从6月份开始连续4个月环比增长。虽然近期国内猪价持续下跌,国内外价差缩小,10月份进口量小幅回落,但总体保持较高水平。

从需求端来看,国庆节后,全国猪肉消费呈现先季节性回落再逐渐回升的趋势,相较于上年同

初冬时节,乘“长江三峡1”号溯江而上,观山势,听水声,抚江风,成为不少游客到湖北宜昌打卡长江三峡的首选。“长江三峡1”号船长陈国海介绍,全船可容纳1300人,设计总长100米,配备了容量达7500千瓦时的船用动力电池,相当于上百辆纯电动汽车的电池容量总和。与常规动力船舶相比,该游轮每年可替代燃油530吨,减少有害气体排放1660吨。

加速布局绿色航运与新能源融合项目是我国内河航运稳步迈向绿色高质量的一个缩影。我国高度重视内河航运发展,2020年交通运输部印发《内河航运发展纲要》,明确提出2035年,2050年建设现代化内河航运体系的相关发展目标。目前,我国内河航运在基础设施、运输服务、安全监管、减排增效、信息化建设等方面呈现出蓬勃活力。2023年,全国内河运输完成货运量47.91亿吨。

近日,在第二届内河航运高质量发展论坛上,交通运输部长江水运发展局、中国船级社、长江水系14省市交通运输主管部门以及上海组合港管委会办公室等17家单位共同发布了《推进长江航运高质量发展倡议》。

交通运输部长江水运发展局局长刘亮表示,《倡议》提出,要加快水运降碳减排扩绿增长,推进新能源清洁能源技术和产业发展,推广应用船舶岸电、水污染物服务系统,共同打造绿色发展示范区。加强水公铁等运输方式相互衔接,推动实施内河水运体系联通工程,打造电子航道“一张图”,共同完善便捷高效的立体交通网络。同时,加快培育发展新动能,推进长江航运信用管理体系、智能管理平台数据共享、流程共通、管理共治,共同推动航运高端智慧发展,实现运输服务供给与需求动态平衡,共同降低全社会物流成本。

据了解,在2023年12月举办的首届内河航运高质量发展论坛上,上述单位共同签署了《加快长江航运现代化 推进绿色智能新发展合作协议》。一年来,长江航运绿色智慧发展取得阶段性成果,长江黄金水道在服务流域经济社会发展中发挥了重要作用。

作为长江水运发展局履行公共服务职能的统一平台,“长江e+”公共服务平台用户总数超过30万,总点击量近期突破1亿次,日均点击量30万次左右,服务覆盖通航信息、过坝服务、绿色服务、综合服务、政务服务、信息维护、其他服务等七大类;信用长江2.0版顺利上线,全面开启长江航运全流域规范化、数字化、便民化的信用管理与服务体验;总体建成智能管理平台,综合保障平台成效明显。

绿色发展方面,绿色航道样板得到推广,建成“武安段”等绿色航道建设示范工程,长江航道生态固滩面积超300万平方米,形成长江干线绿色航道建设养护理论及技术应用成套方案;深化船舶和港口污染防治长效机制,形成“信用+智慧”污染防治监管体系,基本实现长江沿线码头、锚地船舶污染物接收全覆盖;绿色船舶应用逐步发展,累计完成3.34万艘船舶污水直排管系“双铅封”,船舶“零排放”成果持续巩固,“三峡峡舟1”“中远海运绿水01”“华航新能1”等新能源清洁能源船舶投入运营。

数据显示,今年1月份至9月份,长江干线港口货物吞吐量预计达到29.2亿吨,同比增长2.8%,货运规模稳居世界内河第一;49艘长江省际游轮累计完成客运量94万人,较2019年同期增长9.8%。



期基本平稳。

对于生猪养殖场而言,好消息是今年下半年饲料成本不断下降,养猪收益持续向好。比如,饲用玉米和豆粕价格分别于6月份第一周的2.56元/公斤和3.74元/公斤降至11月份第四周的2.34元/公斤和3.33元/公斤,同比下跌分别为17.9%和24.8%。虽然近期猪价回落导致养殖收益有所下降,但猪价总体仍明显高于完全生产成本。当前出栏一头120公斤的育肥猪,平均成本在15元/公斤左右,养殖场11月份的头均盈利在300元左右。

展望未来,朱增勇预测,明年元旦、春节之前,生猪出栏量将继续保持季节性增长。11月底南方地区将进入腌腊消费旺季,有望提振消费需求,带动猪价止跌回升。预计明年元旦、春节双节前猪价将呈季节性上涨,但整体涨幅温和,上涨空间不大,猪价高点将明显低于今年三季度。明年上半年商品猪供给充裕,春节后猪价可能会季节性回落。不过,由于今年下半年能繁母猪存栏整体低于去年同期,明年上半年供需关系将明显好于今年上半年,猪价将窄幅震荡、平稳运行。