

“我国经济将回升向好、长期向好”

四部门解读当前经济形势和政策

经济运行中的积极因素累积增多

8月份，规模以上工业增加值和社会消费品零售总额增速有所加快，进出口降幅收窄，居民消费价格同比由降转涨，工业生产者出厂价格同比降幅收窄，制造业PMI回升。

国家发展改革委副主任丛亮说，随着政策组合拳效果不断显现，经济运行中的积极因素累积增多，社会预期有所好转。

“展望未来，随着存量政策与增量政策叠加发力，政策效应不断累积，积极因素不断增多，我们完全有理由相信，中国经济将回升向好、长期向好。”丛亮说，目前，内外部看空中国、唱衰中国的杂音不少，这种论调过去从来没有实现过，现在和未来也注定不会实现。

针对物价走势，丛亮分析，今年以来物价仍然在低位运行，需要引起重视，但是综合物价水平、需求恢复、经济增长、货币供应量等因素来判断，中国经济不存在所谓的通缩，后期也不会出现通缩。

“价格指标属于经济运行的滞后指标，随着需求稳步恢复，市场信心逐步增强，经济运行持续好转，加上低基数效应逐步减弱，我国物价总水平有望继续回升并逐步回升到年均值水平附近。”丛亮说。

加紧实施十大重点行业稳增长工作方案

工业是经济的“压舱石”。8月份，工业生产稳步恢复，企业效益逐步改善。

工业和信息化部运行监测协调局局

最新数据显示，8月份，主要经济指标边际改善，国民经济恢复向好。如何分析当前经济形势？推动经济回升向好，政策如何持续发力？在20日举行的国务院政策例行吹风会上，四部门相关负责人进行了解读。



19日，第二十三届中国国际工业博览会上，机器人正在进行车身焊接演示。

新华社发

长陶青介绍，从行业看，1至8月份，41个工业大类行业中，27个行业增加值同比增长。高端装备制造业发展势头向好。1至8月，全国造船完工量、承接新船订单、手持船舶订单均保持两位数增长。从9月份以来工业和信息化部调度的用工用电等高频数据看，工业生产保持企稳回升态势。

陶青表示，下一步，要加强政策协同落实，加紧实施十大重点行业稳增长工作方案，推动稳增长政策落地见效。

专项债券发行使用提速

财政部国库司司长李先忠说，各级财政部门持续加快专项债券发行使用。1至8月，各地发行用于项目建设等专项债券2.95万亿元，完成全年新增专项债券限额的77.5%，比序时进度快10.8个百分点。

李先忠介绍，债券资金累计支持专项

债券项目约2万个，主要用于市政建设和产业园区基础设施、社会事业、交通基础设施、保障性安居工程、农林水利等重点建设领域，推动一大批惠民生、补短板、强弱项的项目实施。

针对地方财政运行问题，李先忠说，今年以来，我国经济从过去几年疫情影响中逐步恢复，总体呈现回升向好态势。但是一些地方经济发展后劲不足，财政运行呈现紧平衡状态。对此，中央财政高度重视，多措并举，上下联动，支持地方特别是基层财政平稳运行。

李先忠介绍，截至8月底，中央对地方转移支付已下达9.55万亿元，具备条件的都已经下达完毕。同时，充分用好财政资金直达机制，1至8月，已经下达直达资金3.83万亿元，除部分据实结算项目外已经全部下达，占2023年直达资金总规模的95.1%。此外，建立全国财政运行监测中

心，实现财政资金从预算安排的源头到使用末端全流程动态监测，对苗头性问题和风险隐患做到早发现、早报告、早处置，兜牢兜实基层“三保”底线。

应对超预期挑战仍有充足政策空间

9月以来，降准等一系列金融举措保持了银行体系流动性合理充裕，持续营造适宜的货币金融环境。

“稳健的货币政策精准有力，加大逆周期调节力度，有力有效应对国内外风险挑战，巩固经济回升向好态势。”中国人民银行货币政策司司长邹澜说，今年以来，货币信贷政策精准支持普惠、科创、绿色等重点领域，加大对民企的支持力度，促进储蓄向消费、投资转化，成效初步显现。

数据显示，8月末普惠小微贷款和制造业中长期贷款余额同比分别增长24.4%和39.5%，显著快于全部贷款增速；8月新发放企业贷款和个人住房贷款利率稳中有降。

“货币政策应对超预期挑战和变化仍然有充足的政策空间。”邹澜表示，中国人民银行将继续精准有力实施好稳健的货币政策，加强逆周期调节和政策储备；实施好存续的结构性工具，进一步落实好到期工具的延续和展期；引导实体经济融资成本稳中有降，推动银行积极调整存量房贷利率。

自9月25日起，四家国有大行将主动批量调整存量首套住房贷款利率。邹澜介绍，预计超过九成符合条件的借款人可在第一时间享受政策红利，“二套转首套”等需要借款人提出申请的存量房贷也将在10月底前完成利率调整。

据新华社

深耕人文沃土 活力竞相迸发

——山东创新举措推进文化传承发展观察

和合共生 以文为媒架起沟通桥梁

今年6月举行的世界互联网大会数字文明尼山对话展示了人工智能技术写下的一首关于孔子的诗，令来自全球政企学研各领域的代表眼前一亮。

“有朋自远方来，不亦乐乎”“己所不欲，勿施于人”……以孔子学说为核心的儒家思想不断走向世界。近年来，尼山世界文明论坛、中国（曲阜）国际孔子文化节等交流平台，持续增强了儒家文化海外传播力、影响力。

2019年8月成立的尼山世界儒学中心，以建设世界儒学研究高地、儒学国际交流传播高地等为目标，组织实施“尼山学者”计划、“青年汉学家培养计划”、尼山讲堂等项目。尼山世界儒学中心副主任国承彦说，中心持续推进《论语》译介工程，推动出版“儒典”“儒学百科全书”等丛书，与北京大学等16所院校合作办学，联合研究生院在校研究生已达480名。

欲流之远者，必浚其泉源。山东不断加大优秀传统文化研究阐释，构筑世界文明交流互鉴新高地，架起文明对话的“连心桥”。以挖掘呈现“山东文脉”为抓手，山东出版古籍版本集成“儒典”，启动编纂大型文献《齐鲁文库》，推进“全球汉籍合璧工程”复制回归珍稀汉籍。

古韵新章 创新文化活态传承模式

走进今年5月启用的青州博物馆新

第九届尼山世界文明论坛将于9月26日至28日在山东曲阜举办，本届论坛主题为“全人类共同价值与人类命运共同体——加强文明交流互鉴共同应对全球挑战”。作为山东重点打造的文化交流平台，尼山论坛有效推动中华优秀传统文化传承发展，持续推进不同文明间交流对话。

近年来，山东加强顶层设计，深耕人文沃土，坚持守正创新，通过重点工作带动文化传承发展，探索开辟中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展新路径，让优秀传统文化在齐鲁大地不断迸发新活力。

馆，填补了我国明代宫廷档案空白的“镇馆之宝”——明万历二十六年赵秉忠殿试状元卷吸引了不少游客。这幅展品旁边的多媒体互动屏，还设置了答题环节，增加了互动性。

4处世界文化遗产、558万余件可移动文物、1968处省级以上文保单位……齐鲁大地有着丰富的文物和历史文化遗产。山东省文化和旅游厅厅长王磊说，近年来山东实施文物保护利用“十大工程”和“中华文明探源工程”山东行动，让人们从“活”起来的文物中感受传统文化魅力。

去年，山东依托非遗或传统工艺，通过创意新造，探索文化活态传承新模式，打造“山东手造”传统手工艺区域公用品牌，推动全省文化创意产业高质量发展。

以文塑旅、以旅彰文，文旅融合助推优秀传统文化焕发新活力。

乘中式画舫游船，探寻千年运河的商

业古渡；站在黄河入海口，体验河海相拥、黄蓝交汇的自然奇观；在横亘齐鲁东西的齐长城，欣赏串珠成链的美丽村庄……今年，山东启动沿黄河、沿大运河、沿齐长城、沿黄渤海、沿胶济铁路“四廊一线”文化体验廊道建设，串联重点景区、遗址遗迹、古城古镇古村等节点，集中连片打造可观看、可参与的文化景点。

风化于成 传统文化润泽日常生活

孔子故里曲阜，小雪街道武家村的党员志愿者每天清晨去村里孤寡老人家中问候，帮老人打扫卫生、做早饭。这一“相约黎明”志愿服务活动已经坚持了4年。武家村党支部书记武波说，他们将“爱、诚、孝、仁”等与乡村治理结合，常态化开展百姓儒学节、“善行义举四德榜”评选等活动，向上向善的村风悄然形成。

“文化‘双创’落地要找到传统文化与公众之间的融合点，让老百姓喜闻乐见，形成精神共鸣，从中获得精神滋养。”山东大学儒学高等研究院执行院长王学典说。

立足文化资源禀赋，山东倡树“自律助人、孝老爱亲、诚信利他、节俭绿色、共建共享”新时代美德健康生活方式。

丰富多彩的实践活动向基层全面延伸。山东在大中小学开设“中华优秀传统文化”课程，70所学校入选全国中小学中华优秀传统文化传承学校；开展“五好家庭”创建、“最美家庭讲家风”等活动，选树宣传一批“齐鲁最美人物”“山东好人”等先进典型。

据新华社

记者 殷美玲

由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“亚洲品牌大会”于9月20日在香港召开。会上发布了2023年亚洲品牌500强排行榜。齐鲁晚报·齐鲁壹点第七次入选亚洲品牌500强，是山东区域唯一上榜的媒体品牌。

齐鲁晚报于1988年创刊，是大众报业集团主办的唯一实现山东全省覆盖的省级晚报。齐鲁壹点客户端2014年上线，目前下载量突破7500万，日均活跃用户突破130万，传播力、影响力位居全国主流媒体前列。近年来，齐鲁晚报加快媒体深度融合发展，确立“齐鲁晚报·齐鲁壹点”双品牌战略，先后推出了智媒、智云、智库三大平台和内容、技术、数据、元宇宙四大中台，持续推进“传媒+N”业务模式优化。其中，“齐鲁壹点媒体中台”入选中国报业深度融合发展创新案例，齐鲁壹点获批建设山东省智慧媒体重点实验室，“壹点天元元宇宙平台”入选全国媒体融合技术创新案例。前不久，由山东省农业农村厅指导，大众报业集团主办，齐鲁晚报·齐鲁壹点负责建设运营的“齐鲁农超”山东农副产品展示交易平台正式上线，助力乡村产业振兴。

在刚刚发布的2023年亚洲品牌500强中，共有20个国家和地区的500个品牌入选。丰田、国家电网、中国工商银行名列前三，占据榜单前十名的还有海尔、三星、腾讯、本田、中国人寿、索尼和中国石油。今年以来，全球消费趋势和行业发展格局出现了很大的变化。与去年相比，金融、多元化、通信服务、零售等行业入选数量有所上升；信息技术、传媒、食品饮料、电子电器、石油化工等行业数量均出现不同程度的下滑。其中表现出色的中国品牌有国家电网、海尔、五粮液、中国南方电网、北大荒、青岛啤酒、通威、恒力、盛虹、国贸控股、河钢、飞鹤、九牧、双星轮胎、协鑫等。

齐鲁晚报·齐鲁壹点第七次入选

2023年亚洲品牌500强发布