



更多即时资讯请登录

中网网 www.cs.com.cn

中证金牛座 App

2024年11月6日 星期三
A 叠 / 新闻 16 版
B 叠 / 信息披露 48 版
本期64版 总第9095期

习近平在视察空降兵军时强调

全面加强练兵备战 提高空降作战能力 努力建设一支强大的现代化空降兵部队

●新华社孝感11月5日电(记者梅常伟)

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平4日到空降兵军视察。他强调,空降兵部队在我军力量体系和作战体系中具有特殊重要作用,要深入贯彻新时代强军思想,贯彻新时代军事战略方针,落实空军转型建设要求,全面加强练兵备战,全面提高空降作战能力,努力建设一支强大的现代化空降兵部队。

深秋时节,荆楚大地层林尽染、景色宜人。下午3时许,习近平来到空降兵军机关,在热烈的掌声中,亲切接见空降兵官兵代表,同大家合影留念。

合影结束后,习近平察看了空降作战和保障装备,详细了解典型武器装备技战术性能,听取有关情况介绍。得知这些年空降兵部队武器装备体系建设取得积极成效,习近平很高兴。他强调,要强化作战需求牵引,加强空降装备标准化、系列化、通用化建设和实战化运用,构建新型空降装备体系。

随后,习近平参观了空降兵军史馆。该军是一支历史厚重、功勋卓著的英雄部队,革命战争年代历经战火硝烟洗礼,抗美援朝战争上甘岭战役中打出了国威军威,和平建设时期出色完成一系列重大任务,涌现出一大批英雄集体和英雄人物。习近平仔细观看展陈,认真听取讲解。他叮

嘱大家,要用好红色资源优势,教育引导官兵把光荣传统弘扬好,争做新时代英雄传人。

在听取空降兵军工作汇报后,习近平发表重要讲话。习近平对党的十八大以来空降兵部队建设取得的成绩给予肯定。他强调,要牢记职责使命,增强备战打仗意识,把军事斗争准备抓得又紧又实。要把握现代战争空降力量运用特点和规律,更新空降作战思维理念,创新作战样式和兵力运用方式,把空降兵部队独特优势发挥好。要抓好基础训练和重难点课目专攻精练,立足复杂困难条件加强全要素、成体系、实战化训练,加大同其他军兵种部队协同训练力度,推进训练深度耦合,提升联合指挥、联合行动、联合保障能力。

习近平指出,要贯彻体系建设思想,统筹加强空降作战力量建设,全链路加强干部队伍建设,扎实推进高质量发展,成体系形成作战能力。要加强新质战斗力建设实践探索,运用先进科技成果为空降兵部队建设赋能增效,牵引战斗力生成模式转变。要聚焦实现建军一百年奋斗目标,扭住空降作战核心能力,落实好“十四五”规划各项任务,确保如期实现既定目标。要坚持立足当前、着眼长远,加强空降兵部队建设谋划设计,把目标图、路线图、施工图搞科学。

习近平强调,要扎扎实实抓好中央军委政治工作会议会议精神贯彻落实,把政治工作威力充分发挥出来,为空降兵部队建设提供坚强政治保证。

要深化政治整训,压紧压实管党治党政治责任,锻造政治坚定、能力过硬的坚强党组织,严肃查处官兵身边的腐败问题和不正之风,确保英雄部队始终纯洁光荣。要坚持更高标准、更严要求,大力加强战斗精神培育,加强实践磨砺和锤炼,培养空降兵特有的血性胆气。要贯彻依法治军、从严治军要求,严格教育管理,保持正规秩序,确保部队高度集中统一和安全稳定。各级要坚持重心下移,做好抓基层打基础工作,满腔热忱为官兵排忧解难,激发广大官兵团结奋进、干事创业积极性,齐心协力开创空降兵部队建设新局面。

何卫东等参加活动。

五方面突破性改革举措降低上市公司战投门槛

提升外资参与度 为资本市场注入新活力

●本报记者 替秀丽

证监会等六部门日前修订发布《外国投资者对上市公司战略投资管理办法》,释放了推动高水平对外开放、以更大力度吸引和利用外资的新信号。

业内人士认为,外资是中国资本市场的重要参与者。《办法》涉及的五个方面措施是突破性的改革,将极大提升A股上市公司对外资的吸引力,增强资本市场活力。未来资本市场对外开放制度将进一步优化完善,外资投资便利度有望不断提升。

打通外资入市堵点

修订后的《办法》主要从五个方面降低了外国投资者对上市公司实施战略投资的门槛,包括将外国自然人纳入外国投资者范畴;放宽外国投资者的资产要求;增加要约收购这一战略投资方式;以定向发行、要约收购方式实施战略投资的,允许以境外非上市公司股份作为支付对价;适当降低持股比例要求和持股锁定期要求。

“这五方面举措聚焦目前外资进入中国市场的堵点问题,每条都是突破性改革,将极大提升A股上市公司对外资的吸引力。”清华大学国家金融研究院院长田轩说。

田轩分析,允许外国自然人对上市公司实施战略投资,有效地扩展了外国投资者的范围,有助于吸引更多外资以个人身份参与战略投资,为中国资本市场注入新的活力;对外国投资者的资产要求进行调整,特别是降低了非控股股东的资产门槛,有助于吸引更多的中小外国投资者参与战略投资;允许外国投资者以要约收购的方式实施战略投资,为外国投资者提供了更多的投资方式,可提升外资在实施上市公司战略投资过程中的灵活性;允许以境外非上市公司股份作为支付对价。(下转A02版)



新华社、视觉中国图片 数据来源/Wind 制表/吴玉华 制图/韩景丰

私募圈摩拳擦掌 中证A500指数开辟黄金赛道

A03 资管时代·基金

国有资产公布“家底”

●新华社北京11月5日电(记者中敏、胡旭)

国务院关于2023年度国有资产管理情况的综合报告5日提请十四届全国人大常委会第十二次会议审议,国有资产公布最新“家底”。

报告公布了截至2023年底各类国有资产的总体情况: 国有企业资产总额371.9万亿元、国有资本权益总额102万亿元; 国有金融资本权益总额30.6万亿元, 对应金融企业资产总额445.1万亿元; 行政事业性国有资产总额64.2万亿元、净资产51.4万亿元; 国有土地总面积52371.4万公顷, 全年水资源总量25782.5亿立方米。

除了公布国有资产“家底”情况, 报告也呈现了资产管理和改革的动向。优化国有资本布局, 完善国有金融资本管理制度体系, 提高资产使用效益, 不断优化国土空间格局……国有资产管理工作取得新进展新成效。

报告称, 下一步, 将持续深化国有企业改革, 提高国有金融资本服务保障能力, 提升行政事业性国有资产管理水平, 完善国有自然资源资产管理体制, 不断完善国有资产报告制度。

前三季度服务贸易继续快速增长

●本报记者 王舒媛

商务部网站11月5日消息, 商务部服贸司负责人当日在介绍2024年前三季度服务贸易发展情况时表示, 前三季度, 我国服务贸易继续快速增长, 服务进出口总额55181.4亿元, 同比增长14.5%。其中, 出口22733.4亿元, 同比增长15.3%; 进口32448亿元, 同比增长14%; 服务贸易逆差9714.6亿元。

专家认为, 我国服务贸易继续快速增长, 特别是知识密集型服务贸易持续提升, 旅行服务贸易发展势头不减。上述情况显示, 我国服务贸易整体增长动能较为强劲, 已成为推动经济结构调整和贸易高质量发展的重要驱动力。

向全球价值链高端跃升

商务部数据显示, 我国知识密集型服务贸易继续增长。前三季度, 知识密集型服务进出口21334.2亿元, 同比增长5.3%。其中, 知识密集型服务出口12063.1亿元, 同比增长4.8%, 个人文化和娱乐服务、其他商业服务增长较快, 同比增幅分别为21.4%、8.7%; 知识密集型服务进口9271.1亿元, 同比增长6%, 个人文化和娱乐服务、其他商业服务增长较快, 同比增幅分别为36.6%、11.5%。

商务部研究院副研究员宋思源表示, 知识密集型服务贸易迅猛增长, 标志着我国服务贸易正加速向全球价值链高端跃升, 产业国际竞争力逐步增强。这与今年以来我国陆续出台一系列政策、持续推动服务贸易领域国际合作取得较大进展密不可分。

2023年, 我国知识密集型服务贸易占服务贸易总额的比重提升至41.4%。其中, 知识密集型服务出口占服务出口总额的比重达57.5%, 比上年提高7.8个百分点。

“这表明, 我国服务贸易出口的竞争力和‘含金量’在不断提高。”商务部服贸司和商贸服务业司司长王东堂日前表示。

旅行服务增长迅猛

旅行服务是我国服务贸易的重要领域, 也是目前增长最快的服务贸易领域。(下转A02版)



工信部表示

培育更多低空产业头部企业

A02·财经要闻



冰雪产业“钱”景诱人

上市公司忙布局

A06·公司纵横

■第七届进博会

消费好物同台竞技 进博会“新”风拂面

●本报记者 欧阳剑环 连涓

契合健康中国理念的多款百事食品“新鲜出炉”, 优衣库推出科技创新力作棉服, 欧莱雅携21个品牌、超220件展品亮相……11月5日, 走在第七届中国国际进口博览会的展区, 中国证券报记者透过众多消费好物可以真切感受到这个领域的“新风向”。

升级产品集中亮相

在食品及农产品展区, 百事(中国)有限公司带来近40款明星产品组合。随着消费者对“吃得健康”的需求不断升级, 具有“0添加”“助吸收”等特点的四款产品首秀进博会。

“针对中国消费者希望产品配方能够更简单的要求, 乐事鲜焙裸米饼主打清洁标签、六大‘0添加’, 用创新工艺使东北大米的清香散发出来; 桂格益生菌发酵燕麦使用五大

益生菌发酵, 适用于银发一族和久坐一族。”百事公司亚太区兼大中华区首席集团事务官石家齐介绍, 为符合健康中国理念, 百事将很多产品的配方进一步升级, 以实现减糖、减油、减盐的目标。

在进博会消费品展区, 优衣库带来了PUFFTECH空气棉服。优衣库中国品牌公共经理丁耘介绍, 这款产品是优衣库携手国际面料企业东丽公司打造的科技创新力作, 通过高机能3D极细中空纤维打造的颗粒状填充物, 使得棉服具有较强的抗湿、耐潮、保暖功能。

丁耘说, 在上届进博会首展后, 这款产品就受到消费者的青睐。为满足消费者的需求, 优衣库今年对这款产品进行了升级, 已成为秋冬热销人气“爆款”。

作为连续第七年参加进博会的“全勤生”, 欧莱雅展出21个品牌逾220件展品, 包括首次亮相亚洲市场的专研色彩奢护品牌

PUREOLOGY普若绮, 来自多个品牌的新美妆科技、集团皮肤科学新研究成果。

中国市场充满机会

“我们注意到, 中国政府有关部门为提振消费者信心、释放内需潜力推出了一系列积极举措, 这些政策将有力推动消费升级和中国经济高质量发展。”欧莱雅集团董事长安巩对中国消费市场充满信心。

安巩说, 自1997年进入中国市场以来, 欧莱雅一直致力于为中国消费者进行研发创新。在上海浦东, 欧莱雅拥有一支400多人的专业研发团队, 专门针对中国消费者的需求研发产品。

同样看好中国消费市场的还有百事。在过去五年中, 百事以“一年一厂”的投资速度彰显其深耕中国市场的决心。6月, 百事在西安的工厂破土动工。(下转A02版)