

10月8日上证综指走势图

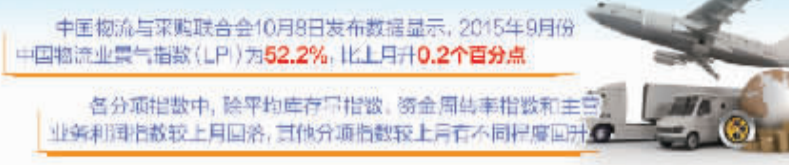


上证综指	深证成指
收盘 3143.36	收盘 10394.73
成交量 234.28亿股	成交量 230.68亿股

10月8日波动最大行业走势图



9月份中国物流业景气指数环比微升



让人民群众有更多获得感

——“十二五”为全面建成小康社会打下坚实基础

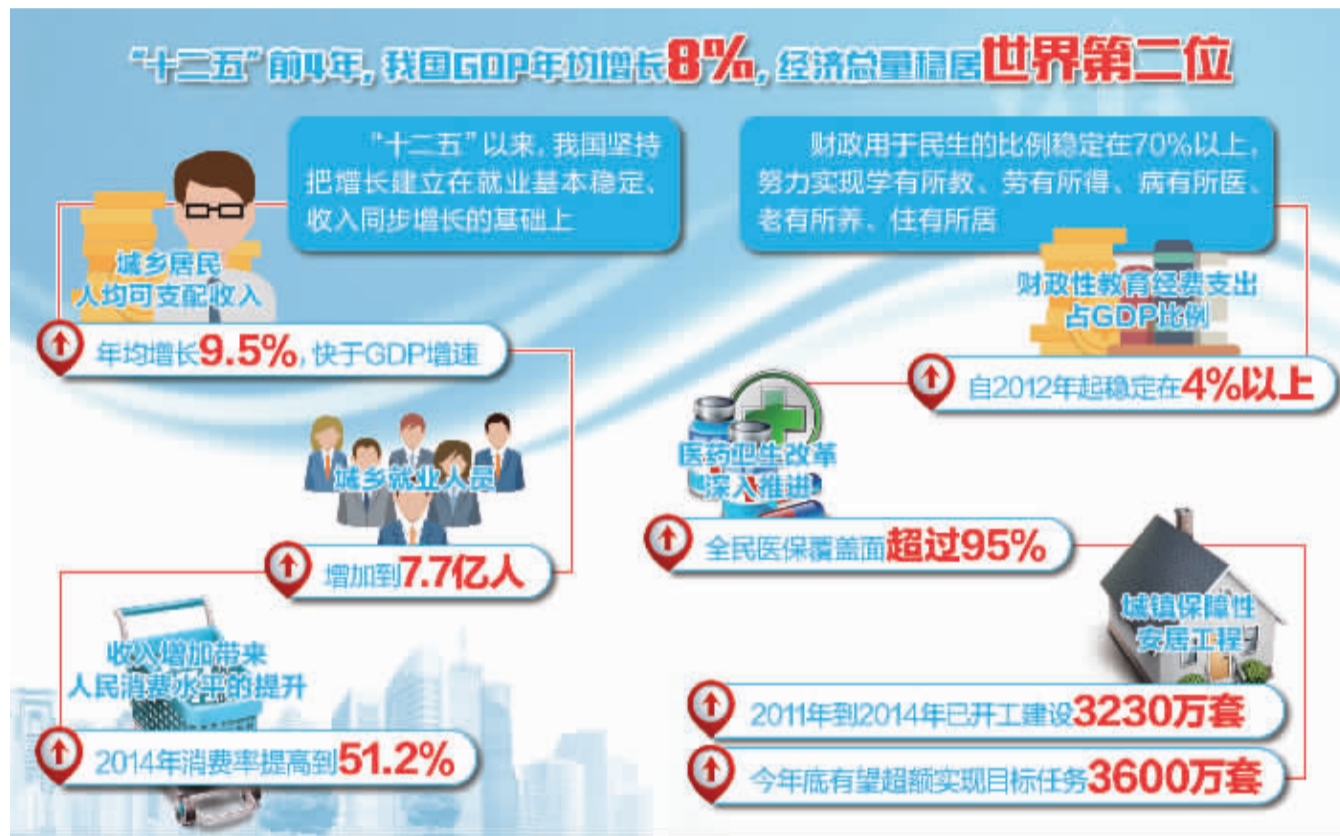
本报记者 张 双



开栏的话 “十二五”期间,特别是党的十八大以来,我国改革开放和社会主义现代化建设取得了新的重大成就,经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设和社会认同、世界瞩目。“让人民群众有更多获得感”成为衡量改革含金量的重要标尺。从今天起,本报推出“共创新辉煌·辉煌‘十二五’”系列报道,倾听百姓心声,聚焦百姓感受,反映我国“十二五”经济社会发展取得的巨大成就,敬请关注。

“十二五”实施以来特别是近年来,党和国家坚持把实现好、维护好、发展好最广大人民的根本利益作为发展的根本目的,把增进人民福祉、促进人的全面发展作为发展的根本出发点和落脚点,着力使改革发展成果惠及全体人民。老百姓的腰包越来越鼓,生活水平和幸福指数不断提高,人民群众在改革和发展中有了更多的获得感。

“获得感”来自日渐丰厚的收入。立国之道,惟在富民。针对2020年全面建成小康社会的宏伟目标,党的十八大提出“实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番”的新指标。“十二五”以来,我国坚持把增长建立在就业基本稳定、收入同步增长的基础上。2014年人均GDP达到7589美



元,迈入中等偏上收入国家行列。城乡居民人均可支配收入年均增长9.5%,快于GDP增速,居民家庭财产稳定增加。分配制度不断完善,居民收入在国民收入分配中的比重、劳动报酬在初次分配中的比重逐步提高。虽然经济增速放缓,新增就业却不降反增,城乡就业人员增加到7.7亿人,促进就业创业的政策体系初步形成。就业充分、收入增加,带来了人民消费水平

的提升。新的消费增长点不断产生,亿万群众的消费潜力成为拉动经济增长的强劲动力,2014年消费率提高到51.2%,消费需求对增长的贡献率提高到了50.2%,经济发展和民生改善的良性循环正在形成。“获得感”来自不断完善的制度保障。以基本公共服务为核心的民生保障制度不断健全,增投入、补短板、兜底线、织密网,将财政用于民生的比例稳定在

70%以上,努力实现学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居。财政性教育经费支出占GDP比例自2012年起稳定在4%以上,学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育普及程度全面提高,职业教育和技能培训规模日益扩大,学生资助政策体系逐步完善。医药卫生改革深入推进,全民医保覆盖面超过95%,基层医疗卫生机构服务网络逐步完善。(下转第三版)

今年“十一”假期销售额约10820亿元,同比增长11% 黄金周零售和餐饮消费首超万亿元

本报北京10月8日讯 记者李予阳报道:据商务部今天发布的“十一”黄金周消费数据,10月1日至7日,全国零售和餐饮企业实现销售额约10820亿元,同比增长11%。这是我国自1999年确立黄金周以来,零售和餐饮消费首次破1万亿元大关。数据显示,去年国庆黄金周,全国零售和餐饮企业销售额约为9750亿元;今年春节黄金周为6780亿元。

据商务部新闻发言人沈丹阳介绍,今年“十一”黄金周,全国消费市场繁荣稳定,销售保持平稳较快增长,传统消费提质升级,新兴消费蓬勃发展,大众消费、信息消费、绿色消费、旅游休闲、文体娱乐等成为节日消费亮点,消费正加快从注重量的满足到追求质的提升,从物质商品消费向更多服务消费转变。

商品销售亮点纷呈。应季服装鞋帽、金银珠宝、家用电器、信息产品、新能源汽车等商品热销,消费结构升级趋势明显。新款秋冬服饰陆续上市、销售较快增长;国庆“结婚季”引领家电销售热潮,智能、节能型产品更受欢迎;新的汽车消费政策效应开始显现,新能源汽车、小排量汽车尤受青睐,北京亚运村汽车销售额同比增长两成以上,部分新能源汽车销售一空。

大众餐饮持续红火。美食团购、网上订餐、半成品订制等新型餐饮消费模式颇受欢迎,一些传统餐饮企业携手外卖平台,推出送餐服务,让市民足不出户享受美食。江苏、内蒙古、湖北、河南、新疆等地重点餐饮企业营业收入同比分别增长17.6%、15.7%、14.5%、14.3%、14.1%。

文化休闲广受青睐。旅游、观影、看展、读书、运动等过节方式越来越受到民众青睐。健康休闲活动深受大众喜爱。各地影院人气爆棚,许多博物馆、科技馆、展览馆专门为黄金周设立了专题展、特展等,受到广大参观者的欢迎。

挖掘新亮点 释放新潜力

林高照



今年“十一”黄金周“成色”十足,7天时间,全国零售和餐饮企业实现销售额约10820亿元,比去年同期增长11%,再次显示了居民消费的强大潜力。

更为可喜的是,“十一”黄金周消费升级趋势明显。消费正加快从注重量的满足到追求质的提升,从物质商品消费向更多服务消费转变。

消费需求是最终需求,是经济增长的原动力。尤其在当前,在外需增长乏力的情况下,巩固经济企稳向好态势,促进持续健康发展,就要进一步发挥好内需的稳增长中的基础作用。我国有着巨大的消费群体和广阔的市场空间。扩大消费一方面要继续在提高居民收入、改善消费环境、完善社会保障体系、减少居民消费后顾之忧上下功夫,另一方面也要积极挖掘新的消费增长点,善于做足做大促消费的文章。

我国正处于消费升级的关键阶段,消费热点层出不穷。过去那种模仿型、排浪式消费特征已不复存在,高品质、个性化、多样化消费渐成主流。服务消费前景广阔,绿色消费方兴未艾。新能源汽车、节能家电等绿色产品正在形成新兴的消费潮流。信息、旅游休闲、养老家政健康、教育、文化体育等领域也都是需求的“富矿”,蕴藏着巨大的潜力。特别是“互联网+”模式下的新消费产品和模式层出不穷,正在给消费增添全新的动力。在“新常态”下,促消费是稳增长的关键、转方式的方向,创造和满足新的需求,挖掘新消费增长点正当其时。

内页点睛

逾8800亿元工程包助力稳增长

9月份,国家发展改革委批复的城市轨道交通、铁路、公路建设项目的投资总额超过8800亿元。在经济下行压力加大的背景下,一系列重大工程包的落实,将发挥好投资在稳增长中的关键作用,既为经济社会发展补短板,也为稳增长提供有力抓手。

5版

人民币跨境使用“高速公路”通车

10月8日,人民币跨境支付系统(CIPS)一期成功上线。该系统支持跨境货物贸易和服务贸易结算、跨境直接投资、跨境融资和跨境个人汇款等业务,有助于降低人民币跨境支付成本,将对实体经济及企业“走出去”等产生积极影响。

6版

来自基层

建好党支部 脱贫迈大步

——听山西平顺农民说“第一书记”

本报记者 魏永刚

山西平顺县是国家扶贫重点县。全县260多个村庄,有243个贫困村派驻了党支部“第一书记”。“第一书记”到农村干了啥?农民期望他们干啥?国庆假期,记者来到太行山深处的平顺县,走访了6个村庄,听农民说“第一书记”。

“最当紧的是组织建设。”这是东寺头乡安阳村党支部书记牛广玉的心愿。距安阳村不远处有天脊山和神龙湾两处风景区。玉米叶子可以做草编,草编就能到旅游区卖个好价钱;种植中药材,也是挣钱门道,村里人今年上山采摘连翘卖了30多万元。“这样的门路不少,缺的是带头人。”牛广玉说,村里25名党员,60岁以上的12名。平顺县国税局干部魏建北到村里担任“第一书记”,刚进村,牛广玉就和他商量组织建设。“党组织建好了,发展才有带头人。”

虹梯关乡臭水峪村230多口人,村里只有11位党员。“从2004年以来,就再没有发展过新党员。”臭水峪村原党支部书记

魏建北说,基层组织建设,抓队伍是基础。这两年,有10多个青年人从外地回来,依托附近的通天峡风景区经商。“年轻人回村是党支部的好机会,盼望‘第一书记’能多想办法,帮助发展党员。”“‘第一书记’要住在村里。”当了24年村党支部书记的魏建北,经历过很多来村里帮扶的干部。他感到,干部住下来群众才能熟悉你。住下来,干部才能了解群众。平顺县规定,“第一书记”在村里工作时间不得少于全年工作日总数的三分之二,明确要求“任职期间吃住住在村、工作到户”。“抓党建还要抓党员。”虹梯关乡虹梯关村党支部书记成松虎说,他盼望“第一书记”能在组织教育党员上想些有效的办法。

“着力加强基层组织”是“第一书记”到农村履职的第一项任务。平顺县组织部提倡派出单位与“第一书记”所在村党组织结对子、互帮互学。记者在东寺头乡安阳村,遇到平顺县国税局局长王小军。他趁假期到村里来,一方面了解“第一书记”魏建北的工作情况,另一方面也看看如何更好帮安阳村“精准扶贫”。王小军说,“向贫困村派‘第一书记’,是加强基层建设、推动扶贫工作的重大举措,山西省国税局对这项工作非常重视,我们选派‘第一书记’到村里来,就是要扎扎实实解决困难,促进农村发展”。这天,他和村干部梳理出了修水管、发展药材连片种植、建设护坡岸等几件具体事情,准备“捡当紧

的做起来”。平顺县组织部副部长王爱军说,年底前,组织部要督促派出单位党组织与农村党支部形成互动。

走访中,记者听到老百姓呼吁最多的是“第一书记”能为农村致富多做一些实事。“农村发展真是需要好帮手。”成松虎说,虹梯关村的老百姓都希望在农家乐基础上发展乡村度假旅游。“我们缺资金,缺人才,也缺思路。盼着‘第一书记’能提供新思路,带来新变化。”

平顺县组织部门的同志说,“第一书记”到村里要当“侦察员”,掌握农村情况;也要当“联络员”,把村里发展与所在单位的帮助联系起来;还要当好“指挥员”,与农村干部一起为推动城乡一体化、建设美丽乡村贡献力量。

智能制造带来底气

——青岛探索发展互联网工业调研之二

本报记者 陈静 秦海波 刘成

青岛森麒麟轮胎有限公司偌大的厂房里难见人影,一台台无人搬运车携带着一卷卷原料自如地穿行,密炼、压出、成型、硫化……在厂房的另一头,自动分拣系统则将成品轮胎分门别类地送去监测,再由机械手按照规格整整齐齐地码放在一起。将繁杂的生产工序串联在一起的,是原料上的RFID电子标签和轮胎上的条码,数据就是设备和设备之间无声的语言。

森麒麟公司总经理林奕龙表示,这条年产500万条半钢子午线轮胎的生产线只有273名工人,而传统生产线需要

800多人。“工人少了,但生产效率却提高了。相比传统生产线只有60%多的设备利用率,我们可以超过80%。”

在《经济日报》记者对青岛工业企业的走访中,像森麒麟车间这样“高大上”的场面屡见不鲜,这其中既有产能名列国内前茅的大企业,也有名不见经传的中小企业。在青岛市经济和信息化委员会主任项阳看来,互联网工业是青岛工业转型升级发展的根本出路,“青岛的互联网工业落脚点在智能制造,数据驱动是智能制造的关键,这才能带来基于互联网思维下的

全生命周期创新。”

作为工业产值近17000亿元的工业大市,青岛存量工业的贡献率高达94%,这也让青岛关于互联网工业的实践更具有参考价值。数据驱动的智能制造如何引领传统工业制造方式的变革,又怎样为其注入新的竞争力?

“智造”赋予的加速度

智能制造带来的转型升级“加速度”如何体现?效率和质量总是被最先提及的答案。青特集团是一家大型特种

汽车和汽车零部件生产企业,车桥是企业的拳头产品。青特集团副总裁纪奕春对智能工厂带来的改变记忆犹新:“过去人家说,你们老厂区除了黑灰就是黑灰,连麻雀都是黑的,但现在车间地上一粒沙子都没有,生产完全实现了自动化。从毛坯上线到部件下线,过去需要23个人分工协作的工作,现在只要2个人就能完成,劳动生产率从以前的每人每年21.52万元提高到40万元。”

专门生产曲轴的青岛德胜机械制造有限公司,2013年建成了国内第一条摩托车曲轴智能化生产线。(下转第八版)