

一周经济评论

抗通胀仍是重中之重

□ 盛刚

5月12日，央行发行400亿元3年期央票，当晚又再次宣布提高存款准备金率0.5个百分点。而在此前一天，国家统计局公布了宏观经济数据，4月CPI上涨5.3%，高位运行中略有回落。虽然，存款准备金率一月上调一次已成惯例，但此次上调选择的时点还是大大超出了市场预期。

放缓，对这种物价高企、经济降温并存的情况，或许应该观察一段再出对策；其次，12日，3年期央票在暂停5个多月后首度恢复发行，依常理，3年期央票与存款准备金率，都具有减少银行可用放贷资金的功效，一定程度上可以相互替代。孰料，央行当晚就毫不犹豫放下上调存款准备金率这只靴子，人们本以为会交叉使用的两大货币工具构成一对组合拳。

格暴跌(商务部食用农产品价格指数中蔬菜价格月环比下跌25%)的基础上，涨幅比上月仅略微回落0.1个百分点，正说明未来CPI走势仍然严峻。再如，虽然4月PPI涨幅回落0.5个百分点，但其中的消费品分项指数却从3月的4.4%升至4月的4.6%，显示通胀压力向下游消费品传导有所增强。CPI中非食品价格环比上涨较快，也是隐忧。其实，就是被认为已经见顶的食品价格也不敢让人掉以轻心。可以为此提供佐证的是，商务部最新监测数据显示，5月14日与5月1日相比，近半个月全国猪肉价格上涨1.2%，目前全国猪肉价格同比上涨43.5%。还有居民以脚投票表达对负利率和通胀的不满的例证，央行11日的公布的数据显示，上月住户存款净减4678亿元。因此，物价指数虽有回落，但并未缓解市场的通胀预期，未来几个月物价

的高位走势也难改观。货币政策从紧的根源在通货膨胀，既然CPI持续维持在5%以上，管理层继续采取紧缩政策就成为必然。两大货币政策工具同时被央行使用，还凸显出央行对当前流动性过剩局面的担忧。尤其是，庞大的外汇储备，成为我国被动超发货币的心头之患。虽然最新的外汇数字尚未出炉，但增长几无悬念。海关总署最新数据显示，4月份我国贸易顺差突破100亿美元，远超市场预期，顺差的增加会带来央行外汇占款增加，倒逼加大央行基础货币的投放量。对冲流动性预期，特别是外汇占款增加预期已成为提高准备金率的重要任务。可以断定，只要物价水平没有出现显著回落，抑制通胀就仍是宏观调控的首要目标，即便以牺牲一定的经济增长为代价。

“黄”、“蓝”两大国家战略拉动 山东贸易顺差 4月升至17.9亿美元

□记者 代玲玲 通讯员 于佳 张凯军 报道 本报济南讯 我国4月贸易顺差远超预期，山东贸易顺差也保持了扩大态势。青岛海关11日发布的数据显示，前4个月我省进出口总值增速继续领跑全国，其中，4月当月贸易顺差17.9亿美元，环比增长67.2%。数据显示，今年前4个月山东省进出口737.4亿美元，比去年同期增长34.1%。其中，出口387.6亿美元，增长33.1%；进口349.8亿美元，增长35.2%，涨幅回落4.2个百分点。

深圳摆摊 临沭“接单”

□记者 赵琳 报道 本报深圳5月15日讯 第七届中国(深圳)文博会接近尾声，山东临沭县金柳工艺品有限公司董事长邱丙强怎么也没想到，一顿饭局没参加，一点力气也没费，就有四五十家国内外客商找上门来要下订单。今天傍晚，他在电话里告诉记者，足不出户做成生意，全靠深圳文博会上两个小小的“摊位”。

定制柳编品用于教学。“这些柳编品充满创意，是文化的活化石，如果能把学生们的设计想法用柳编的方式表达出来，相信会激发更多创作灵感。”她考虑把更多的山东手工艺品用到课堂示范教学中。邱丙强告诉记者，前几年柳编品是“墙内开花墙外香”，国外订单多过国内。从去年开始，内销首次超过了外销，这极大鼓舞了他们开发新产品的积极性。“国内市场更有潜力，前景更大。”山东省文改办工作人员申维龙表示，展位的功能不仅在展示，更在于交易。“以展带商”、“以展促销”，才能吸引更多采购商，真正实现对山东手工艺品的“生产性保护”。



山东大学经济学院教授孔庆峰分析，相对于出口而言，进口增速的放缓与国家紧缩政策不无关联。“今年以来，为抑制通货膨胀，政府采取了提高准备金率、压缩贷款规模等一系列政策，企业放缓了经济增长预期，也抑制了进口的需求。而进口增速的放缓，也进一步凸显了出口增速的增加。”至于外媒热议的“顺差将会推高人民币升值压力”的观点，专家普遍认为，不用过度担心。孔庆峰表示，虽然贸易顺差还会保持一段时间，但全面收窄的趋势仍将延续，届时，以此迫使人民币升值的理由将不再有力。张卫国防则认为，作为全国统一货币，人民币升值对山东外贸的影响是局部的。此外，对一个省而言，如果出口产品不以高耗能、高污染、原材料为主，顺差其实是一件好事。尤其对于处于工业化中后期刚过的山东来说，顺差多了，有利于我们通过资本账户对外投资，对内引进国外先进的技术和管理。

生存大多靠“救济”

厦门青鸟动画有限公司(以下简称“厦门青鸟”)的李万霞说，她是抱着取经的心态来深圳文博会的。“金鹰卡通、奥飞动漫都会来文博会推介项目，我要跟他们的老总聊聊，到底原创动漫怎么才能赚钱。”其实，厦门青鸟推出的星星狐卡通形象曾获得2010年中国十大卡通形象，在全国坚持原创动漫的民营企业中，厦门青鸟也排得上十强。而且成立以来，一直都是赚钱的，这在坚持只做原创的动漫公司里也是少数。那为什么还要取经？“奥飞不拿政府给动漫

企业的补贴，也能赚钱，而厦门青鸟在动画的播出和衍生品环节，都是亏本的，利润都来自于政府的补贴。”靠政府补贴生存，这是国内大多数动漫企业的现状。动漫之都杭州高新区动漫产业园主任王军介绍，杭州市政府根据动画片播出渠道的级别给予差别补贴：在境外主流媒体播出的每分钟奖励1500元，在中央电视台播出的每分钟奖励1000元。“政府奖励是一个政策导向，没想到却成为大多数动漫企业的唯一利润来源。”分分钟补贴政策正遭受越来越多的质疑。一位不愿透露姓名的动漫导演告诉记者，为拿到更多补贴，一些动漫企业不注重剧本质量和故事节奏，一味拉长集数，导致一些动画片质量低下。“因为企业有补贴，分一分钟给电视台，也能保本；电视台放到深夜、凌晨时段播，也能向动漫企业交差。皆大欢喜。”重视视觉动画公司的刘兴对分钟补贴政策深恶痛绝，“重庆少儿频道的一位制作人跟我说过，当他看到一些动漫企业拿出的动画作品，气得快要哭了。这么差的作品还送给观众看，可见分钟补贴诱惑有多大。”

“十大卡通形象”少人知

李万霞十分自豪地告诉记者，星星狐系列片改编自国内知名儿童作家的作品，故事底子好，几年来在央视少儿频道、中国教育等12家卫星电视频道播出，目前已经跟青岛的一家企业合作，进入玩具的开发生产阶段。5月14日上午，在深圳文博会举办的首届国家动漫产业基地论坛上，记者采访的不少动漫企业老总，却对“十大卡通形象”知之甚少，只有个别能列举出三四个。湖南金鹰卡通的雷瑛表示，十大卡通形象是根据播出频道的重要性、收视率、盈利等指标来排名的，广泛的播出却没有赢得相应的关注，这在中国原创动漫领域并不少见。“大家耳熟能详的就是那几个形象。”好故事在高收视频道的黄金时段播了好几年，为何没人知道？中央电视台少儿频道副总监徐彬一语道出症结所在，“很多人认为，经过在高级别电视台黄金时段的大规模播映，能积累人气和广泛认知，进而授权开发动漫衍生品盈利。这是完全错误的。”他指出，通过上述模式赚钱的动漫形象只有喜羊羊与灰太狼。

政策“襁褓”能睡多久

为开发星星狐这个卡通形象，厦门青鸟付出了很大成本。从原作者手中买断改编权、组织美术人才进行形象开发和卡通制作、疏通电视播映渠道、开发衍生品等。“其他动漫企业还能靠做外包赚钱，我们的成本只能从政府发放的分钟补贴中消化。”李万霞说。原创动漫的政策优惠的“襁褓”还能睡多久？一手打造中国动漫格局的国家广电总局宣传管理司司长金德龙说，政策优惠相对于动漫产业发展需要的庞大资金是杯水车薪，政府的政策是要引导文化核心层产业的发展，被“有心人”利用，是他不想见到的。深圳方块动漫的钱国栋直陈国内一些动漫产业基地乱象：一些非动漫企业借动漫之名进驻园区，“挂羊头卖狗肉”，以骗取政府对动漫企业的各项税费优惠以及各产业园区的租金减免、优惠期一过就撤离。“动漫产业园、动漫产业基地里反而没有几家搞动漫的。”李万霞担心的是，原创动漫企业如果没有政策的“拐杖”，将寸步难行，甚至大量倒闭。“动漫不是什么人都能做的。当初做动漫，很多人一看政策导向好，于是各种社会资本一拥而上。”现在，原创之路，是坚持，还是放弃？这是以厦门青鸟为代表的原创动漫公司的困惑。他们希望能在文博会上寻找一个答案。金德龙说，被好莱坞和日本动漫熏陶成长起来的中国观众，是检验国产动漫的试金石。大浪淘沙，下一个五年，中国动漫将在数量井喷之后，迎来品质为王的时代。

关于征集“乡村文明行动”标识、主题用语、主题歌词、公益广告的启事

省委、省政府决定在全省农村实施为期五年(2011-2015)的“乡村文明行动”。为调动社会各界和广大干部群众参与积极性，提高活动的知晓率和影响力，特面向社会征集“乡村文明行动”标识、主题用语、主题歌词和公益广告。现公告如下：
一、活动概况
为深入贯彻落实中央《关于进一步加强新形势下农村精神文明建设的意见》(中办发[2010]29号)，省委、省政府印发《关于在全省农村实施“乡村文明行动”的意见》(鲁办发[2011]11号)，决定从2011年开始，在全省实施为期五年的“乡村文明行动”。活动按照社会主义新农村建设“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的总体要求，以行政村和新型农村社区为基本单位，以社会主义核心价值观体系建设为根本，以村容村貌建设、村风民俗建设、乡村道德建设、生活方式建设、平安村庄建设、文化惠民建设六项内容为重点，以营造新环境、培育新农民、倡导新

风尚、发展新文化、实现新发展为目标，通过文明户、文明村(社区)以及新农村新生活、新农村新形象等群众性创建活动，整合多方力量，加大工作力度，创新形式手段，一以贯之推进，全面提高农民思想道德文化素质和农村社会文明程度，努力建设富裕文明、和谐安定、生态良好、环境优美的社会主义新农村。
二、征集内容
征集内容有四：一是“乡村文明行动”标识设计，包括“文明村”和“文明户”两项内容；二是“乡村文明行动”主题用语；三是“乡村文明行动”主题歌词；四是“乡村文明行动”公益广告(含平面、音频、动漫)。
三、创作要求
总的要求是：符合建设社会主义新农村要求，具有山东特色，体现时代精神，贴近农村实际，紧扣活动主题，内涵丰富，形式活泼，富有创新，具有激励作用，催人向上。
具体要求是：标识设计要体现“乡村文明行动”元素，具有浓郁的乡村特色，色彩协

调，简洁明快，容易识别，方便应用。主题用语要准确达意，通俗平实，言简意赅，便于记忆，朗朗上口。主题歌词要展现新时期山东农民的精神风貌，反映广大农民群众追求美好生活的心声，要简短易记，便于传唱，易于流传。公益广告要体现“乡村文明行动”元素，简洁新颖，喜闻乐见，大众化、生活化、形象化。
四、征集规则
1、坚持公开、公平、公正、择优的原则。
2、征集时间为自公告发布之日起至2011年7月30日，征集评选结果将在《大众日报》、大众网、齐鲁晚报、齐鲁文明网公布，并通知获奖机构或个人。
3、全省范围的自然人、法人、相关组织均可参加本次征集活动。
4、标识、歌词、主题用语不超过3件。
5、所有应征稿件均不退还，请作者自留底稿。

6、应征方所提交的应征方案须为原创作品，不得剽窃、抄袭、模仿或侵害任何第三方的合法权益。获奖的应征作品知识产权归征集方独家所有。
五、投稿方式
以个人或者团体名义提交作品皆可，可采用信函投稿或电子邮件投稿。标识、主题语、主题歌词及公益广告平面类应征作品应采用A4纸幅面，色彩、字体不限；公益广告(省内各类媒体)应征作品中，音频、动漫原则上时长不超过30秒。应征作品须注明作品名称、作者(合作者)姓名、性别、年龄、工作单位、联系地址、邮编、联系电话以及创作理念和作品含义。
应征作品提交地址：济南市纬一路482号山东省文明办“乡村文明行动”领导小组办公室，邮编：250001，联系电话0531-82033920(传真)，电子信箱：xcwmx@163.com，邮件请注明“征集稿件”。
六、评选奖励
征集活动结束后，主办单位将聘请有关专

家、代表组成评委会，对征集的四类作品进行评选。获奖作品在有媒体刊登和使用。
标识奖：入围作品6件，每件作品获奖金10000元和证书；最终选定作品获奖金30000元和证书。
主题用语奖：入围作品15条，每件作品获奖金300元和证书；最终选定作品获奖金1000元和证书。
主题歌词奖：入围作品5首，每件作品获奖金3000元和证书；最终选定作品获奖金10000元和证书。
公益广告奖：平面类入围作品6件(组)，每件(组)作品获奖金3000元和证书，最终选定作品获奖金10000元和证书；音频类入围作品6件，每件作品获奖金2000元和证书，最终选定作品获奖金5000元和证书；动漫类入围作品6件，每件作品获奖金10000元和证书，最终选定作品获奖金30000元和证书。
山东省“乡村文明行动”领导小组办公室
2011年5月