

今年前7个月全社会用电量同比增长7.7% 折射经济回升向好态势

■本报记者 杜雨萌

8月22日,国家能源局发布的全社会用电量数据显示,今年前7个月,全社会用电量累计55971亿千瓦时,同比增长7.7%。

接受《证券日报》记者采访的专家认为,今年我国全社会用电量快速增长,既折射了当前中国经济回升向好态势,也反映出能源企业在电力供应保障方面的有力、有效。

7月份高技术及装备制造业用电量同比增长9.0%

用电量是经济运行的“晴雨表”和“风向标”。国家能源局数据显示,7月份,全社会用电量9396亿千瓦时,同比增长5.7%。分产业看,第一产业、第二产业、第三产业用电量同比分别增长1.5%、5.0%、7.8%。从前7个月的数据看,第一产业、第二产业、第三产业用电量同比分别增长7.5%、6.6%、11.0%。

“今年前7个月以及7月份用电量数据的同比较大增长,释放出

清晰而又准确的信号,即经济复苏和社会活动正在进一步强化,生产性和生活性能源消费正在进一步提升,全社会发展动能、势能和效能正在进一步累积。”中国商业经济学会副会长、华德榜创始人宋向清在接受《证券日报》记者采访时表示,“从经济的角度考虑,这反映了国内经济运行全面企稳向好的大趋势,也反映了服务业加快修复和制造业稳步提升的良好态势;从社会的角度考虑,一定程度上反映了我国日趋加强的社会活跃度,说明城乡社会活动在增多,居民能源消费在提高,全社会活力在增强。”

中国电力企业联合会提供的数据进一步显示,7月份,我国第一产业用电量增速有所回落,第二产业用电量平稳增长,第三产业用电量较快增长。

聚焦第二产业用电量,中国电力企业联合会统计与数据中心电力供需分析处处长吴立强告诉《证券日报》记者:“7月份,高技术及装备制造业用电量同比增长9.0%,增速与6月份(9.1%)接近。其中,电气机械和器材制造业用电

量同比增长12.4%,延续快速增长势头;光伏设备及元器件制造业用电量同比增长20.7%;新能源车整车制造、计算机/通信和其他电子设备制造业用电量同比分别增长42.8%、12.7%。7月份,消费品制造业用电量同比增长4.3%,增速比6月份提升0.8个百分点,其中,食品制造业、文教工美/体育和娱乐用品制造业用电量同比增速超过8%。”

宋向清表示:“透过第二产业用电量数据可以看到,产业结构优化升级效应正在快速显现,即一方面,高科技装备制造业用电量增长领先,反映出制造业生产保持较好增长态势;另一方面,电气机械和器材制造业、光伏设备及元器件制造业等高附加值行业用电量同比大幅增长,也说明电力消费结构在优化调整。总的来说,预计在经济持续恢复、社会活动不断增多、居民生活品质不断提升的背景下,我国全社会用电量将继续快速增长势头。特别是在移动互联网、大数据、云计算等快速发展带动下,互联网数据服务、交换电服务用电量也将保

持高速增长。”

7月份全国最大用电负荷创历史新高

国家能源局数据显示,7月份,城乡居民生活用电量同比增长5.9%。

“7月份,城乡居民生活用电量增速比6月份提高了0.7个百分点。当月,重庆、江苏、上海、安徽、江西城乡居民生活用电量增速均超过15%。”吴立强介绍,随着7月份多地出现持续性高温天气,最大用电负荷得以快速攀升,且多次刷新历史新高纪录。数据显示,7月份全国调峰最大用电负荷达14.51亿千瓦,创历史新高。为此,电力行业企业也积极应对迎峰度夏高温大负荷,全力以赴抓好电力保供工作。

中国华能有关负责人告诉《证券日报》记者,入夏以来(6月1日至8月21日),中国华能风电发电量同比增长14.1%、光伏发电量同比增长42.6%,火电机组利用小时行业领先。其中,7月27日中国华能日发电量达到近30亿千瓦时,创历史新高。

在当前的电力供应结构中,煤炭依旧发挥着重要的兜底保障作

用。《证券日报》记者从国家能源集团获悉,入夏以来(6月1日至8月21日),国家能源集团的煤炭销量高达17451.3万吨,其中,自产煤产量达13799.2万吨。整体上看,迎峰度夏以来,国家能源集团发电量累计达2988.7亿千瓦时,其中新能源发电量达345.6亿千瓦时,水电发电量279.3亿千瓦时。

中国大唐有关负责人向记者表示:“入夏以来,面对全国电力需求增长,中国大唐强化设备管理,抓实燃料保障,筑牢防汛减灾防线,全力确保迎峰度夏期间电力持续安全稳定供应。迎峰度夏以来,中国大唐已累计发电超1560亿千瓦时;电煤库存同比增加177.2万吨,电煤可用天数同比增加3.3天。”

值得关注的是,在今年夏季用电高峰期间,充沛的雨量使得今年我国水力发电量持续飙升。

国家电投黄河公司龙羊峡发电分公司副总经理朱钢在接受《证券日报》记者采访时表示,从5月份开始,水量就开始偏丰,偏丰程度在三成左右。截至7月底,仅龙羊峡水电站的发电量就达到43.11亿千瓦时,同比提高46.61%。

《黑神话：悟空》破圈发挥乘数效应 “IP+文旅”巧融合点燃消费新引擎

■本报记者 郭冀川

近期,中国首款3A游戏大作《黑神话:悟空》上线,不仅在游戏行业掀起了波澜,更以其独特的文化魅力和对中式古建筑的精细还原,点燃了文旅产业的“新火花”。

当下,随着文化与科技深度融合,IP变现的路径愈发多元。从文学、影视到游戏,每一个成功的IP都在寻找着跨越界限、触达更广泛受众的方式。而在这个过程中,文旅产业无疑是一个潜力巨大的渠道。

“IP+文旅”的融合也受到资本市场广泛关注。巨丰投资首席投资顾问张震对《证券日报》记者表示,《黑神话:悟空》的破圈效应,带动了A股市场中与其相关的传媒和文旅概念板块活跃,尤其是与山西旅游资源相关的个股受到投资者特别关注。

带动文旅市场热度

随着《黑神话:悟空》的火爆出圈,山西、重庆等多地文旅部门纷纷借势宣传。

有业内人士向记者表示,《黑神话:悟空》之所以能够带动文旅市场的热度,是因为游戏以震撼的视觉效果和沉浸式的体验吸引了大量玩家,其中对中国古建筑等元素的精细还原,让玩家在游戏中感受到中国古建筑的魅力,进而激发了实地探访的欲望。

游戏玩家张焯(化名)告诉《证券日报》记者:“《黑神话:悟空》中融入了大量的中国传统文化元素,

如中式古建筑、传统艺术等,当得知这些建筑大多是实景还原后,就有一种想要亲自去看一看的冲动。”

游戏、影视等形式的兴起,为文旅产业提供了全新的传播渠道和营销手段。中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示,《黑神话:悟空》的案例表明,深入挖掘本土文化,结合现代技术,可以为文旅产业带来新的关注和客流。

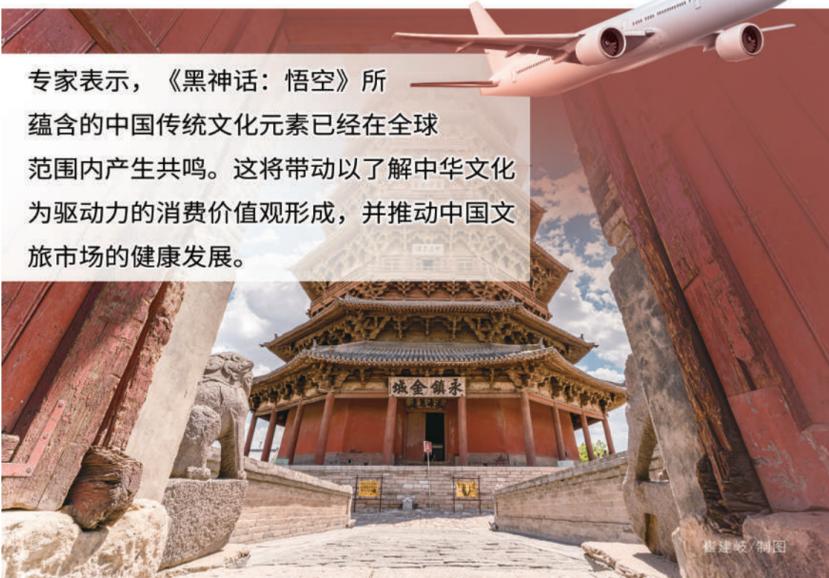
“包括《黑神话:悟空》在内的游戏,以及《繁花》《我的阿勒泰》等热播影视剧,都是推动文旅目的地传播的重要媒介。”奇创旅游集团董事长马磊对记者表示,将一些尚待发掘的宝藏目的地,通过观影、游戏等体验方式植入消费者心里,非常具有感染力和社交话题性,也很符合年轻人的需求。

柏文喜进一步表示:“随着消费升级浪潮的兴起,文旅公司越来越注重提供沉浸式体验,满足游客需求。不同于传统重资产的景区开发和建设,现在的文旅项目多是打造具有沉浸感和互动性的文化体验产品,运用现代科技手段,如数字化、虚拟现实、增强现实等,将文化元素以新颖、有趣的方式呈现给受众。”

推动IP与文旅结合

《黑神话:悟空》的上线不仅带动了文旅市场的关注度,也为文旅产业的发展带来了新的启示和思考。

业内人士普遍认为,未来,通



专家表示,《黑神话:悟空》所蕴含的中国传统文化元素已经在全球范围内产生共鸣。这将带动以了解中华文化为驱动力的消费价值观形成,并推动中国文旅市场的健康发展。

过深挖文化内涵、创新表达方式和加强宣传推广等手段,可以更好地打造独特的IP标签,具有文化内涵和吸引力的文化IP正在成为文旅消费的新热点,为文旅产业带来新的增长点。

浙江工商大学旅游与城乡规划学院教授乔光耀在接受《证券日报》记者采访时表示,文旅与IP的结合可以为城市发展注入新的动能,在带动经济发展、提升城市形象、促进文化交流等方面产生积极作用。

“文化是内容,游戏是载体,可

以通过游戏更好地传播中国文化和旅游目的地。”乔光耀表示,各地文旅部门在借势《黑神话:悟空》营销本地文旅特色时,可以进一步挖掘IP与中国文化和旅游目的地的结合点,比如按照游戏闯关情节对文旅项目进行体验式、沉浸式宣传,此外还可以根据IP内容制作剧本杀等全景沉浸式项目。

文旅公司也越发重视文化IP的打造和推广,通过挖掘和提炼具有地方特色的文化元素,创造出具有独特性和吸引力的文化IP。这些文化IP可以成为文旅产业的重

要品牌标识和营销工具,为产业升级和消费升级提供有力支撑。

北京华丰国际旅行社有限公司经理李鑫向记者介绍,从近年来旅游项目开发和旅游目的地筛选来看,年轻游客热衷于文化IP与旅游结合的新型线路,并且愿意支付更高费用定制化旅游。

张翠霞认为,《黑神话:悟空》所蕴含的中国传统文化元素已经在全球范围内产生共鸣。这将带动以了解中华文化为驱动力的消费价值观形成,并推动中国文旅市场的健康发展。

“黑神话”热度不减 上市旅企“跟着悟空大布局”

■本报记者 李乔宇

《黑神话:悟空》热度居高不下,各方争相迎接“悟空”这波流量——多地文旅借势展开宣传,多个景点宣布游戏通关则免费;上市公司亦积极行动,记者采访了解到,部分上市旅企已关注到《黑神话:悟空》对旅游市场的带动作用,正在准备有针对性地完善旅游产品布局。

中青旅首席品牌官徐晓磊看来,《黑神话:悟空》对于各地文旅市场的带动作用,可以被看作是“现象级”文化IP带动文旅营销的经典案例。

具体来看,随着《黑神话:悟空》的上线,游戏相关取景地受到关注。据悉,该游戏在国内36个

景点取景,其中有27处来自山西。对此,山西文旅火速行动,在游戏上线当天就发布了取景地宣传片,还宣布将开启“跟着悟空游山西”活动。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子对《证券日报》记者表示:“山西是一个宝藏古建大省,相信《黑神话:悟空》IP的爆火有望进一步带火山西文旅市场。”

除山西外,四川、重庆等地也均发布相关消息,介绍游戏中的相关景点。另有多地景点通过“通关赠票”等形式推介旅游资源。

例如,8月22日,连云港花果山风景区发布消息称,2024年8月22日至12月31日,游客凭本人身份证及游戏通关截图等信息换票后免门票入园;灵岩寺景区宣布,

通关《黑神话:悟空》第三章,凭闯关成就终生免费游灵岩寺景区。

“这一方面意味着年轻的旅客愿意为文化领域的现象级IP买单,另一方面也意味着文旅融合趋势进一步加深。”徐晓磊表示,《黑神话:悟空》为行业带来了一个典范样本,旅游业应保持开放心态,与跨行业机构实现更紧密的联动。

与此同时,《黑神话:悟空》的热度正在传导至资本市场。多家文旅行业上市公司正围绕《黑神话:悟空》等话题推介相关产品,并透露相关产业布局。

锋尚文化在投资者互动平台上表示,游戏的火爆带动了山西旅游热潮,公司在文旅领域持续深耕,继2019年于山西太原成功打造展现晋阳古城历史文化的沉浸

式水上实景演艺项目《如梦晋阳》后,2024年一季度成功中标于山西大同的《如梦大同》大型综合演绎策划实施整体服务项目,中标金额8990万元。

奥雅股份表示,正在服务于山西省内十余个项目,包括黄河国家文化公园万荣农耕乐园方案设计项目、晋阳县“一老一小”友好城市提升建设等项目。

张家界则宣布,一直在研究如何将张家界的自然风光与西游记的文化内涵深度融合,打造出独具特色的旅游产品或者文化项目。

众信旅游媒介公关经理李梦然告诉记者,公司在山西省有较深入的布局,同时关注文旅行业融合。未来,众信旅游将在进一步深耕山西旅游市场的基础上,开发更

多针对性的产品;同时也将围绕如何打造网红城市、地方文旅流量如何“长虹”等做进一步的研究。

在李梦然看来,鉴于《黑神话:悟空》在全球市场上具有较高热度,预计对入境游也将带来积极影响。

徐晓磊告诉记者,中青旅本身就在《黑神话:悟空》取景的热门目的地有相关产品布局,后续也将根据旅客需求进行进一步的产品开发,完善产品配置。

“《黑神话:悟空》带动文旅市场热的现象不会是孤例,在文化、旅游融合趋势逐步加深的背景下,预计还将有更多的‘网红目的地’出现。”徐晓磊告诉记者,“我们也将围绕优秀传统文化与旅游行业结合的趋势去进行产品开发。”

监管部门规范互联网保险业务 严打无资质“挂靠”行为

■本报记者 冷翠华

记者从业内人士处了解到,国家金融监督管理总局财产保险监管司近日下发《关于进一步规范互联网保险业务有关事项的提示函》(以下简称《提示函》),强化互联网保险业务持牌经营原则,明确不得通过业务资质及人员执业登记“挂靠”的方式违规宣传、销售互联网保险产品;保险机构及其从业人员不得通过互联网违规宣传、销售非保险金融产品。

具体来看,监管部门明确了六大举措,包括依法合规开展互联网保险业务,严格规范互联网保险营销宣传,严厉打击机构和人员无资质“挂靠”行为,坚决杜绝违规销售非保险金融产品行为,压紧压实互联网保险业务管理主体责任,持续加强互联网保险业务监管。

监管部门强调,互联网保险业务应由依法设立的保险机构开展,其他机构和人员不得开展互联网保险业务。同时,要严格落实互联网保险产品营销活动只能通过保险机构的自营网络平台开展。

对非保险机构提供保险产品引流,商业宣传推广等互联网保险营销宣传服务,监管部门要求应当严格遵守《互联网保险业务监管办法》第二十三条规定,不得从事互联网保险产品销售、咨询、保费测算、报价比价等商业行为;为保险消费者购买保险产品提供网络转接渠道的,跳转的投保页面应属于保险机构的自营网络平台。

保险机构的从业人员利用自媒体等开展互联网保险产品营销宣传,应获得所在机构授权,并在显著位置标明所属保险机构全称及个人姓名、执业证编号等信息。保险公司、保险专业中介机构应对从业人员发布的互联网保险营销宣传内容进行监测检查,发现问题及时处置。

《提示函》明确,未获业务许可等资质条件的机构或人员,不得通过“挂靠”保险机构或在该类机构进行执业登记,违规开展相关互联网保险业务,监管部门强化对此类违法违规行为的监督检查,对相应的机构、人员以及被挂靠的保险机构依法严肃处理。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,保险机构首先要加强内部人员管理,确保每位员工都具备合规意识,对于违规行为要“零容忍”,实施严格的培训和监督制度;其次,对于合作机构,保险机构要建立健全业务规范,明确合作边界,确保所有合作都在法律法规的框架内进行,共同维护保险市场的健康发展,保护消费者的合法权益。

保交房工作持续推进 城市房地产融资协调机制取得新进展

■本报记者 张梦逸

当前,城市房地产融资协调机制已取得阶段性成效。8月21日,国家金融监督管理总局统计与风险监测司司长廖媛媛在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上表示,目前,商业银行已审批“白名单”项目5392个,审批通过的融资金额近1.4万亿元。在城市协调机制推动下,符合规定的“白名单”项目及时获得了资金支持,为促进项目建成交付、保障购房人合法权益、稳定房地产市场发挥了积极作用。

整体来看,自今年1月份住房和城乡建设部、国家金融监督管理总局部署城市房地产融资协调机制工作以来,各地有关部门积极响应,审核并推送房地产项目“白名单”;金融机构积极对接城市房地产融资协调机制,做好融资支持。

例如,在河南,“白名单”项目正加速落地。截至8月8日,河南省进入“白名单”项目610个,499个项目获得银行授信1020.93亿元,359个项目落地354亿元。

在广东,城市房地产融资协调机制运行有序,取得良好开局。截至7月末,全省已获得银行授信项目421个,授信额度1755亿元,已获得银行发放贷款项目300个,融资金额856亿元,民营和混合所有制房企开发项目的授信额度占总额的81%,获得银行发放贷款金额占总额的88.3%。

“城市房地产融资协调机制在满足项目合理融资需求的同时,也促进各个房地产项目走向合规融资,有助于纠正此前‘三高’的旧模式,推动房地产融资新模式的构建。”广东省城乡规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉在接受《证券日报》记者采访时表示。

切实做好保交房工作,对保障购房人合法权益、促进房地产市场平稳健康发展具有重要意义。目前,城市房地产融资协调机制在保交房工作方面发挥了重要支持作用。

从房企交付情况来看,中指研究院企业研究总监刘水表示,据中指研究院统计,2024年上半年,15家房企交付套数超两万套,其中有8家企业交付套数超五万套,房企交付稳健推进。

碧桂园、绿地控股、旭辉集团等上半年交付规模排名靠前的房企均有多个项目通过“白名单”审核。例如,据旭辉集团披露,截至6月30日,其在全国已有68个项目入围房地产项目“白名单”,43个项目已获融资支持。

未来,为支持保交房工作,房地产协调机制还将持续推进。廖媛媛表示,当前,为了做好保交房工作,各城市协调机制正在全面了解所在地在建已售未交付房地产项目信息。对于需要通过“白名单”获得融资支持但尚未满足“白名单”条件标准的项目,城市协调机制督促银行要提出有针对性的意见建议,房地产企业也要采取措施尽快修复问题项目,城市政府要加强协调,推动符合“白名单”条件标准的项目应纳尽纳。

“监管部门重视保交房工作,持续加强保交房工作指导。未来‘白名单’支持房企项目融资将加快落地显效,保障房地产项目建设施工及交付。同时,监管部门推动需要融资支持的项目应纳尽纳,有助于更多项目获得融资支持。下半年,房企交付状况将会持续改善。”刘水表示。

李宇嘉认为,保交房工作在未来将得到进一步强化。在推进保交房的过程中,需要压实开发商的主体责任和地方政府的属地责任。此外,“收储”存量商品房用作保障性住房等有助于行业纾困的政策也应进一步细化落实。