

中国改革报

传播力就是竞争力



改革网



中国改革报微信

能源保供是一项最紧迫的民生大事

——国家煤炭现货市场价格专项督查组在山西督查

□ 本报记者 焦红霞
□ 田孔社 陈娟

做好冬季煤炭保供稳价工作是当前一项最重要、最紧迫的民生大事和政治任务。10月27日~31日，由国家发展改革委、国家市场监督管理总局组成的煤炭现货市场价格专项督查组，先后深入山西晋能控股集团千万吨级龙头矿井塔山矿、晋能控股煤业集团黄土坡煤炭集运站、朔州市平朔安太堡露天煤矿、中国太原煤炭交易中心和太原铁路局，就煤炭保供稳价、企业增产保供、人民群众温暖过冬工作落实情况开展专项督查调研。针对此次督查调研，国家发改委运行局副局长罗布次仁强调，此次督查调研旨在进一步压实地方政府属地责任和相关企业保供稳价主体责任，引导市场预期，促进煤炭市场价格加快回落；严厉查处囤积居奇、哄抬煤价等价格违法违规行为，维护煤炭市场秩序；督促煤炭主产区全力增加煤炭生产，落实发电供热用煤中长期合同，确保民众温暖过冬。

大同：充分挖掘各矿井生产潜力

大同是全国最大的煤炭能源基地之一。煤炭重地大同市共有煤矿59座，年总产能1.34亿吨，其中，生产矿井

44座，年产能1.03亿吨；建设矿井15座，年产能3080万吨。

大同市委常委、常务副市长任希杰介绍，为确保煤源供应，根据2021年度煤炭保供协议，供需双方强化对接，中煤协同签订量1.03亿吨，其中省外签约7975万吨，省内签约2318万吨，目前的月度履约率均在80%以上，整体履约情况较好。

截至目前，大同市通过产能核增，预计可年增加产能1280万吨；预计全年完成原煤产量1.35亿吨，力争实现1.4亿吨。

晋能控股集团作为山西省最大的煤炭企业，履行国有企业责任，把保障供应作为工作的重中之重，采取多项有效措施，以高质量党建引领高质量发展，在确保安全的前提下，不讲条件、不计代价，全面打响煤炭保供攻坚战。

“10月27日通过网络媒体公开承诺，5500大卡动力煤坑口价格不得超过1200元/吨。”晋能控股集团副总经理、晋控煤业集团党委书记、董事长王存权向记者表示，“我们严格执行国家煤炭价格政策，及时传达落实国家发改限价要求。同时，聚焦煤炭增产保供任务，狠抓安全生产，采取有力增产措施，充分挖掘各矿井生产潜力，开足马力安全保供生产，四季度原煤产量计划12,507万吨。”

塔山矿是晋能控股集团千万吨级龙头智能化矿井。该矿党委书记、董事长宋银林介绍，为保障煤炭供应，该矿一方面实行24小时轮流值班和地面井下“双值班”制度；另一方面依靠先进智能化技术加大安全生产大检查力度，提高安全生产保障能力。目前，塔山矿智能化综采工作面占比达到100%，每班日产煤2600吨左右，每天产能达到7000吨以上。

数据显示，10月28日晋能控股煤业集团计划外运装车7500节，实际装车9220节，日发运量达74万吨，日增量近14万吨。随着大秦铁路检修结束，铁路运力大幅度提升，煤炭市场保供能力逐步提高，煤价下行趋势明显。

朔州：开足马力生产已成常态

在我国最大的露天煤矿——山西省中煤平朔露天煤矿安太堡煤矿现场，行驶在露天矿区的上百辆大型运载煤炭的“巨无霸”运输车，每车载重300吨。“以前没有这么多车，现在增产保供，车辆增加到130多辆，保证将煤及时运出。”中煤平朔公司副总经理杨靖毅介绍。朔州市是我国重要的煤电能源基地。山西省承担14个省(市、区)煤

炭保供任务5300万吨，其中，由朔州市承担的1608万吨，目前已全部签订中长期协议，即中煤平朔集团1020万吨、中煤华昱150万吨、晋能集团所属煤矿共358万吨、地方煤矿80万吨。

10月30日，专项督查组在朔州市督查期间，深入中煤平朔露天煤矿安太堡露天矿区，实地查看了解煤炭生产情况。中煤平朔露天煤矿安太堡露天矿区，是当年在邓小平同志亲切关怀下诞生的改革开放“试验田”，现已成为我国规模最大、现代化程度最高的煤炭生产基地。

根据国家能源局和山西省四季度能源保供工作要求，中煤平朔集团公司四季度计划商品煤产量2120万吨，月均705万吨，比年初计划增产450万吨，增幅达26.9%，同比增加407万吨，增幅达23.8%。其中，铁路运输1600万吨，月均535万吨、日均装车20.7列。在煤炭生产组织上，安排所属7座生产矿井年初计划的基础上增产700万吨。

》2版



开放不降温 春潮不停步

——写在第四届中国国际进口博览会闭幕之际

□ 本报记者 刘政

11月4日~10日，第四届中国国际进口博览会在上海举行。“受疫情影响，本届进博会按一年计意向成交金额为707.2亿美元，比上届略降2.6%。”中国国际进口博览局副局长孙成海在10日下午的第四届进博会闭幕通气会上作如上表述。

记者了解到，截至11月10日12时，今年的进博会在疫情反复的情况下仍然保持了累计进场超过48万人次的流量。

携手共建开放型世界经济

“成功，精彩，富有成效。”孙成海用三个词形容本届进博会。

记者了解到，食品及农产品展区参展企业国别更多，102个国家的1200多家企业带来了全球美食；汽车展区汇集了全球十大汽车集团，全面展示世界汽车工业的最新发展成果和未来愿景；医疗器械及医药保健展区首发新产品、新技术数量达135项，继续位居六大展区之首；服务贸易展区聚焦数字化应用推广，为服贸产业打造新场景、创造新业态，全新亮相的文化旅游板块引起广泛关注。

同时，本届虹桥论坛以“百年变局下的世界经济：后疫情时代全球经济合作”为主题，议题涵盖绿色发展、数字经济、消费新趋势等领域，为全球政商界嘉宾提供高端对话平台，传播范围更大，业界影响更广，成果更加丰富。

孙成海表示，本届进博会共举办政策解读、对接签约、投资促进等6大类95场配套现场活动，充分发挥促进展会成交、双向投资、产业合作等积极作用。

“配套活动内容丰富、形式多样，有力发挥了进博会四大平台作用，彰显了我国疫情防控和经济社会发展的重大成就，为推动经济全球化和构建开放型世界经济作出重要的贡献。”孙成海说。

值得注意的是，进博会溢出效应充分显现上海城市魅力和“超强引力”。

“这座开放的城市正愈加成为中外投资者和各类人才创新创业的乐土，选择上海，就是选择了更好的未来。”上海市市长龚正在2021上海城市推介大会上介绍了上海最新发展情况，分享了上海优势所在，描绘了上海的蓝图愿景。大会现场签约重点项目19个，投资总额178亿元，涉及生物医药、集成电路、人工智能等重点领域。

进博效应“溢”动全球

从FILA拉链、纽扣均可降解的“360度环保”材料外衣，到承诺2030年实现配方中95%的原料成分将来源于可再生植物的欧莱雅；从佳能医疗能够心脑血管疾病和癌症进行早期筛查的CT设备，到邓白氏帮助企业打造全球供应链而发布的“数智供应链解决方案”；从米其林将参加2025年勒芒耐力赛事的“绿色零排放”赛车，到续航里程超过1000公里的现代氢动智能无人运输车……记者了解到，本届进博会展示的新产品、新技术、新服务达422项。

进博会的展厅内，永远不缺乏“新颖”“吸睛”的事物。这些新鲜事物的背后，是科技的引领与时代的变革。在进博会这一平台上，中国与世界不仅在经济上实现交互，也实现了理念的沟通。

放宽眼界，放长眼量。中国发展正与世界同频共振，于潮汐中凝聚春潮。

随着朝“碳中和”时代的迈进，展商们从全生命周期视角介绍各不相同的“减碳”方式。包括在消耗资源的同时开展恢复退化土地项目，推动碳捕捉技术的应用落地，牙膏管、香水瓶等外包装实现多次循环使用，提升产品效能……从而保证产品在制造、储存、使用、回收的过程中均能实现“低碳”甚至“零碳”。

“丰田将倾尽全力为中国实现碳中和贡献力量。”丰田中国董事长



11月10日，第四届中国国际进口博览会闭幕新闻通气会在国家会展中心(上海)举行。中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，本届展会成果丰硕、亮点纷呈。

新华社记者 王翔 摄



上田达郎表示。

世界的发展与中国的发展环环相扣。20年前，“一把锤子”敲开了中国人世之门；如今，中国在世界经济繁荣中扮演着不可或缺的角色，“中国方案”世界共享。欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞认为，中国的新发展格局有助于“把世界上最好的东西带到中国来。与此同时，中国的创新也不仅是为自己，更是为世界”。

“在改革开放初期，外资企业大多跟随自己的全球客户进入中国，服务对象仍然是外资企业。随着中国本土市场的发展，外资企业开始服务于中

国本土企业，并开始更深层次地为中国企业提供服务。”邓白氏中国区总裁吴广宇讲述了这段变化。

“‘双循环’新发展格局对外资企业来说同样是一个巨大机遇，我们要以自身优势助力中国市场的内循环，多管齐下来满足中国更多元的市场需求。”吴广宇说。

目前，第五届进博会招展工作有序进行，已预定展面积达15万平方米，超过去年同期预定水平。春潮正涌向四海，进博效应正持续溢出。一年之后，“春潮”将重回浦东，讲述新的进博故事。

改革时评

保供稳价就是保民生

□ 金观平

近日召开的国务院常务会议指出，要回应群众关切，强化“菜篮子”市长负责制，做好肉蛋菜和其他生活必需品保供稳价工作。这项工作旨在努力化解民生堵点痛点，是把民生期盼放在心上的具体体现，保供稳价就是保民生，具有十分重要的现实意义。

进入秋冬季以来，我国部分地区陆续出现冰冻严寒等极端灾害天气，部分地区电力供应偏紧，导致生产、物流、储存各环节成本上升。同时，由于新冠肺炎疫情多点散发，防控形势严峻，多地管控措施趋紧趋严，给生活必需品产销衔接造成一些困难。加之接近岁末年初，生活必需品的需求量往往会增加。

从这些因素来看，今冬明春生活必需品市场保供稳价工作面临许多困难和考验。为此，需要提前作出工作部署，推出有效举措，满足居民基本生活需要，确保消费市场平稳运行。

保供稳价，要切实加强市场动态监测。要以群众生活必需品为重点，密切关注市场供需变化。特别是应用好各地生活必需品供应监测平台，加强分析研判，及时掌握市场供应和价格变化情况，每日跟踪蔬菜、肉类等重点生活必需品供求和价格变化，及时预测，及早预警。尤其是一些苗头性、倾向性、潜在性问题，应尽早预警处置。此外，要加大市场价格监管力度。

特别是督促市场从业者诚信经营，切实防范重要民生商品价格异动。严厉打击捏造散布涨价信息、哄抬价格、囤积居奇、串通涨价等违法行为，规范市场价格秩序。

保供稳价，要扎实保障市场供应稳定。各地要组织好重要民生商品生产和采购，畅通物流，做好组织调度；对米、面、油、肉、耐贮蔬菜等重要生活必需品，提前充实储备规模，根据市场形势及时精准投放储备；抓好产销衔接，督促商超、批发市场、集贸市场及时补货，确保重要生活物资供应不断档、不脱销，价格不出现大幅上涨。同时，也要用好市场机制。引导企业加大供给，加强产销对接，拓宽供货渠道，加大调运力度，增加商业库存，确保货源充足、供应稳定，也有必要采取奖励和优惠政策，鼓励各大市场商户提前进货，稳定供需平衡。

此外，需要把对困难群众的帮扶工作做得更加细致，特别是及时足额发放价格临时补贴，认真执行社会救助和保障标准与物价上涨挂钩的联动机制，达到启动条件的地方第一时间启动联动机制，及时足额向困难群众发放价格临时补贴。还可以鼓励有条件的地方根据部分商品价格上涨情况，适当提高临时补贴标准，向困难群众发放一次性生活补贴，更好地保障今冬明春广大人民群众生活必需品价格稳定、供应充足。

改革动态

八部门联合部署校外培训广告管控

本报讯 国家市场监督管理总局会同中央宣传部、中央网信办、教育部、民政部、住房和城乡建设部、国资委、广电总局近日研究出台《关于做好校外培训广告管控的通知》(以下简称《通知》),就做好校外培训广告管控工作作出部署。

《通知》提出,严格落实有关政策文件要求,不区分学科类、非学科类,要确保做到主流媒体及其新媒体、网络平台以及公共场所、居民区等线上线下空间不刊登、不播发面向中小学(含幼儿园)的校外培训广告。要集中时间、集中力量对主流媒体及其新媒体、网络平台以及公共场所、居民区等线上线下空间校外培训广告开展全面排查,清理存量、杜绝增量。

《通知》要求,组织传播平台自查,加大监管力度。要求相关传播平台全面梳理在播、在刊广告,发现校外培训广告立即停止刊播。要加大校园内及校园周边环境整治力度,严厉查处在中小学校、幼儿园内开展商业广告活动以及利用中小学校和幼儿园的教材、教辅材料、练习册、文

具、教具、校服、校车等发布或变相发布广告的行为。要畅通举报投诉途径,加大线索梳理和广告监测力度,及时发现、制止发布校外培训广告行为。

《通知》提出,强化广告管控与校外培训机构审批管理的协同。市场监管部门要会同行业主管部门将校外培训广告管控纳入对校外培训机构日常监管和专项检查的范围。对于违反政策规定发布校外培训广告的校外培训机构,要加大对日常监管力度和随机抽查频次。要将校外培训机构广告活动情况作为对其相关资质管理的重要内容,对于多次违规发布校外培训广告或者发布虚假违法校外培训广告情节恶劣的,要依法依规予以处理。

据统计,自中央“双减”文件印发以来,市场监管部门切实加强校外培训虚假违法广告查处力度,在全国组织开展“呵护青少年健康成长——教育培训类广告清理整治行动”。截至目前,共查处相关违法广告案件1570件,处罚金额3060万元。(赵文君)

重点推荐

保险、基金、银行加紧布局养老金融 2版