能源广角

乌兰察布给资源型城市上了一课

最近，乌兰察布“机房运维月薪3万元”的话题刷屏网络，让这座以“中国薯都”闻名的北疆小城，一跃成为人工智能产业的热门就业目的地。近年来，华为、苹果、阿里巴巴等众多头部科技企业云集于此，大型AI数据中心接连在草原上拔地而起。从土里刨食的土豆产业，到“风光中取数”的算力经济，乌兰察布每亩土地产值实现百倍跃升。一座出产土豆的小城，凭什么接住AI算力的风口？

答案藏在得天独厚的资源优势里。算力产业首先是电力产业，大型智算集群是不折不扣的“电老虎”，电费占据运营成本七成以上。乌兰察布手握多张王牌：一是风光资源富集，新能源装机规模稳居全国前列，绿电供给充足，电价处于全国低位；二是冷凉气候得天独厚，每年近10个月可以依靠自然风冷降低机房能耗，进一步压缩运营开支。再加上紧邻京津冀、网络时延低的区位便利，以及“东数西算”国家战略支持，多重优势叠加，让数据中心心甘情愿向草原集聚。

坐拥绿电资源，并不等于自动拥有算力产业。能源禀赋只是入场券，想要留住项目、稳住产业，还要跨过三道现实门槛。第一道关口是电网配套。新能源“看天吃饭”，大规模数据中心又不能断电，必须依靠储能调峰设施、智能电网，搭建源网荷储一体化体系，才能让新能源发电平稳匹配算力负荷。第二道关口是绿色认证。头部科技企业布局智算中心，优先采购可溯源的绿色算力，绿电交易机制、绿证核发体系必须同步完善。第三道关口是人才供给。数据中心核心工作，要求从业者精通电气、制冷、网络与服务器运维，单纯依靠本地原有农牧业劳动力远远不够。“用好绿电、建好配套、留住人才”，乌兰察布这些年下了不少功夫，增强了发展算力产业的底气。

当下的乌兰察布，已经顺利走完数据中心落地的上半场，但想要持续做大做强，必须走出“机房房东”的单一发展模式。只依靠出租机柜、赚取电费差价，仅能赚取产业链最底端的微薄利润，很容易陷入同质化电价竞争。算力产业的下半场，在于延伸产业链条，把算力资源转化为多元产业增量。从单纯建设机房，转向布局数据标注、算力调度、大模型微调、灾备存储、运维人才培训等配套产业，吸引数字服务企业集聚，形成“算力供给—数据加工—智能应用”的完整闭环。电费成本带来的短期吸引力终会趋于饱和，只有培育起良性循环的产业生态，才能让算力产业扎根生长。

乌兰察布的突围之路，为全国众多资源型城市提供了可借鉴的发展样本。长期以来，不少资源型城市陷入向外输出能源的路径依赖，只扮演能源原材料输出地角色，产业附加值长期处于低位。乌兰察布给出的新思路，是就地承接高耗能数字产业，把外送的电力留在本地，将风光资源转化为算力产能，实现从“卖电”向“卖算力”转型。

当然，这一模式不能简单照搬复制。各地不能只比拼电价高低，更要综合考量电网稳定性、网络条件、绿色认证、营商环境与人才保障，因地制宜找准定位：资源富集、气候冷凉的地区可以主攻智算中心；交通便利、成本适中的城市可以布局数据标注与算力外包；生态承载力强的区域可以重点发展异地灾备中心，避免一哄而上、重复建设。政府层面更须持续完善配套，保障用地用能、畅通电力市场化交易、完善技能培训与生活配套，让外来年轻人既能找到高薪工作，也能安心安家落户，让人才引得进、留得住、发展得好。

资源禀赋只是发展起点，资源转化能力才是拉开发展差距的分水岭。放眼广袤的西部大地，风能、太阳能资源遍地开花，不少城市手握充足的绿电资源，关键在于能不能把廉价的绿电，加工成算力、绿色氢氨醇等高附加值的产品，并进一步延伸成更完善的产业链。从“薯都”到“算力之都”，乌兰察布写下的产业故事，为资源型城市换道超车照亮了新路。



本报记者 祝君壁

经典正年轻

□ 本报记者 史梦浩

古瓷加速融入当代生活

我国制瓷技艺绵延千年，是陶瓷生产、消费和出口大国，陶瓷产业分布广泛、产区特色鲜明，景德镇、德化、醴陵、龙泉、吉州等产区各有传承、特色分明。不久前，工信部等6部门联合印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》，首次从国家层面为历史经典产业出台专项政策，瓷器作为重点门类纳入其中。

跨越千年，窑火不熄。如今，作为历史经典产业的瓷业正在新时代下转向规范化、品牌化、数字化高质量发展，不断焕发青春活力。

主体多元

一叶金黄藏于漆黑莹润的盏底，随茶水注入，在水波中轻轻浮荡。这番“一叶飘空天似水”的景象正来自吉州窑的传世瑰宝——木叶纹盏。

然而，这一烧制技艺曾在元末断承，直至上世纪80年代，经国家级非遗代表性传承人刘品三反复试验，才让木叶纹盏工艺成功复烧。此后，一代代匠人接续攻坚，沉下心钻研古法、带徒传艺、大胆创新，让古老手艺不只停留在展品陈列。

与此同时，“90后”“00后”创客以及返乡手艺人等涌入赛道，成为瓷业发展的新鲜力量。在江西景德镇，这群人自称为“景漂”。数据显示，10余年来，景德镇人口持续净流入，3400多名非遗传人、10多万名青年创客，50多个国家的6万多名“景漂”跨越山海，相聚景德。

如何激活这批新生力量？轻量化的OPC（一人公司）创业模式正在景德镇走红。不久前，景德镇创意设计OPC大赛发布了正式入孵名单，27岁的为青陶瓷工作室主理人冀莫凡带着作品成功入围。他报名的是AI+产品设计赛道，希望把传统文人画里的竹意，与景德镇釉上描金、描银手工工艺相融，打造适合国人日常使用、兼具东方审美的茶器与酒具。

“陶瓷创作本身具有个体化、精细化、品牌化的特质，不少创客虽然有创意、有手艺，却很难独立完成品牌打造、市场推广全链条。而‘一人一品牌、一人一公司’的理念，恰好适配这种创作形态，与景德镇手工艺人、设计师和工作室生态高度契合。”景德镇陶邑文化发展有限公司董事长刚好说。



消费者在2026中国景德镇国际陶瓷博览会上参观选购陶瓷产品。 胡敦煌摄（中经视觉）

在景德镇陶溪川文创街区，还有候鸟计划、培根计划等品牌孵化项目，为海内外年轻创客提供完善的公共服务和便利的共享平台。截至目前，陶溪川已成功孵化独立陶瓷品牌6830个。

科技赋能

烧制是陶瓷生产最考验经验的环节。景德镇红叶陶瓷车间内，智能大屏上数字跳动，系统自动调控着窑炉工况，无需老师傅肉眼观火，釉色匀净、品相统一的瓷器便能从产线上稳定产出。

这份稳定得益于5G+AIoT窑炉数智化管控系统的应用。该系统由景德镇陶瓷大学中国轻工业陶瓷研究所牵头，联合天翼物联、江西电信、南京邮电大学共同研发。系统依托5G低时延、高可靠特性，实时采集窑炉温度、能耗、火焰光谱等海量数据，通过AI算法动态优化调控方案，智能匹配最优烧窑曲线。

中国轻工业陶瓷研究所高级工程师李涛表示，传统陶瓷生产工序繁杂、能耗偏高、成品一致性难以稳定保障，行业整体数字化基础薄弱，核心工艺环节高度依赖人工经验。数智化技术赋能可推动传统陶瓷生产从经验驱动迈向数据驱动，在守护陶瓷文化根脉的同时，持续提升陶瓷生产效率与产品品质。

近年来，3D打印、大数据、人工智能等新技术持续向陶瓷产业渗透，数智化转型沿着制瓷工序全链条展开。

走进福建省泉州市德化县的同鑫陶瓷有限公司生产车间，3D打印机来回“临摹”间，一个精美的异形花盆随之出现。景德镇蓝印子陶瓷有限公司将300余种传统釉方入库建模，搭建起数字釉色库与智能配比系统，釉色复刻精度可达99%。

伴随消费端个性化、小众化需求持续增长，柔性生产模式顺势而起。陶雅科技依托数字化激光打印陶瓷工艺突破传统制造瓶颈，可敏捷响应小批量个性化订单需求，让一只马克杯、一套茶具甚至单件纪念瓷板实现专属定制。

单产区的智造升级之外，一条跨产区协同的数字纽带正在织就。由中国陶瓷工业协会等机构联合打造的全国首个陶瓷特色专业型工业互联网平台，现已入驻全国各地产业链企业2123家，陶瓷标识解析二级节点标识解析量超1.66亿次，获评工信部特色专业型工业互联网平台，让各地陶瓷行业主体共享数字红利。

业态丰富

破圈入日常。陶瓷行业新消费群体的出现不断催生着新的业态供给，产品形态、消费场景、流通渠道、商业模式持续重构，古老瓷器正大步走进当代生活。

适配年轻人偏好的产品屡屡成为爆款。咖啡杯、香插、香薰灯等产品轻巧简约，适配办公桌等现代场景，得到众多学生、上班族的喜爱。此外，不少企业与工作室主动拥抱IP联名。景德镇辰天陶瓷与泡泡玛特合作联名，创新运用扒花、珐琅等非遗技艺设计潮玩新品，陶瓷版Molly上线2秒，4万套订单便被抢购一空。

走进河北省保定市西大街定窑语茶空间，赏瓷、品茶、住宿、研学自然融为一体。其打造的沉浸式文旅业态，是全国各地“陶瓷+”融合场景打造的缩影——非遗研学工坊、窑厂沉浸式体验、陶瓷主题民宿、城市文创空间……不断扩展延伸的陶瓷产业边界打开了新的广阔消费空间。

景德镇陶溪川陶公塾的多家研学基地游人如织。“上土”陶艺基地负责人陈锋告诉记者，来做陶艺的人越来越多了，不少外地上班族专程奔赴瓷都感受陶艺，年轻人尤其多。

蓬勃的瓷业振兴浪潮席卷而来之际，复兴吉州窑的梦想也被点燃。江西省吉安市、县两级政府在吉州窑遗址保护区附近2公里处，规划建设了占地3000亩的吉州窑文化产业园，吸引陶艺大师和相关企业入驻。65家陶瓷企业（作坊）成立吉州窑陶瓷产业知识产权联盟，先后有57家企业（作坊）131人次走出江西、走出国门，传播吉州窑文化。

作为历史经典产业，瓷器曾循着丝绸之路远销四海，写下商贸与文化交融的盛世华章；也曾遭遇技艺失传的危机、市场化风浪的淘洗。不过，纵然窑火时有黯淡，却能始终薪火不绝、新意绵长，这份跨越千年的蓬勃生命力已然成为中华文明连续性的鲜活印证。而它的背后，离不开接续奔涌的人才活水、工艺智慧，更离不开融入血脉、代代相守的文化热爱。

水泥

今年前三季度，全国水泥需求延续下降走势。国家统计局数据显示，前三季度，全国规模以上企业累计水泥产量11.31亿吨，同比下降8.6%，较去年同期扩大3.4个百分点，累计产量为近18年以来同期最低水平。水泥市场供需矛盾仍然突出，但水泥企业海外业务体量的扩张，部分对冲了国内主业下行，海外业务占比较大的龙头企业显现较强的盈利韧性。

数字水泥网总裁陈柏林分析，三季度水泥需求延续疲软态势，主要受相关投资同比降幅持续扩大以及基建实物工作量释放节奏偏慢影响，叠加高温雨季等季节性因素扰动。从区域来看，前三季度全国六大区域水泥产量均较去年同期有较大下滑。其中，华东、东北、西北地区下滑幅度超过全国，降幅超2位数；西南地区下滑幅度最小，为3.23%。

“从供给端来看，水泥行业错峰生产虽然保持常态化推进，但由于产能基数大、区域协同执行力度不一，部分区域超产现象仍然存在，库存持续攀升至高位，导致水泥价格普遍跌破成本线，多数企业在亏损状态下承压经营。”陈柏林说，7月份至8月份，水泥价格、需求持续双双走低，直到9月份水泥旺季需求阶段回暖。多地持续强化行业自律及错峰生产，叠加部分地区严格按批复产能组织生产，使水泥库存有所下降。

值得关注的是，前三季度，水泥和熟料出口量创18年以来同期新高。根据海关总署统计，2026年前三季度，我国水泥和熟料共出口2096万吨，同比增长181.6%，其中，水泥出口629万吨，同比增长40%；熟料出口1467万吨，同比增长398%。出口价格处于低位，水泥离岸价格（FOB）平均价为46.2美元/吨，比去年同期下降4.5美元/吨；熟料FOB平均价为33.4美元/吨，比去年同期下降2.5美元/吨。出口地主要是孟加拉国、加纳、菲律宾等国家和地区。

企业运营现状印证了行业发展动态。例如，华新建材集团股份有限公司近日发布三季度报告称，前三季度公司实现营业收入296.90亿元，同比增长18.60%；归属于上市公司股东的净利润28.26亿元，同比增长41.05%。据其相关负责人介绍，公司业绩增长主要得益于海外新增产能稳步释放、销量增加。

水泥是重要的基础建筑材料，下游需求主要来自基建、房地产和农村市场，价格受供需格局和错峰生产政策影响明显。记者从中国水泥协会获悉，前三季度，水泥价格呈现“深度探底，后续回升”走势。8月价格为年内最低点，虽然9月价格有明显回升，但价位依旧处于较低水平。数字水泥网监测数据显示，1月份至9月份，全国标号42.5散装水泥市场平均价为328元/吨（成交落地价），同比下降44元/吨，跌幅为12%。其中，三季度价格深度下探至316元/吨，同比降幅为8%，为全年价格低点。

陈柏林表示，三季度水泥价格深度下跌主要有三方面原因。一是宏观投资总量承压，内需修复偏弱。二是台风、降雨及高温天气对现场施工形成阶段性扰动，需求短期超跌，难以对水泥价格形成有效支撑。三是行业处于下行周期，部分地区企业采取以销量保市场份额策略，低价抢量、非理性竞争现象突出，导致水泥价格普遍跌破成本线。

进入三季度后，煤炭价格持续上行，直接推高水泥生产成本。因此，三季度末水泥吨成本普遍增加30元至40元，进而带动水泥价格跟涨。进入10月份，全国水泥价格持续反弹，连续上涨。

展望四季度，有关专家表示，在前三季度全行业大面积亏损倒逼的背景下，行业企业“反内卷”意识阶段性增强，企业为提升盈利积极推涨价格。同时，受原燃材料价格持续上涨推动，加之部分地区产能管控和错峰生产导致供给收缩，预计后期水泥价格有望持续修复。四季度将成为年内水泥行业最重要的盈利修复窗口，但需求偏弱现象暂难改变，行业全年扭亏仍面临较大难度。

本版编辑 李和风 美 编 高 妍

江西外语外贸职业大学

党建领航“奋外红” 铸魂育人建新功

江西外语外贸职业大学因外贸而立、乘开放而兴，2026年6月升格为公办本科层次职业大学，实现办学层次的历史性跨越。

学校党委以“奋”为精神内核、“外”为特色路径、“红”为政治底色，打造“奋外红”党建品牌。学校连续2次入选国家“双高计划”建设单位，并以优秀等次通过考核验收。

以“奋”聚力，在担当实干中践行初心。坚持“以实绩论英雄、到一线选干部”，推行“重点任务书记领航”“项目攻坚党员挂帅”机制。近年来涌现出“全国高校黄大年式教师团队”、国家级职业教育教师创新团队及“全国模范教师”等教学名师。赛教融合成效显著，累计获世界职业院校技能大赛奖项22项、全国职业院校技能大赛奖项59项，学生竞赛获奖数量与质量稳居全国高职院校前列。

向“外”图强，在服务大局中夯实定位。作为全国首批商务部国际商务官员研修基地，学校累计承办援外培训项目381期，培训来自143个国家的9618名官员，促成经贸合作超40亿元。牵头成立江西省“天工学院”联盟，携手龙头企业在英国、巴西等国建立10个“天工工坊”，输出课程标准20项，连续两年获评全国职业院校“国际影响力50强”。与40多家龙头企业深度合作，牵头组建的江西国际商务职业教育集团入围全国示范职教集团。

以“红”铸魂，在善作善成中擦亮底色。打造“红果桑”“耕云红”等“奋外红”党建品牌集群，形成“一学院一品牌、一支部一项目”格局，培育全国党建工作标杆院系1个、样板支部3个。深化“三全育人”改革，打造“红译员”等教育部思政精品项目5项，组建“行走的红译员”实践队，构建多元协同思政育人机制。

下一步，学校将继续以“奋外红”党建品牌为引领，在教育强国建设新征程上奋力书写崭新篇章。（晏 斌）

·广告

中国农业银行惠州分行

助力惠东县现代化海洋牧场建设

广东省惠州市惠东县海域广阔、海洋渔业资源丰富，是现代化海洋牧场建设的重要承载地。立足县域海洋特色产业，中国农业银行惠州分行（以下简称“农行惠州分行”）精准深耕海洋金融，依托专项信贷政策、特色产品和全链条服务，将金融资源投向深海养殖、种业研发、冷链仓储、精深加工等重点领域，赋能海洋牧场全产业链提质升级。

海洋养殖前期投入大、周期长，海上设施难以抵押，经营主体普遍存在融资难题。农行惠州分行主动上门调研，精准对接企业需求。一方海（广东）海洋牧场有限公司项目前期投入超亿元，曾面临较大资金压力。在农行惠州分行专项信贷支持下，企业经营稳步向好，目前拥有深水网箱185口，养殖海域近50公顷，年产成鱼1500吨。

针对渔船购置维修、网具更新、出海备料等周期性融资需求，农行惠州分行出台海洋产业专项信贷政策、配置专属授信额度，创新推出“海洋牧场龙头贷”及种业、养殖、冷链系列特色产品，通过“信用+担保”多元增信模式，破解涉海主体抵押物不足难题。

针对海水鱼类良种繁育研发周期长、投入高、风险不确定的特点，农行惠州分行依托省市联动机制，精准落地专项授信。在金融助力下，当地黄唇鱼人工繁殖技术持续突破。同时，农行惠州分行持续延伸服务链条，依托“种业贷”“养殖贷”“冷链贷”等专属产品，将金融服务覆盖种苗培育、海上养殖、仓储冷链、精深加工全流程。创新“合作社+基地+科研+农户”服务模式，助力海产品深加工、鱼胶萃取等业态发展，拓宽渔民增收渠道。

截至今年10月末，农行惠州分行累计服务海洋牧场行业客户超千户，投放贷款3000多笔、金额6.3亿元，贷款余额3.9亿元。下一步，农行惠州分行将持续完善海洋金融服务体系，加大海洋牧场重点领域信贷投放，为县域海洋经济提质增效提供金融支撑。（林晓茹）

·广告

上海银行

提高服务实体经济质效 夯实高质量发展基础

2026年10月30日晚间，上海银行（601229）发布2026年第三季度报告。2026年以来，上海银行坚持战略引领，扎实做好金融“五篇大文章”，加快转型发展与结构调整，强化风险防范化解，服务实体经济质效持续提升，高质量发展基础不断夯实。

报告显示，截至2026年9月末，上海银行资产总额33,688.63亿元，较上年末增长1.82%；客户贷款和垫款总额14,976.74亿元，较上年末增长3.95%，增速快于去年同期1.40个百分点，贷款和垫款总额占资产总额比重较上年末提高0.91个百分点；存款总额18,528.43亿元，较上年末增长6.83%，增速快于去年同期1.32个百分点，存款总额占负债总额比重较上年末提高2.88个百分点。

聚焦服务实体经济 强化重点领域金融支持

上海银行立足金融服务实体经济本源，深度融入国家及区域重大战略，锚定高质量发展主线，持续夯实经营基础，稳步提升发展质效。截至2026年9月末，上海银行公司客户总数30.35万户，较上年末增长4.05%；人民币公司贷款和垫款余额、存款余额分别较上年末增长14.01%、8.49%。2026年1月至9月，人民币公司存款付息率同比下降0.33个百分点。

上海银行坚守金融服务实体经济初心，深度对接重点产业、重点项目，以专业化的金融供给破解企业融资难点。2026年1月至9月，制造业贷款投放金额1,052.01亿元，同比增长21.61%；截至2026年9月末制造业余额1,334.79亿元，较上年末增长19.54%。

上海银行持续夯实对公综合金融服务能力，依托交易银行、投资银行两大服务体系，不断延伸金融服务覆盖的广度与深度。司库服务体系“上行e企赢”全面焕新，以AI大模型与智能体赋能司库管理，聚焦“数智+跨境+穿透”全面提升司库服务能力，“定制化+标准化”双轨并行为各类客户提供专业司库服务。

紧扣居民多层次金融需求 持续提升零售金融服务质效

上海银行厚植服务民生的金融底色，始终把握市场形势与客户需求变化，在财富管理、消费金融、养老金融等重点领域，持续升级多元化和差异化的产品服务体系，满足客户多层次金融需求。截至2026年9月末，零售客户2,166.13万户，较上年末增长0.64%；管理零售客户综合资产（AUM）11,394.20亿元，较上年末增长4.74%；人民币个人存款余额、贷款和垫款余额分别较上年末增长6.26%、1.25%。2026年1月至9月，人民币个人存款付息率同比下降0.38个百分点。

围绕与客户价值共赢的服务愿景，持续提升财富管理价值创造和资产跃迁。围绕中高端客群分层经营，进一步丰富覆盖全客群、全品类、多策略的产品货架，满足客户多元配置需求，深化资产配置服务体系。完善客户全生命周期经营服务体系，强化场景渗透及品牌建设，提升客户综合服务体验。

上海银行深入贯彻国家关于促消费、扩内需的战略部署，加大场景消费金融支持力度，紧跟住房、汽车等重点产业政策要求，把握居民消费需求变化，积极落实提振消费专项行动，着力打造以大消费为特色的零售信贷业务体系。

（数据来源：上海银行）

·广告