

信贷进村 帮农惠农富农

工行四平分行首家“农村普惠金融服务点”在梨树林海镇挂牌成立

本报讯(全媒体记者 高鸿 通讯员 肖肖)工银“兴农通”,奔向好日子。近日,中国工商银行四平分行在梨树县林海镇隆重举行首家“农村普惠金融服务点”剪彩揭牌仪式。此举,旨在践行大行担当的初心使命,把帮农惠农富农的便民服务延伸拓展到村民身边,支持地方实体经济发展,助力稳定宏观经济大盘。

工行四平分行袁学彬行长向记者介绍说,工商银行四平分行作为区域规模较大的股份制商业银行,坚决扛起稳住经济大盘的政治责任,秉承“国家所需、金融所能、工行所长”的理念,以工银“兴农通”为抓手、以工银使者为媒介,全面推进普惠金融服务点建设,推动线上线下乡村金融服务渠道有效赋能、运营资源协同共享,不断提高金融服务的适应性、竞争力和普惠性,为金融兴村、金融兴业、金融兴民提供强大的金融支撑。工银“兴农通”作为中国工商银行乡村振

兴金融服务的统一品牌,致力于发挥大行作用,立足民生服务、普惠服务、农村服务,服务点服务四大项目内容,为广大“三农”客户提供精准帮扶服务,以金融之力服务“国之大事”,全方位提供贴心、温馨、便捷的金融服务,满足农民所需,推动经济社会高质量发展。

林海镇党委书记杨伟强介绍说,工商银行“农村普惠金融服务点”在林海镇正式挂牌,突出“快捷化、专业化、数字化、生态化”,及时高效满足了广大农民对金融资源的新期待、金融服务的新需求,一定会让更多的村民享受到工行优质便捷的服务,以金融科技惠及民生、促进乡村振兴。

林海镇“农村普惠金融服务点”现场,场面热烈,工行使者为当地农民推荐福农卡刷卡满减活动,农民办卡后进行绑卡消费立减服务政策。工作人员热情为农民办理福农卡、讲解助农贷款条件

和提供农民关心的相关业务咨询。仅当日现场办理福农卡31张,兴农通App17户,参与为民超市刷卡满减人员累计达25人次。

在随后举办的普惠金融服务座谈会上,银政双方围绕国家金融政策介绍了金融机构的相关惠农举措和推进乡村振兴的发展策略,推广普惠金融面向农村、服务基层,全力推动资金精准直达实体经济相关部门领导分别就农村普惠金融服务点建设及工行的惠农政策进行介绍和解读。

林海镇老窑村为民农民专业合作社负责人赵占国告诉记者,四平工行在林海镇建立“农村普惠金融服务点”,让广大种养户守家在地就能轻松办理贷款。目前,合作社大量养殖肉牛、大规模种植土地,为方便社员扩大养殖种植规模需要资金,工行积极推进合作经济快速发展,让社员们快速致富奔小康。

林海镇博大黄牛养殖种植农民专业合作社负责人杜红武介绍说,为响应省委、省政府千万头牛暨“秸秆变肉”工程,四平工行把营业网点设在“家门口”,为合作社社员养牛项目提供了大力支持,让农民们有信心有底气走向发家致富道路。

中国工商银行四平分行负责同志表示,将以创建首家“农村普惠金融服务点”为契机,进一步增强服务实体经济的责任感、使命感、紧迫感,全力抓好稳经济措施贯彻落实,体现国有大行的使命担当,加快建设数字工行,不断开展“信贷进乡村,助力稳大盘”惠民举措,把助力稳住经济大盘作为坚定不移走中国特色社会主义发展之路和落实“三新一高”要求的具体行动,用好用足工银“兴农通”金融产品,做到主动发力、靶向发力、持续发力,应贷尽贷、尽早投放,赢得空间、为稳定地方实体经济发展作出金融贡献。

市审计局强化国有资产审计 助力国有资产提质增效

本报讯(通讯员 张漫)为提升国有资产使用效能,防止国有资产流失,保障国有资产保值增值,市审计局强化国有资产审计,助力国有资产提质增效。

重点关注资产购置是否严格执行配置标准,是否存在“超标准、超限额、超数量”的情况;关注是否存在资产闲置问题,是否符合“从

严控制,合理配置”的规定,加强对存量资产的核实;审查资产购置程序,关注招投标和政府采购环节,查看是否存在资产购置方式不合规现象;审查资产收益管理,关注使用收益和处置收益是否及时足额上缴国库,是否实行“收支两条线”管理,及时发现坐收坐支资产收益的问题。

中国广电5G网络启动 第二批九省份试商用

新华社北京7月28日电(记者 王鹏)记者从中国广播电视网络集团有限公司获悉,7月26日至28日,中国广电5G网络第二批9个省份网络试商用工作陆续启动,连同6月27日中国广电5G网络服务启动当天率先试商用的20个省份,全国已有29个省份正式进入广电5G网络试商用阶段。

试商用是通信网络正式商用

前的必经阶段,通常为3至6个月时间,主要任务是检测网络覆盖,验证网络运行,并根据发现的问题进行网络调试和运营优化。试商用期间,中国广电主要面向内部用户以及社会友好用户提供5G业务服务。中国广电表示,将进一步加快推进广电5G网络建设运营各项工作,确保在党的二十大前实现广电5G正式规模商用。

铁路等部门多措并举保障暑运出行

新华社北京7月28日电(记者 樊曦 徐皓冰)暑运期间,各地学生流、探亲流、旅游流叠加。为保障旅客平安有序出行,铁路等部门坚持以旅客需求为导向,强化出行服务、防疫和安全保障,努力提升旅客出行体验。

来自中国国家铁路集团有限公司的最新统计显示,自7月1日暑运开启以来至7月27日,全国铁路共发送旅客1.94亿人次,日均720万人次。7月28日,全国铁路预计发送旅客650万人次。

暑运期间,中国铁路昆明局集团公司严格落实疫情防控常态化工作,合理安排安检、验证、检票通道数量及候车区域划分,加强客流高峰旅客分流,防止进出站拥堵,旅客长时间聚集。进入暑运后,民众的旅游出行意愿明显高涨,中国铁路南昌局集团公司根据赣闽两省“好山好水”特色,定制红色文化游、浪漫山海游、双休周边

游等特色旅游线路,为旅客出行提供更多选择。

交通出行,电力安全是保障。暑运期间,国网山东泗水县供电公司组织党员服务队,对泗水高铁南站加大供电设施巡视检查力度,并结合天气情况弹性调整巡视密度和频次,保障暑运期间供电安全稳定。国网河南夏邑县供电公司积极对接当地铁路部门,开展暑运期间铁路供电线路安全排查,对涉及铁路车站供电的多条线路进行保供巡视工作,为旅客出行保驾护航。

民航方面,南方航空在西北、西南等热点市场持续加大运力投入,计划在暑运期间新开、恢复热点市场航线17条。深圳航空精选健康食材,推出造型可爱的主题限定儿童套餐,让出行的孩子们在万米高空也能享受美食相伴。东方航空将于8月5日起加密青岛至成都航班,以进一步满足暑运期间旅客出行需求。



在我市各大超市销售的米、面有来自本地企业生产的,也有来自黑龙江、山东、内蒙古等地区的米面,让我们米袋子品种更加多样。图为铁东区某大型超市内,居民在挑选大米、白面等必需品。

全媒体记者 邢天笑 摄

天宝乐园创建全方位休闲“场”

全媒体记者 王冬雪

距离虽短,期待不减。随着我市旅游市场的不断调整适配,近一时期,短途游凸显更大空间。暑假来临,多位家长结伴带孩子出游,四梨公路旁边的天宝乐园也在此前做好了迎接游客准备。

今年年初,经过反复的市场调研后,王大伟决定将一块面积13万平方米的空地建设成为一个集观光、游乐、自助烧烤、垂钓于一体的休闲乐园。王大伟是一个对家乡有着浓厚情怀的商人,他想为全市人民带来一个功能齐全游乐场所。他表示,做生意要赚钱,但是也不能只为赚钱,为家乡做点事比赚钱更重要。

天宝乐园坐落于四梨公路的沿途,自从我市全面开放文旅场所之后,天宝乐园的完善工作就吹响“冲锋号”,按下了“加速键”,天宝乐园拥有场地宽敞、交通方便的特点,为了能够更好地抓住人群,乐园内推出了7种不同形式的休闲方式,包括亲子乐园、水面游艇、水上垂钓、休闲烧烤、滑草等。其中最受欢迎的是亲子游,这项活动有不同的主持人,不同的主题,在休闲中增进亲子关系,同时也是团建的好去处。休闲帐篷陆续进场,水面上游艇整齐划一,水面波光粼粼,让人望之心旷神怡。

“疫情防控期间我也非常忐忑,首先是施工进度被拖慢了,再有就是人们出不来了,对未来市场有多大的影响还不能判断,当时我已经投资了近百万元,无论如何,也不能放弃。”面对多方面的考验,王大伟顶住压力,将天宝乐园建设下去。投入总有回报,端午小长假期间,虽然设施还没有完全修建完毕,有些功能模块不能投入使用,但是天宝乐园仍然迎来了大量热情的游客。“我们最大的愿望就是找一个山清水秀的地方转转,在这样的想法仍然没有变化,只要有时间我们全家都出来溜达溜达,再也不想

憋在家里了,这里非常有趣,我家孩子9岁,今天和他的同学及家长一起过来,孩子们能一起玩,大人们聚在一起聊聊天,这里风景优美,中午吃吃烧烤,何乐不为。”游客纪敏智表示,她们端午小长假就在天宝乐园度过,暑假又来到这里,孩子开心,大人高兴。

王大伟的天宝乐园紧贴我市旅游市场需求,开发多项娱乐产品,吸引更多游客前赴后继。伴随我市文旅消费市场回暖,新业态持续发力,新消费潜力释放。天宝乐园根据暑期推出了不同类型的活动,朋友圈里“文旅促销活动”宣传轮番轰炸,天气好的周末,天宝乐园人气爆棚,游客如织。这样的效果给了王大伟足够的惊喜与信心,他表示,未来他将根据需求,开发更多新奇的文娱模块,将天宝乐园经营好。

促进我国消费潜力释放与结构升级

迟福林

财经论坛

消费是经济增长的基础,是经济的主拉动力。2012年至2021年(除2020年),消费对我国经济增长的贡献率均超过50%,成为拉动经济增长的第一动力。

今年3月下旬以来,受多种因素影响,消费面临严峻挑战,消费贡献率下降,消费预期转弱。分析宏观经济形势,不能不关注消费;稳增长,不能不稳消费。面对复杂的困难局面,既需要加大投资力度,更需要拉动消费;既需要以政策“刺激”消费,更需要加大结构性改革力度释放消费潜力,推动消费结构升级。

消费预期转弱是当前消费领域与

宏观经济面临的核心问题和突出矛盾。客观来看,我国14亿人的消费还有相当大的增长潜力。以我国在全球的人口与消费占比为例,2020年我国居民消费支出规模占全球比重为12.27%,同年我国人口占全球比重为18.17%,消费占比低于人口占比近6个百分点。如果我国消费占比能接近或者达到与人口占比相适应的水平,那将带来可观的新增消费空间。

以稳消费预期改善投资预期。2021年我国民间固定资产投资增速为7%;今年上半年,民间固定资产投资(累计)增速下降到3.5%。从现实看,稳定市场主体预期的重要前提是稳消费预期、稳市场预期。

以稳消费预期放大消费政策效果。以消费券为例,数据显示,2020年

通过支付宝发放的数字消费券杠杆率为8倍,线下消费券的杠杆率一般为2至3倍。今年各地均加大了消费券发放力度,充分发挥这些政策的效果,关键在于稳定消费预期,提振消费信心。

服务业市场开放进程加快。加大服务有效供给,需要释放民营企业特别是中小微企业市场活力。保持政策的适度稳定性,在优化监管的同时,重在稳定与改善民营企业发展环境。

服务消费环境的改善。不同于一般商品,服务型消费对服务标准、服务环境、服务体系要求更高。释放服务型消费需求,在加大服务型消费供给的同时,需要进一步完善服务体系。按照《国家标准化发展纲要》的要求,要进一步提升教育、医疗、健康、养老等服务标准,尽快对标国际标准,形成倒逼服务

质量和水平提升的推动力。

服务型消费的新型基础设施建设加大。从重点领域看,着力完善数字消费基础设施。重点是推动5G网络、工业互联网、物联网、云计算等新型基础设施全面覆盖核心商圈、产业园区、交通枢纽;适应跨境电商、跨境物流、跨境支付、数字贸易和供应链管理等发展需要,不断完善跨境数字基础设施,提升跨境数字消费便利化水平;提升和完善包括新型物业在内的社区便民数字消费设施。

总的看,消费短期面临挑战,但从中长期看,我国消费结构升级的趋势尚未改变。实现结构性政策调整与结构性改革的突破,将有助于明显提升居民消费预期,促进消费结构升级;有助于充分发挥消费在经济增长中的拉动作用。

经济资讯

“数字乡村指数” 折射乡村振兴新进展

班娟娟

全国县域数字乡村指数同比增长6%;数字乡村发展指数年均增幅超过20%;近3年线上服务在县域农村成交额年均增长率超过100%……

“数字乡村”既是乡村振兴的方向之一,也是建设数字中国的重要内容。相关指数变化的背后,是乡村基础设施的完善、生产数字化的转型,以及农民生活水平的提升,映射出“三农”领域的新发展、新变迁。

全国县域数字乡村指数2020年达到55,比上年增长6%。其中乡村基础设施发展指数、乡村治理数字化指数、乡村经济数字化指数和乡村生活数字化指数分别增长3%、15%、4%和5%。这组数据来自北京大学新农村发展研究院联合阿里研究院最新发布的《县域数字乡村指数报告》。

据了解,报告基于全国2481个县区,对数字乡村发展水平进行实证评估和区域差异性比较,以及4个一级指标、12个二级指标、33个三级指标的比较分析,参考权威部门线上平台数据,在有关专家打分基础上形成。分值在80以上、60-80之间、40-60之间、20-40之间、20以下分别代表高水平、较高水平、中等水平、较低水平和低水平。

“县域数字乡村四大分指数排序依次为乡村数字基础设施(78)、乡村治理数字化(49)、乡村生活数字化(48)和乡村经济数字化(47)。这表明我国数字基础设施建设已经达到中等以上水平。”报告项目主持人、北京大学新农村发展研究院院长黄季焜说。

该报告还显示,分指数方

面,2020年数字化生产指数增长120%;数字化营销指数、数字消费指数分别增长12.3%和14.1%;数字旅游指数和数字医疗指数分别增长10%和30%。

作为数字乡村建设量化评估,数字乡村指数也反映出我国数字乡村总体发展水平的变化。根据中国社会科学院财经战略研究院、农业农村部信息中心与京东科技联合发布的《数智乡村白皮书(2021)》,到2020年,全国数智乡村指数达到23.92,较2016年的4.81提升了4.97倍,每年增长幅度保持在20%以上。其中,数智乡村基础设施综合发展水平提升了1.74倍,生产与服务的综合发展水平增长了6.43倍。

另据《2022数字经济+乡村振兴发展指数报告》,县域农村地区消费连年高倍数增长,农村地区网购成交额增速高于当地城市整体增速数倍。近3年线上服务、工业品在县域农村地区成交额年均增长率均超过100%。

日前,在第五届数字中国建设峰会开幕式上发布的《数字中国发展报告(2021年)》显示,我国已建成全球规模最大、技术领先的网络基础设施,特别是行政村、脱贫村通宽带率达100%,农村地区互联网普及率提升到57.6%,城乡地区互联网普及率差异缩小11.9个百分点。

吴琦认为,加快数字乡村建设,除了加快乡村信息化基础设施建设外,还要构建数字乡村科技创新体系,推动乡村治理数字化水平不断提升,建立乡村智慧绿色生态模式,加大数字乡村人才的培育和引进力度。