

大宗商品涨价向终端消费传导影响有限

多措并举 拎稳“菜篮子”“米袋子”

国家统计局6月24日发布的数据显示,对全国流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示,今年6月中旬与6月上旬相比,21种产品价格上涨,25种下降,4种持平。其中,农产品价格普遍走低,生猪(外三元)比6月上旬价格下跌1.9元/千克,价格为13.9元/千克,跌幅达12%。

密集出手稳猪价

今年以来,猪肉价格连降数月。国家发改委价格监测中心综合业务处处长刘刚表示,从供给角度看,国内生猪产能正在持续恢复,存栏量持续增加。从需求角度看,随着天气转热,目前正处于消费淡季,市场需求相对疲软。

国家统计局此前公布的5月全国CPI(居民消费价格指数)数据显示,从环比看,CPI下降0.2%,降幅比上月收窄0.1个百分点。其中,食品价格下降1.7%,降幅收窄0.7个百分点,影响CPI下降约0.31个百分点。食品中,生猪生产不断恢复,猪肉供给持续增加,价格继续下降11%。

猪肉供需两端利空叠加导致猪价下探。专家表示,一方面,生猪产能持续恢复叠加二次育肥生猪大规模出栏,农业农村部数据显示,今年4月能繁母猪存栏量已恢复到2017年年末的97.6%;另一方面,4-5月属于猪肉传统消费淡季,猪价下探难以在短时间内提振猪肉消费热情。

随着猪价下跌,上市猪企利润大幅下降。与年初相比,新希望、温氏股份、天康生物5月销售跌幅超过一半,正邦科技、双汇发展跌幅接近五成。温氏股份、新希望和正邦科技的净利润分别同比下降71%、91%、76%。

有关部门正密集出手,稳猪价、稳市场。6月9日,国家发改委等部门联合印发《完善政府猪肉储备调节机制做好猪肉市场保供稳价工作预案》,提出以猪肉储备调节作为关键抓手,对生猪及猪肉价格“调高”与“调低”并重。即当猪肉价格过低时,将启动收储以托住市场;价格过高时,将投放储备以保障居民消费需要,以推动价格向合

“

召开会议全面部署重要民生商品保供稳价、完善政府猪肉储备调节机制、研究进一步加强大宗商品价格监测预警和市场监管……近期,多部门频频出手,围绕价格调控,出了一系列政策组合拳,进一步释放了助力市场供需的强有力信号。

理区间回落。

农业农村部表示,将引导区域科学规划生猪养殖布局,加强生猪产销规划衔接。鼓励探索销区补偿产区的长效机制,支持主产省份发展生猪生产,并推进生猪养殖标准化示范创建。

加强供需双向调节

今年以来,部分大宗商品价格持续上涨,对供应链产业链产生了重大影响,政府及时采取税收政策鼓励进口,抑制出口,保障钢铁等大宗商品供给。

自5月1日起,国务院关税税则委员会调整部分钢铁产品关税。其中,对生铁、粗钢、再生钢铁原料、铬铁等产品实行零进口暂定税率;适当提高硅铁、铬铁、高纯生铁等产品的出口关税,调整后分别实行25%出口税率、20%出口暂定税率、15%出口暂定税率。同时,财政部、国家税务总局也发布公告称,自今年5月1日起,取消146种钢铁相关产品出口退税。



围绕价格调控,国家多部门近期出了一系列政策组合拳,稳定了市场预期。图为消费者在江苏南京一家超市选购蔬菜。 CNSPHOTO 提供

对此,有关专家认为,减少出口、增加进口有利于增加国内大宗商品的供给,可以对保供稳价起到积极促进作用。与此同时,大宗商品进口一方面增加了中国大宗商品的供给,另一方面也将国际市场价格涨行的行情传导到国内,量和价以及供与需的博弈最终会达到平衡。

与此同时,我国在加强大宗商品进出口和储备调节,从两个市场、两种资源的角度来看,有力防范大宗商品供应风险,有助于遏制商品价格上涨从生产资料向生活资料传递,在生铁等领域取得一定成效。

专家表示,下一步,政策助力大宗商品市场保供稳价可多措并举:一是进一步加强制度型开放,提升贸易便利化水平,降低进口关税和流通过程费用,降低企业进口的制度性成本。二是完善进口供应链,加强与更多主产国合作,帮助企业拓展多元化进口渠道,有利于寻找价格更低的货源,提高议价权。

继续发力稳市场

“围绕价格调控,国家多部门近期出了一系列政策组合拳。”中国电子商务中心数据专员陈秀珍表示,相关政策的及时出台稳定了市场预期。

在大宗商品方面,5月19日召开的国务院常务会议指出,保障大宗商品供给,遏制其价格不合理上涨,努力防止向居民消费价格传导。随后,多部门联合约谈了铁矿石、钢材、铜、铝等行业具有较强市场影响力的重点企业,明确将密切跟踪监测大宗商品价格走势,坚决依法严厉查处达成实施垄断协议、散布虚假信息、哄抬价格、囤积居奇等违法行为。

在民生商品层面,《关于完善重要民生商品价格调控机制的意见》已经印发实施,这为拎稳“米袋子”“菜篮子”吃下了“定心丸”。经济学家普遍认为,此轮大宗商品涨价向终端消费传导影响有限。

据了解,在产业链价格传导过

程中存在一个特殊的逻辑——生产资料价格上涨快于生活资料,生产者购进价格上涨快于出厂价格、零售价格、消费价格的上涨,同时产业链上游价格上涨速度也快于产业链下游价格上涨速度。专家表示,在这个逻辑中,此前大宗商品价格上涨所带来的成本冲击正沿着从产业链上游向下游的脉络进行传导,慢慢地已经传导到下游消费品制造业。不过,从下游消费品制造业再进一步往消费品价格传导,目前还没有充分体现。

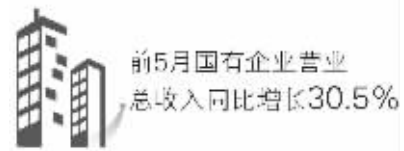
业内人士认为,目前国内现有的供给和需求总体处于平衡状态。同时,国内消费品制造行业的供需关系、供给能力,以及监管部门对消费品价格的管理,这些因素导致难以形成大幅度的价格上涨。

此外,居民消费领域商品和服务生产供应充裕,特别是农副产品市场供应充足、工业消费品产能充裕,CPI保持平稳运行具有坚实基础,预计将在合理区间温和波动运行,全年物价调控目标能够顺利实现。(依琰)

数字图解

282164.4 亿元

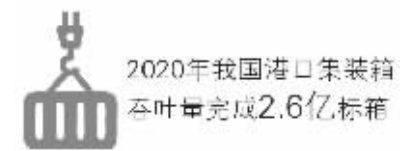
前5月国企经济运行向好



财政部日前发布1-5月全国国有及国有控股企业经济运行情况。数据显示,1-5月,国有企业营业总收入282164.4亿元,同比增长30.5%。其中中央企业159649.9亿元,同比增长27.4%;地方国有企业122514.5亿元,同比增长34.8%。

1-5月,国有企业利润总额17939.3亿元,同比增长1.7倍。其中中央企业12480亿元,同比增长1.3倍;地方国有企业5459.3亿元,同比增长3.3倍。

145.5 亿吨
我国港口规模居世界首位



交通运输部近日介绍我国水上交通运输发展的总体情况时表示,我国已成为世界上具有重要影响力的水运大国,正稳步开启加快建设交通强国水运篇新征程。

具体而言,港口规模居世界第一。2020年,全国港口货物吞吐量完成145.5亿吨,港口集装箱吞吐量完成2.6亿标箱,两项指标均居世界第一;内河货运量连续多年居世界第一。2020年,全国内河货运量完成38.15亿吨,到2020年底,全国内河航道通航里程超过12万公里,居世界第一。长江干线连续多年成为全球内河运输最繁忙、运输量最大的黄金水道。

政策

推进二手车交易登记跨省通办

商务部近日表示,商务部将会同相关部门推动取消对二手车交易的不合理限制,加快推进落实二手车交易登记跨省通办,进一步便利二手车交易。

商务部正在会同有关部门,围绕取消二手车限迁政策、便利二手车交易、推动二手车信息开放共享、创新二手车流通模式等四个方面,着力推动二手车市场加快发展。商务部将会同相关部门积极推动汽车等大宗消费品由购买管理向使用管理转变,完善二手车流通领域相关政策措施,持续释放二手车消费潜力,全链条促进汽车消费,推动我国汽车市场高质量发展。



“七个一”党建工作法 激发非公企业红色动能

本报记者 祖爽

如何将党建工作与人才培养、企业发展相融合?文创产业上市公司三七互娱给出了自己的答案。近年来,三七互娱坚持党建与企业高质量发展互促共进,大力加强企业党建工作,现已形成了符合企业特色的创新“七个一”党建工作法,并在2020年成立党校,持续推动非公企业党建工作,激发非公企业的“红色动能”。

点燃“红色引擎” 激发企业红色动能

改革开放40多年来,非公经济在中国共产党的领导下,在中国特色社会主义建设中发挥了重要作用。坚持党的领导地位、党建引领,在民营企业中发挥着巨大的作用。

三七互娱创立于民营经济主体最活跃省份之一的广东省。作为一家已经上市的非公企业,三七互娱坚持以高质量党建引领企业高质量发展。公司坚持党建工作与业务相

融互进的原则,把党的思想政治优势、组织优势和群众工作优势,转化为企业的创新优势、竞争优势、发展优势,不断开创企业发展和党建工作新局面。

在组织架构方面,集团党委委员中,上市公司董监高等高管占比超过70%,充分实现了党委班子成员和经营管理层交叉任职、双向进入,有力地保障了集团党委的政治引领作用和核心作用。从制度上将党的建设和企业发展融为一体,保证了党建工作的贯彻落实,让党建工作真正成为企业发展的“红色引擎”。此外,公司设立专职党委副书记开展党建工作,根据业务线建立起“集团党委—事业群党支部—项目组党小组”三级管理架构,把党小组建立在项目组上,充分发挥了基层党组织战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用。

“七个一”工作法 推动党建工作深度融合

中国共产党从成立起就肩负着

实现中华民族伟大复兴的历史使命。中国特色社会主义道路承载着几代共产党人的理想和探索。强化党对非公企业的领导,进一步释放“红色生产力”,是实现中华民族伟大复兴的中国梦的关键一步。

在此背景下,公司结合广州市天河区非公党委、员村街党工委等上级单位的指导意见以及与天河区各单位之间的党建交流、学习,不断探索,现已形成了符合企业特色的创新“七个一”党建工作法,服务在册党员和流动党员,开展党建活动。

三七互娱创新“七个一”党建工作法分别是:一条便捷通道、一个活动阵地、一组专题学习、一组宣传平台、一次公益实践、一个先锋岗位、一套发展模式。其中,一条便捷通道指的是公司出台了《党员管理制度》,规范了共产党员从新人入职到组织关系办理的各个细节;一个活动阵地指的是公司根据“六有”标准打造了党建室,为共产党员提供了学习、活动的阵地,“三会一课”也在有

不紊地开展;一套发展模式指的是公司出台了《党员发展管理制度》,创造了一带一的共产党员发展模式,由老党员带领积极分子学习、进步,推动共产党员发展工作持续进行。

除此之外,三七互娱还于2020年成立党校,并在今年启用党校云平台,推出建党100周年系列课程。截至目前,全体共产党员已经参与在线学习。此外,积极分子、群众等200余人也观看学习了在线课程;而辖内的兄弟党组织近百人也参与进这一党课学习活动中来。

三七互娱认为,建立企业党校,可以让党的方针、政策、路线直达互联网企业从业者,实现党性、党史教育零距离讲学和全覆盖,对于非公党建工作创新、推动企业发展、提升基层治理能力具有特别意义。

站在新起点 做好“内外兼修”

在新起点上,党建工作引领三七互娱往前迈出更坚实的一步。

去年新冠肺炎疫情暴发后,公司党委充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用,在疫情防控最紧要、最吃劲的关头凝聚人心,以实际行动影响与带领职工群众共克时艰、增强信心、抗击疫情。新冠肺炎疫情期间,三七互娱直接或通过组织员工对社会捐赠款项及物资总额超过1000万元,助力国家抗疫工作有序高效开展。

在建党百年这个新起点上,为了深入了解党的百年奋斗史,三七互娱党委召开党史学习教育动员大会,党委书记、集团高级副总裁杨军发出动员,要求全体共产党员投入到党史学习教育中来。

杨军表示,要开展好“互联网企业特色”的党史学习教育,首先要创新学习形式,用好互联网新技术、新载体,提高学习教育的吸引力、感染力。此外,“党员讲党史”系列短视频也在筹划中,从党委书记、董事长,到基层的共产党员,公司遴选了37名有代表性的年轻党员来讲党史故事,通过在公司平台上的展播,

“让年轻人来影响年轻人”。其次,走进社区、走进群众,把党史学习教育与服务社群结合起来。最后,要提升党史学习教育的实践成效,把党史学习教育与“党建与业务互促共融”结合起来,鼓励共产党员将学习成果转化为业务发展的动力,鼓励每一位共产党员发挥先锋模范作用,撸起袖子加油干。走出一条高质量党建引领经济高质量发展的新路,为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

在接下来的工作中,三七互娱将继续做好“内外兼修”。一方面,在党建共建创新工作中积极和政府、社区街道、社会组织等进行联动,通过阵地共享、活动共办、合作共赢,强化党建领航,为形成资源共享、优势互补、衔接互动的非公企业党建工作新格局而努力;另一方面,持续探索数字经济党建引领、数字赋能的创新模式,将党建与企业发展更好地进行融合,从而提升党建水平,努力以高质量党建引领企业高质量发展。