

节粮减损依法治理仍任重道远

粮食大事

如今,节粮减损已经成为我国保障粮食安全的重大战略举措。有关部门必须强化忧患意识,建立健全相关法律规范,实现全链条依法管粮、依法节粮,以节粮减损促进粮食安全保障水平的提升。

疫疫情肆虐、国际粮食市场不确定性增加,以及国内粮食供需长期不平衡的态势下,我国要牢牢守住粮食安全主动权,把中国人的饭碗牢牢端在自己手上,必须坚持开源与节流并重,增产与减损并举。一方面,要毫不松懈地抓好粮食生产,实现粮食稳产增产的目标;另一方面,要千方百计推进粮食产业全链条节粮减损。可以说,节粮减损等同于粮食增产,是增加粮食有效供给的“无形良田”。

收减损技术,加强农机作业质量管控,减少播种环节种子浪费和收获环节粮食损失;在收储环节,完善粮食产后服务体系,引导和帮助农民做好科学储粮,实现颗粒归仓;在仓储环节,全面推进现代化粮食仓储设施建设,广泛采用绿色低温储粮技术和智能化技术,通过精细化管理,真正做到“宁流千滴汗,不损一粒粮”;在运输环节,加快现代物流设施建设,大力发展散粮汽车、火车专列、集装箱等物流方式,提升粮食物流信息化水平,减少传统包装运输带来的损失;在加工环节,以适度加工为突破口,开展全谷物食品研发,延伸粮食产业链,加强粮食加工副产品高效利用和循环利用,提高成品粮出品率和原粮综合利用率;

刘慧

最近,中国人流行的打招呼方式不再是“吃了吗”,而是“新冠疫苗打了没?”甚至连洗脑神曲《学猫叫》也被改成“我们一起打疫苗,一起苗苗苗苗苗”……这条由深圳某社区率先推出的横幅,被网友戏称为自带BGM(背景音乐)的“最洗脑标语”,在网络走红。

走红的不止这一条标语,“朋友一生一起走,先打疫苗再聚首”“每个人的身上都有疫苗,让我为你打疫苗”……从市区到村镇,基层社区工作者们干起了活跃气氛的活,各种萌萌的标语营造出欢快的打疫苗氛围,送鸡蛋送油、白云观免费摸猴更是让各地网友掀起了花式比拼打疫苗“福利”的热潮。

打疫苗还需要鼓励,可能跟目前中国人特有的安全感有关。与国外病毒传播速度相比,中国对病毒严防死守,显得非常安全。比如,上周全球新增新冠肺炎确诊病例超过520万例,是疫情暴发以来单周新增病例数最多的一周,而我国疫情防控形势不断巩固。

既然中国是全世界疫情中相较而言最安全的国家,那中国人民不着急打疫苗,在一定程度上可以理解,因为没有疫情当头的紧迫性。但实际上,中国仍然存在疫情输入和局部流行的风险。新冠肺炎对所有公众来说都是易感疾病,对于慢性病人、老年人的合并重症率非常高,目前全球的病死率超过2%。当前,国际疫情快速蔓延,给我国带来的输入性风险持续增加,防控压力并未减轻。从感染风险分析,对绝大多数人来讲,如果没有打疫苗,没有针对新冠病毒的免疫力,就都有患病可能,部分人群患病后果还比较严重。

因此,重新厘清地方金融机构定位、夯实资本实力、完善公司治理机制成为当务之急。首先,地方金融机构的发展方向必须是“服务本地”,不能“全国各地到处跑”,要有抗拒盲目做大诱惑的能力,扎根在当地,做小、做细、做实。具体来看,应该聚焦小微企业和“三农”以及个人金融服务,满足当地企业和居民的金融需求,特别是要把一些薄弱环节填补起来,这既是地方金融机构的优势所在,也是其应该承担的使命。

其次,制定中小银行深化改革、补充资本的实施方案,金融监管机构要配合地方政府摸清风险底数。同时,支持地方政府继续通过多种市场化途径引进投资,增强中小银行资本实力。最后,要健全公司治理机制,将党的领导融入公司治理各个环节,强化股权管理,依法清退问题股东,特别要加强新进入股东的资质审查,严防大股东操纵和内部人控制。

因此,让我们大家一起打疫苗吧,疫苗有必要打、供应量足够打、国家免费给大家打。对于管理者,打疫苗不是单纯追求数据;对于接种者,打疫苗也不是为了贪“福利”小便宜。提高新冠疫苗接种率,是为了早日建立全民健康屏障,为了全世界早日恢复正常运行。

『一起打疫苗』,安全且必要

余惠敏

切莫“耕别人田、荒自己地”

郭子源

日前,国务院金融稳定发展委员会召开会议强调,研究加强地方金融机构微观治理和金融监管等工作,要求以优化金融供给侧体系为目标,坚持问题导向,标本兼治,深化改革,加强监管,促进微观治理机制见效、地区金融生态改善。从今天开始,时评推出“加强地方金融机构微观治理和金融监管”系列评论,敬请关注。

定位,专注主业,立足本地,切莫盲目“垒大户”“全国到处跑”,到头来“耕别人田、荒自己地”。

监管部门一直鼓励发展、壮大地方金融机构,其主要目的是为了形成大、中、小、微型金融机构分工协作、“多样化、特色化、广覆盖”的机构体系,不同类型的机构各司其职,充分发挥自身的资源禀赋,为实体经济提供差异化、全方位的金融服务。

融机构由于天生缺乏大型企业客户,与国有大行相比,它们往往较难获取低成本的公司存款,加之个人客户存款近年来持续出现“搬家到理财产品”的现象,进一步加剧了地方金融机构的存款波动,抬升了负债成本。

由于负债成本上升,在资本逐利、经营压力等因素的驱动下,地方金融机构必然会提升资产端收益,即提高贷款利率或增加贷款规模。同时,受日益激烈的同业竞争影响,部分地方金融机构生存状况恶化。此外,地方金融机构多为中小银行,普遍面临资本补充渠道有限、资本金不充足等突出问题。

加强地方金融机构微观治理和金融监管

新产品双轨并进 新能源加速布局

梅赛德斯-奔驰多款主力及子品牌车型星耀 2021上海车展

梅赛德斯-奔驰携旗下多款主力及子品牌共计26款车型璀璨亮相2021(第十九届)上海国际汽车工业展览会。其中包括3款全球首发,3款中国首发和3款中国上市,足可见梅赛德斯-奔驰不断丰富产品矩阵的新成果。在9款重磅产品中,全新EQB纯电SUV,全新EQS纯电轿车和全新EQA纯电SUV集体登场,展现了梅赛德斯-奔驰在新能源领域加速布局的决心和决心。

2021年是“梅赛德斯-EQ之年”。全新EQA纯电SUV和全新EQB纯电SUV是奔驰全新子品牌梅赛德斯-EQ推出的首批新生代纯电车型,丰富了电动车客户的选择。全新EQS则是梅赛德斯-EQ的旗舰电动车型。

“我们希望打造豪华电动座驾,也希望通过全新EQS开辟全新细分市场,并将豪华电动出行拓展至崭新维度。我们还将继续基于专属电动平台打造更多产品并推向市场。在现在的转型过程中,除了不断强化传统优势,我们将基于传统优势继续打造新的产品,拓展新的竞争力。”北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官杨铭(Jan Madeja)对此信心满满。

全新EQS不仅是一款大型纯电豪华轿车,也是基于豪华行政座驾平台打造的纯电车型。全新EQS凭借一脉相承的先锋豪华理念:修长的“弓形设计”车身,加之机盖与轮拱的无缝设计和溜背造型,车身姿态优雅流畅,同时使风阻系数低至0.20。全新EQS 580 4MATIC车身采用双色车漆,这是奔驰首次在梅赛德斯-迈巴赫车型之外采用双色车身,以传统豪华配色彰显旗舰地位;全新EQS车身长度超过5.2米,轴距超过3.2米,后排空间近1米,令其率先成为中国市场真正意义上大型电动豪华汽车,树立了细分市场典范。

全新EQS拥有绿色高效的电动豪华:全新EQS基于纯电平台正向研

发,提供多种动力版本,配备双永磁同步电机,以澎湃动力满足追求性能的客户群体的喜好,可带来CLTC工况下可达800公里的续航里程;同时,未来全新EQS的客户还可享受由梅赛德斯-EQ品牌提供的高品质“星”充电服务。截至2021年3月,已实现全国62个城市的334个“星驿站”建设,合计提供近1000个充电桩。

全新EQS展示体验为先的数字豪华:宽度超过141厘米的MBUX超联屏是梅赛德斯-奔驰迄今为止在其量产车型上所配备的最大尺寸人机交互界面。在令人印象深刻的数字美学之外,它也代表着纯电动豪华车型的领先智能水平。首先,其采用奔驰原创的“零层级界面”

动开闭,以优雅姿态彰显不凡身份;后轴的转向角度可达10度,在10.9米直径内实现一台超过5米的大型豪华座驾的灵巧转弯;全新HEPA Filter功能的加持将雾霾终结者3.0功能升级成为“畅新空气护盾”,在实验室环境下可实现99.65%的过滤效果;值得一提的是,全新EQS配备全面的智能驾驶辅助系统,在不久的将来可以实现L3级别自动驾驶辅助,令你在旅途中惬意无忧。

杨铭解释:“这款车虽然与S级轿车是两款迥然不同的旗舰,但凭借奔驰对舒适、豪华、科技、安全、高品质一脉相承的追求,既有可能吸引到青睐‘S级’体验的客户,也能凭借其特殊性,有机会吸引到不同的新客户,尤其是特别想要拥有一辆豪华电动出行座驾的客户。”

在不断扩充的产品阵容和不断提升的服务体验中,梅赛德斯-奔驰正在逐步赢得更多用户的信赖。今年一季度,得益于经济整体稳中加固、稳中向好态势,梅赛德斯-奔驰与经销商合作伙伴共交付222520台乘用车,同比增长60.1%,为奔驰历史最高一季度销量,其中,1月份销量近10万台,创奔驰在中国单月纪录。C级车、E级车、S级车、GLC SUV等产品均实现高两位数增长。

随着全球新一轮科技革命和产业变革深入推进,“智能化和电动化”已成为汽车产业转型升级发展新趋势。杨铭认为,在转型过程中,传统企业与新兴企业所面临的挑战不同。新兴企业生而专注电动车,所以更为灵活。对于传统企业,奔驰在保证从产品和体验层面服务好现有客户群体的同时,也在全力提速,向新的出行领域转型和发展。他相信,那些优秀的“传统”燃油车企一定会在转型中取得成功;而新造车领域,也会经历行业以往有过的大浪淘

沙过程,部分强者将会胜出。同时,奔驰也在关注创新模式,特别是在新能源领域的探索。“但这不代表我们对目前的零售网络不满意。”杨铭说,“无论是从线下到线上,我们一直在持续不断地发展和强化我们的零售模式。我们现在有4S店、EQ体验站、AMG体验中心等丰富灵活的形式。我们将基于对新模式的学习和对客户的洞察,探索未来如何在形式上、渠道上采取不同的可能性。对于我们来说,扎实的经销商零售网络是我们无比宝贵的资产。在未来趋势的学习和探索方面,我们将和经销商合作伙伴一起完成,共同挖掘未来零售的更多可能。”

从燃油车向新能源车转型的背后,是梅赛德斯-奔驰积极响应中国2060年前实现碳中和的目标,将经济、社会、环境效益的多方良性发展纳入企业发展愿景,从生产制造、电动阵容、动力电池、基础设施等多个维度,全方位推动可持续的生产运营。未来,梅赛德斯-奔驰将以“2039愿景”为可持续重要目标,致力于全系产品阵容电动化及全面实现业务碳中和,为中国实现“碳达峰”“碳中和”目标贡献力量。

(数据来源:北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司)



北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官杨铭(Jan Madeja)



▲全新EQS搭载宽1.41米的MBUX超联屏,在迄今奔驰全球量产车型中更胜一筹

▲全新EQS纯电轿车在中国首秀,树立大型豪华纯电轿车市场全新典范

概念,导航、影音系统等核心功能始终展示于屏幕顶端,所有关键信息一触即达;其次,依托于强大的AI人工智能和350多个传感器,MBUX拥有高度学习能力,“心电感应助理”可为不同用户推送多项定制化的功能服务,智慧而人性化的功能甚至在你意识到之前,就已将所需呈至面前。

全新EQS提供以人为本的科技豪华:前后排均配备电动舒适车门,甚至无需伸手即可自