

央企交出亮眼“期中成绩单”

本报记者 邱海峰



7月11日，国新办举行2017年上半年中央企业经济运行情况发布会。国务院国有资产监督管理委员会总会计师沈莹在会上介绍，上半年，中央企业生产经营稳中向好，收入利润双创新高，运行质量全面改善，产业结构持续优化，新动能加快培育，社会贡献稳步增长，持续呈现稳中向好的发展态势。

月度效益创新高

今年上半年，央企交出了一张漂亮的“期中成绩单”。国资委数据显示，上半年，中央企业累计实现营业收入12.5万亿元，同比增长16.8%，已经连续5个月保持两位数增长；累计实现利润总额7218亿元，同比增长15.8%，净利润5353.2亿元，同比增长18.6%。今年以来各月效益均保持两位数增长，6月当月实现利润1596.7亿元，为单月利润历史最好水平。102家

中央企业中，有99家企业盈利，48家企业效益增幅超过10%，29家企业效益增幅超过20%。

与此同时，沈莹指出，上半年中央企业效益增长协同性和稳定性明显增强，主要体现在：一是主业利润增长贡献进一步提高。上半年，中央企业主业利润占整个利润比重同比提高了4.8个百分点；二是效益增量拉动过程中，传统产业提升的动能和新动能协同推进；三是规模效益的增长比较匹配。上半年规模增长速度是16.8%，同期利润增长速度是15.8%。

伴随着业绩的大幅增长，央企税费贡献也稳定增长。国资委介绍，上半年，中央企业累计上交税费1.1万亿元，同比增长5.3%，增速较去年同期加快2.1个百分点，为增加财政收入作出了积极贡献，其中石油石化、煤炭、商贸等行业上交税费同比增长超过10%。同时，有关中央企业积极履行社会责任，上半年对全社会减费让利747.1亿元。

三大因素促增长

央企上半年的良好成绩，离不开一系列支撑因素。沈莹表示，从原因来看，总结为三个得益于：一是得益于中国宏观经济形势稳中向好，二是得益于中央企业供给侧结构性改革深入推进，三是得益于中央企业瘦身健体提质增效攻坚战顺利推进。

国资委介绍，上半年，央企深化供给侧结构性改革，发展动能不断增强。一是认真落实去产能任务。上半年累计化解钢铁过剩产能595万吨，已提前完成全年任务；化解煤炭过剩产能659万吨，重组煤炭产能1300万吨；二是大力开展“处僵治困”工作。一企一策制定“僵尸企业”处置和特困子企业治理工作方案；三是加快解决历史遗留问题。中央企业“三供一业”分离移交总体完成进度已超过50%，独立工矿区剥离办社会职能试点顺利推进；四是加大战略性新兴产业投资力度。重点投向战略性新兴产业、先进制造业、现代服务业、基础设施和民生保障领域。

“此外，今年以来，国资委和中央企业按照2017年瘦身健体提质增效工作方案，扎实推进58项工作措施，狠抓责任落实，各项重点工作取得明显成效，经济运行质量全面改善。”沈莹说，上半年中央企业成本费用增速低于收入增速；截至6月末，中央企业法人户数同比减少11%，87%的压减企业为3-5级企业；大力压降“两金”占用，督促企业加快清应收、去库存，资产周转效率稳步改善；多数企业资产负债率稳步下降，偿债能力持续增强。

继续充当稳定器

在关注成绩的同时，央企的风险控制、企业发展等问题仍需引起重

视。沈莹指出，国资委一直以来高度重视中央企业风险防范。今年以来，在降杠杆方面做了大量工作，比如，推动企业优化资本结构，鼓励企业通过IPO、配股等方式从资本市场融资，支持企业开展资产证券化业务，推动企业通过存量的盘活来筹集发展资金，尽量减少对负债的依赖。随着改革各项措施的扎实推进和逐步落地，中央企业的财务结构会不断改善，风险应对能力会不断增强，质量效益和核心竞争力也会不断提高。

上半年，在102家央企中，有99家盈利，仍有3家亏损。对此，国资委表示，这3家企业亏损额都很少，有的正处于前期投入阶段，有的是阶段性的、暂时性的亏损。在经济形势持续向好的情况下，国资委将继续瞄准国际一流企业的目标，推动企业加大供给侧结构性改革力度特别是优化重组，向高端产业布局，来增强企业的核心竞争力。同时，加快建设现代企业制度，特别是完善公司治理，通过一些运行机制的变革和优化，增强企业活力和可持续发展能力，为国民经济持续健康发展作出更大贡献。

沈莹认为，未来，国民经济持续稳中向好、稳中有进的态势，会更进一步加强、进一步巩固。特别是从央企来看，大企业对国民经济具有稳定器的作用，通过央企的调整改革、加强管理，我们相信，国民经济会继续保持一个稳中向好、稳中有进的良好态势。

纯手工景泰蓝走出国门



河北省永清县三圣口钧润工艺品厂是一家由农民创办的具有20年历史的纯手工景泰蓝制作作坊，其景泰蓝产品品种有近百种，行销国内并出口欧美等10多个国家和地区。图为7月11日工人在车间为景泰蓝“点蓝”。

新华社记者 李晓果摄

新华社北京7月11日电（记者赵文君）国家邮政局11日发布的二季度中国快递发展指数报告显示，二季度全国快递业务量约完成98亿件，同比增长31.3%，日均快件处理量超过1亿件，人均快件使用量为7.1件。

今年上半年，快递业务量达174亿件，同比增长31.4%；快递业务收入约2186亿元，同比增长27.5%。从用户申诉率指标来看，二季度用户对快递的有效申诉率为3.9件/百万件快件，同比降低1.8件/百万件快件，创6年来新低。

农村快递成为快递业务新的增长点，“快递+电商+农业”成为精准扶贫模式的标配。二季度，重点快递企业乡镇网点覆盖率达到了82.6%，进一步畅通了“农产品进城”和“工业品下乡”双向流通渠道。今年上半年，西部地区快递业务量占全国的比重上升了0.3个百分点。

二季度日均快件量过亿



苗绣坊里学苗绣

7月11日，湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县石柱镇，“七绣坊苗服饰创业培训基地”挂牌成立。来自全县10余名州、县级的苗绣“非遗”传承人现场指导，近100名苗族妇女参加了开班培训学习。成绩合格学员将成为基地的绣娘，绣出的产品由基地统一销售。苗绣培训班在传承苗族刺绣工艺的同时，帮助苗族同胞脱贫致富。图为苗族妇女在学习苗绣手艺。

龙恩泽摄（人民视觉）



乘旅游专列 览三国风光

7月10日，由俄罗斯莫斯科发车，途经蒙古国乌兰巴托至中国北京的中蒙俄“二连浩特号”国际旅游专列，抵达内蒙古自治区二连浩特口岸。该旅游专列载有俄罗斯、德国、法国、波兰等40个国家的154名旅客及乘务人员。近年来，中蒙俄联手打造“茶叶之路”旅游品牌，来自世界各地的旅客坐着火车便可穿越欧亚大陆，浏览中蒙俄三国风景。图为内蒙古二连浩特边防检查站检查员为旅客办理入境通关手续。郭鹏杰摄（人民视觉）

中国农村电商高速发展

从工业品下乡，到农产品进城；从卖产品，到优结构；从手机下单，到网购服务……随着农村与互联网商业文化连接的日趋紧密，电商这趟“高速列车”正给乡村生活发展带来巨变。

铁路部门推出动车组列车互联网订餐服务

本报北京7月11日电（记者严冰）记者11日从中国铁路总公司获悉，7月17日起，铁路部门在各省会及计划单列市所在地的27个主要高铁客运站，推出动车组列车互联网订餐服务，为旅客提供更多品种、口味的餐饮服务。

据铁路总公司有关部门负责人介绍，开展动车组列车互联网订餐服务，是中国铁路总公司深化铁路运输服务供给侧结构性改革推出的又一服务新举措。铁路部门针对旅客多样化、个性化的旅行服务需求，引进社会品牌餐食，充分发挥“互联网+”优势，进一步丰富动车组餐食品种结构，为旅客提供更多的选择、更好的服务。

中投公司境外投资去年收益率6.22%

据新华社北京7月11日电（记者刘铮）中国投资有限责任公司11日发布的年报显示，2016年中投公司境外投资净收益按美元计算为6.22%，截至2016年底公司总

资产超过8135亿美元。作为中国的主权财富基金，中投公司自2007年成立以来，累计年化境外投资净收益率为4.76%，累计年化国有资本增值率为14.08%。

鼓了腰包火了生活

在甘肃庆阳环县高寨村的一面墙上，有这样几个字：“农村电子商务好，买卖不用四处跑”。这句话也是当地农村电商发展的真实写照。自从京东在高寨村设了服务点，推广员陈彦东每天要接几十单，大到冰箱、空调、电视机，小到牙膏、香皂、剃须刀。

像这样的服务点如今遍地开花，发展势头如火如荼。商务部数据显示，阿里巴巴“千县万村”计划已覆盖约700个县3万个村，合伙人超过3万人，京东已招募30万名乡村推广员，苏宁服务点超过1万家。

农村消费格局因“网”而变。足不出户就享受到买全国、买世界的“福利”，农村土特产品有了飞出“山沟沟”的机会，农民鼓起了钱袋子，生活幸福指数大大改善。

具有百年草莓生产历史的辽宁省东港市，去年草莓的电商渠道销量占比达到80%以上。今年前3个月，通过电商售出的草莓金额达120万元。互联网为当地农民致富插上了“飞翼”。

催生产业脱贫“生意经”

农村电商发展带来新业态喷涌，正加速推动农业经营由“种什么卖什么”向“要什么种什么”的供给侧改革转变。在陕西咸阳武功县，“80后”农产品电商大咖李春望，已经把一个月前每天进账几十元的农特产零售小网店做到了年销售额近3亿元的店铺。如今，通过电商大数据，他跟当地农民成立了生产猕猴桃、葡萄、地瓜等的合作社，根据消费者需求种植和生产农产品，销路大增。

“发展农村电商能助力实现农业产业结构调整，把农民从卖初级产品的价值链低端解脱出来，体现了农业供给侧结构性改革的本质。”武功县县委书记田一泓说。利用农村电商平台整合农业资源，进行集约化、规模化订单农业生产，并通过网络平台拓展市场，形成产、供、销紧密衔接的产业链，已经成为越来越多贫困地区脱贫致富的选择。

电商的发展带动了一批关联产业，包括纸品包装、农产品加工，以及电商服务业、仓储物流等配套产业的发展，加速了一二三产业融合的发展进程。在商务部等部门实施的电子商务进农村综合示范区内，有105个国家级贫困县，平均实现网络零售额2.2亿元，是全国832个国家级贫困县平均网络零售额的1.8倍。

赋能农村商业生态

着力推进农村商业的生态建设，越来越多的互联网企业也在从农村电商的下沉发展到金融、医疗、教育等资源领域。目前，不少农村电商服务站，已开始发展成为生态服务中心、创业中心和文化中心，为农村居民提供休闲娱乐场所，让农村长出互联网基因。

技术带来变革。电商发展以信息技术赋能农村，通过改变人的思维理念，为乡村搭建起更多互联网时代的商业基础设施，将农村与互联网商业文明连接起来。

商务部数据显示，2016年，农村网商达811万家，带动就业超过2000万人。同时，农村网民数量也在增加。一份关于中国互联网发展情况的报告显示，截至去年底，我国农村网民占比为27.4%，规模为2.01亿。

“电商发展不仅改变贫困地区农民的生活、生产和思维习惯，也吸引了大批优秀人才返乡创业，为城镇化发展注入动力。”中国社科院财经院互联网经济研究室主任李勇坚说。

（据新华社北京7月10日电 记者于佳欣）