



确保能源电力安全稳定供应

——国家重拳遏制煤炭价格非理性上涨

煤炭，关乎工业生产，也事关群众取暖。一段时期以来，煤炭价格快速上涨，连创历史新高，国家发展改革委称之为“完全脱离供求基本面”，并“仍呈现进一步非理性上涨的趋势”。这一背景下，相关方面依法采取干预措施，促进煤炭价格回归合理区间。

20日召开的国务院常务会议一项重要议题，就是听取民生用能保供情况汇报。围绕确保人民群众安全温暖过冬，会议作出一系列部署，包括“依法打击煤炭市场炒作”。

此前一天，国家发展改革委在京内外连开三场座谈会，主题词都是“煤炭”。

第一场，组织重点煤炭企业、中国煤炭工业协会、中国电力企业联合会，研究依法对煤炭价格实施干预措施。

第二场，组织煤电油气运重点企业，研究安排人民群众温暖过冬各项重点工作。

第三场，则是国家发展改革委财金司赴郑州商品交易所调研并召开专题座谈会，提出“着力加强期货市场穿透式监管”“依法严厉查处资本恶意炒作行为并公开曝光”等举措。

不只是国家发展改革委，记者了解到，国务院国资委也已出台今冬明春能源供应保障考核奖惩办法，把保供作为今年企业考核的主要指标，实行“一票否决”。

密集动作对期货市场的影响立竿见影。19日当晚，动力煤期货主力合约短时间内便牢牢“锁定”跌停板。焦煤、焦炭等的主力合约也基本游走在跌停板附近。

山西一家大型电力企业负责人告诉新华社记者，对于眼下狂飙、高烧的市场煤价来说，依法对煤炭价格实施干预措施是一剂及时的“退烧药”。

记者了解到，按照党中央、国务院部署，各方面有力有序推进落实能源保供稳价工作，已取得阶段性成效。例如，9月底以来，已核增一批生产煤矿，10月18日煤炭日产量已超过1160万吨，创今年新高。在已签订年度中长期合同的基础上，

发电供热企业与煤炭企业又签订了1.5亿吨中长期合同，部分省份中长期合同煤炭缺口已落实煤源，正在抓紧签约。

国家矿山安监局安全基础司司长孙庆国13日在国务院政策例行吹风会上表示，已审核976处煤矿，本着特殊时期特事特办、适当放开、严守底线原则，逐矿进行安全条件审核。其中有153处煤矿符合安全保供条件，大约增加产能2.2亿吨/年，预计四季度可增加煤炭产量5500万吨，平均日增产达到60万吨。

以深化改革解决深层次问题。我国正进一步深化燃煤发电上网电价市场化改革，近日广东、江苏、山东、湖北、山西等地新增市场交易价格已按价格政策实现近20%的上浮。

南方电网能源战略与政策研究所所长陈政认为，近期国家推出的一系列措施，既是疏导煤、电价格矛盾关系和缓解当前电力供应紧张局面的“及时雨”，更是放开市场主体准入、放大价格浮动空间，进一步发挥有效市场作用，推进电力市场化改革迈向新阶段的“助推剂”。

对于进一步保供稳价，国家发展改革委在19日召开的会议上提出进一步释放煤炭产能、稳定增加煤炭产量、进一步落实发电供热企业煤炭中长期合同全覆盖、推动煤电机组应发尽发等八项措施。

民生用电用气能不能得到有效保障？

国家发展改革委秘书长赵辰昕此前表示，居民用电量占全部用电量的15%左右，民生用气占全部用气的比例不到50%，这些民生用电和用气全额保障没有问题。

“居民、农业、公益性事业用电仍然是由电网企业保障供应，还是执行目前价格水平不变。”国家发展改革委价格司司长万劲松说。

国家发展改革委明确指，着力排查异常交易和恶意炒作行为，各重点煤炭港口要主动向监管部门提供恶意囤积、哄抬价格等违法线索，对于明显超出合理水平的交易限制其运输、装卸，全力维护煤炭市场秩序。

财经观察

“流量”vs“体验” 看数字风口上服装业的新变迁

“我们做服装、做品牌的都有感触，天天追‘新’，生怕慢了一拍，变化太快了。”近日举行的2021中国服装大会上，从业者的一句话，道出了服装业的现状。

从百货到电商，再到视频直播，流量驱动下，渠道加速变化；从制造到定制，再到服务，体验为关键词，颠覆着生产的逻辑。随着信息技术加速融合，数字风口上的服装业将迎来哪些变迁？

流量，跟上渠道风向标

“我们在小红书上还没做完，抖音电商又火了，最近又有了‘虚拟时装’等概念。”2021中国服装大会上，服装品牌歌力思董事长夏国新在发言中感慨，跟上流量，已成为品牌经营的关键。

流量在哪里，用户就在哪里。对品牌而言，流量不仅是风向标，更是渠道。

过去，商场“引流”，传统门店聚集；后来，电商“导流”，线上平台成为重要渠道。天眼查数据显示，全国直播电商相关企业共计超过5000家，超9成企业成立时间在5年内。今天，社交平台、视频直播成为用户特别是年轻用户的“聚集地”，品牌也同样要跟上“节奏”。

抓住渠道的变革、适应渠道的变革，服装企业在实践中探索。

“拍摄大片一定要模特吗？数字时代也有更多可能性。”夏国新说，歌力思尝试了数字化虚拟影像，时装发布也采取了“虚拟+现实”的模式。“我们增加了博主新品预览会，将以往传统的订货会变成直播、体验。”他说。

“与抖音电商的合作，起初是抱着‘试试看’的心态。”太平鸟董事长张江平告诉记者，抓住直播风口，上半年企业利润同比增长241%，“真的跑了起来”。

男装品牌七匹狼董事长周少雄告诉记者，随着数字技术的渗透和各种商业体的建设，线上渠道正在产生分流，抓住趋势加速线上线下的融合，是企业未来布局的关键。

体验，从产品走向生态

服装与家电，两个看上去并不相似的领域，因“体验”一词而发生关联。

“体验经济要求为每个人创造个性化的需求。做企业，不要将思考停留在自己的产品和行业上。”会上，海尔集团董事局主席、首席执行官张瑞敏讲述了“体验”带来的“跨界”生态——

通过物联网等技术将数据有机衔接，服装企业可以与家电甚至更多领域的企业共同打造生态，为用户提供衣物洗、护、存、搭、购乃至回收的解决方案。从洗护数据中捕捉对面料、色泽等消费需求，也会推动企业研发和创新。在他看来，将产品与更多产品、服务结合，形成用户需要的场景，是很多领域未来的方向。

产品在生产线上就知道卖给谁、卖到哪里，称为“不入库”。“不入库率”，也成为当下服装产业的一个新指标。

从“库存率”到“不入库率”，指标之变折射了服装业生产逻辑的变革。

这是大规模生产到个性化定制的变迁。服装制造企业汉帛总裁高敏认为，资源和信息的“错配”，是面料商、辅料商、制造商面临库存压力的一个重要方面。汉帛在几年前尝试产能数字化，为每一款衣服、每一块面料“打标签”，通过每个点的数字化推动实现信息透明化，为工厂匹配订单，让品牌和设计师找到精准供应链支持。

通过导入消费数据捕捉潜在需求，进行设计与研发，越来越多的品牌聚焦用户个性化体验。制造商从单一环节渗透到产业生态，品牌商从产

品延伸到服务，围绕“体验”，创新不断展开。“产业数字化变革是由若干技术群集成驱动，实时流动的数据形成全要素、全产业链、全价值链协同的新型制造和服务体系。”中国服装协会会长陈大鹏说，企业的全链路数字化能力已成为赢得当下和未来发展的核心动能。

文化，夯实品牌发展之基

“创业三十几年，我们一直在思考品牌怎样才能持久，深入人心。”周少雄说，融入文化积淀，形成品牌风格，是长期发展需要练就的重要本领。

服装是技与艺的融合。日益丰富的物质文化需求和消费能力叠加，在商品之上，人们期待更多彰显文化底蕴、生活理念、美学价值的产业表达。

“如果我们失去了时尚的表达方式，那么这个品牌一定会老化”“做企业要有长期主义，核心有两个点，一个是文化力，另一个是数智力”……做品牌要有产品、有文化、有情怀，是与会很多从业者的共同感悟。

更可持续、更环保，也越来越融入从业者的认知和品牌文化。

陈大鹏认为，可持续发展已经成为衡量产业经济活动的重要标尺，做有温度的企业，是越来越多品牌的选择与实践。

“服装业正在形成绿色设计、绿色生产、绿色营销、绿色消费的产业生态。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲说，中国纺织工业联合会要系统推进产品全生命周期的绿色变革，推动绿色技术创新，完善绿色标准体系，培植产业持久成长能力。

(新华社北京10月21日电)

九月份商品住宅销售价格稳中有降—— 楼市“金九”成色不足

市场动态

国家统计局10月20日公布的商品住宅销售价格变动情况统计数据显示，9月份70个大中城市商品住宅销售价格环比总体呈略降态势，同比涨幅持续回落。

国家统计局城市司首席统计师绳国庆介绍，9月份各线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比持平或下降。据测算，一线城市新建商品住宅销售价格环比由上月上涨0.3%转为持平；一线城市二手住宅销售价格环比由上月上涨0.2%转为下降0.4%。二线城市新建商品住宅销售价格环比由上月上涨0.2%转为持平；二手住宅销售价格环比由上月持平转为下降0.1%。三线城市新建商品住宅销售价格环比由上月持平转为下降0.2%；二手住宅销售价格环比下降0.2%，降幅比上月扩大0.1个百分点。

各线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比涨幅持续回落。9月份，一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别分别上涨5.3%和7.7%，涨幅比上月分别回落0.4个和1.4个百分点。二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别分别上涨2.3%和1.4%，涨幅比上月均回落0.5个百分点。

记者梳理发现，70个大中城市中，有36个城市新建商品住宅价格与上月相比下降，持平的有7个，上涨的有27个。二手住宅方面，有52个城市与上月相比价格下降，持平的有1个，上涨的有17个。

9月份，新建商品住宅和二手住宅价格环比下降的城市均继续

增多，7月份和8月份新建住宅价格环比下降的城市分别仅有16个和20个，9月份增至36个。二手住宅价格7月份和8月份环比下降的城市分别仅有26个和34个，9月份增至52个。

中原地产首席分析师张大伟认为，房地产信贷收紧是出现市场降温的主要原因。进入三季度，银行放款周期普遍都在3个月以上，部分城市甚至需要6个月以上，华东、华南部分热点城市房贷排队现象严重，影响了楼市成交。

中国人民银行金融市场司司长邹澜近日表示，前三季度个人住房贷款发放金额保持平稳，与同期商品住宅销售金额基本匹配。其中，少数城市房价上涨过快，个人住房贷款投放受到一些约束，房价上涨速度得到抑制。房价回稳后，这些城市房贷供需关系也将回归正常。

近期，恒大等个别房企出现债务危机，不少业内人士认为，这也是市场成交量下降的一个原因。对此，邹澜表示，恒大集团的问题在房地产行业是个别现象。经过近几年的房地产宏观调控，尤其是房地产长效机制建立后，国内房地产市场地价、房价、预期保持平稳，大多数房地产企业经营稳健，财务指标良好，房地产行业总体是健康的。

国家统计局新闻发言人付凌晖10月19日表示，今年以来，通过完善房地产市场的长效机制，抑制不合理需求，推动刚性需求平稳释放，限制部分房地产企业依靠举债盲目扩张，房地产市场总体上趋于平稳，房地产投资、销售和房价逐步趋于稳定。下一阶段，随着多主体供应、多渠道保障，购租并举住房制度不断完善，市场主体趋于理性，房地产市场有望保持平稳发展。前三季度，房地产增加值两年平均增长4.8%，比上半年回落了1.3个百分点，房地产对经济增速的影响总的来看有限。

(据新华网)

证监会：

进一步服务大宗商品 保供稳价

证监会20日表示，为进一步服务大宗商品保供稳价，强化期货市场监管，证监会将积极主动、多措并举，指导交易所采取提高手续费标准、收紧交易限额、研究实施扩大交割品的范围等多项措施，坚决抑制过度投机，杜绝资本恶意炒作。

同时，保持对期货市场违法违规行为零容忍的高压态势，加大对操纵等违法违规行为的打击力度，维护市场良好秩序。

证监会信息显示，鼓励和支持上市公司专注主业，强化内控，运用好期货市场套期保值功能促进稳健经营，依法依规履行信息

披露义务，严格规范募集资金管理使用。

下一步，证监会将继续配合宏观管理部门做好期现联动监管，有针对性地组织加强对相关政策措施的解读和引导，稳定市场预期，共同维护期货市场平稳运行。

证监会新闻发言人介绍，今年以来，受供应紧张、需求旺盛等因素叠加影响，动力煤等主要大宗商品期现价格同步上涨，证监会坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署要求，主动服务服从国家宏观调控，配合做好保供稳价，支持企业风险管理，交易所出台了一系列风险防控措施，取得了较好成效。

(据新华网)

科技双创拓宽高质量就业路

2020年，我国高新技术企业达27.8万家，高新技术企业提供3858.8万个就业岗位。2021年全国大众创业万众创新活动周期间，科技领域创新创业带动高质量就业，成为郑州主会场与会专家的共识。

科技部火炬中心二级研究员张木在日前举行的新时期科技双创高质量发展论坛上表示，2014年以来，全国各类科技创业服务机构如雨后春笋般涌现，实现了跨越式增长，2020年增长至1.45万家，服务创业团队和企业近68万家，对科技双创的支撑能力日益提升。

同时，科技成果转化与创新创业融通机制逐步形成。截至2020年底，全国建立了2100多家集研发、转化、孵化功能于一体的新型研发机构，加速科研成果商业化应用，支撑产业技术创新。目前，高新技术企业以25.2%的全国规上工业企业数量占比，实现了33.4%的营业收入和40.3%的利润总额。2020年，高新技术企业授权国内发明专利占全国49.2%。

与会专家普遍认为，打通应用研发、转移转化、创业孵化和产业化的链条后，企业的技术创新主体地位大幅提升，科技双创

带动高质量就业的作用日益凸显。

“科技创新带动职业、产业，乃至社会结构的迁移。”优客工场创始人、董事长毛大庆在“科创中国”新时代创业者说活动上表示，技术革命推动传统行业转型升级，科技创新是行业转型升级的核心，在此过程中部分低创造性工种将被取代，大量新的就业岗位将被创造，同时推动部分工种知识升级、技术升级。

据悉，高新技术企业2020年提供3858.8万个就业岗位，其中，应届大学毕业生创业就业达51.6万人。

与会人士指出，科技双创过程中，融资困难仍是科技双创短板。“科技创新需要生态环境，创新人才是种子，风险资本是阳光，市场环境是土壤。”卓远资本创始合伙人、董事长袁宏伟认为，三大要素长期持续正向运动才能创造良好的创新生态，但是长期资本占比过低是目前创新生态的短板。

科技部火炬中心发布的《中国科技双创工作发展报告2020》同样指出，创业企业融资困难问题较为严重，疫情之后，风险投资基金、银行信贷等融资渠道对创业载体关注度走低，资本支持渠道匮乏。

袁宏伟说，希望更多社会资源能够配置到这一领域，为营造良好的创新创业生态添砖加瓦。

(新华社郑州10月21日电)