

河北应对气候变化工作取得积极成效

单位GDP二氧化碳排放持续下降

今年首次将造纸、化工、平板玻璃行业重点排放单位纳入碳抵消范围

本报讯(记者吴苗苗)10月10日,记者从省生态环境厅召开的“2025年度河北省应对气候变化工作”新闻发布会获悉,近年来,我省全面实施积极应对气候变化国家战略,坚持减缓与适应并重、发展与减排共赢,协同推进降碳、减污、扩绿、增长,不断强化重点领域温室气体排放控制,单位GDP二氧化碳排放持续下降,应对气候变化工作取得积极成效。

积极参与全国碳市场建设。在碳排放权交易市场方面,河北加强重点行业企业碳排放核算与报告管理,组织发电、钢铁(含独立轧钢)、建材(水泥、玻璃)、石化、化工、造纸、民航7个行业重点排放单位规范编制并严格执行数据质量控制方案,实施月度存证,报送年度碳排放报告;有序开展碳排放核查,制定年度碳排放核查实施方案,依法依规开展核查、复查工作。今年以来,已完成2024年度431家重点排放单位名录报送并公示,完成2024年度90家发电企业、48家长流程钢铁企业、55家水泥企业碳排放报告核查。同时,加强碳减排专项服务,组织

相关专家和技术人员,帮助钢铁、水泥行业重点排放单位加强碳排放管理,健全碳管理长效机制,推动低碳技术改造应用,提升碳市场履约能力。在温室气体自愿减排交易市场(CCER)方面,深入参与体系建设,先后组织编制报送芦苇碳汇、农林生物质能发电2个CCER方法学,力争纳入CCER方法学体系。并积极组织项目开发,今年以来,张家口市塞林生态万全区造林碳汇项目、河北省御道口防护林造林项目、张家口市塞林生态国有林场造林碳汇项目等4个项目在全国温室气体自愿减排注册登记系统及信息平台完成公示,预计计入期总减排量160余万吨。

努力打通“两山”转化路径。河北不断健全降碳产品核算方法学体系,有序开发降碳产品项目,推动降碳产品价值实现延伸扩面。今年,创新研究制定造纸、化工、平板玻璃行业碳排放基准值,制定年度降碳产品价值实现碳抵消实施方案,首次将造纸、化工、平板玻璃行业重点排放单位纳入碳抵消范围。在碳抵消实施方案制定

上,主要把握“衔接性”“激励性”“市场性”“自主性”四个方面工作。

扎实推进国家试点示范。2022年8月,保定市入选全国首批气候投融资试点,在省生态环境厅的持续指导下,目前入驻金融机构31家,发布绿色金融产品59个,注册企业504家,对接融资金额314.6亿元。2024年5月,雄安新区、保定和秦皇岛入选全国适应型城市试点,省生态环境厅持续支持三地相关工作,加强监测预警和风险管理,增强经济社会系统气候韧性,目前正在研究制定省级层面支持试点建设的若干措施。此外,唐山、邯郸钢铁产品和保定(高阳)纺织品入选国家产品碳足迹标识认证试点,我省以试点建设为契机,指导建立完善工作机制和配套措施,开展主要产品碳足迹核算,探索建立碳足迹核算方法体系;深度参与温室气体产品碳足迹量化方法与要求高炉—转炉长流程钢铁产品、电炉短流程钢铁产品2项团体标准编制,积极推动上升为国家标准,目前已顺利立项。

在加强京津冀区域合作方面,河北推动京津冀低碳出行碳普惠场景,联合编制碳普惠项目减排量核算系列技术规范,推动碳普惠标准共建、信息共享、项目互认,逐步扩大联建范围,努力打造统一的京津冀区域碳普惠体系。今年7月,三地编制单位组成调研组赴上海、武汉等地调研,充分借鉴两地经验做法,根据实际进一步调整,目前已完成技术规范文本编制。

省生态环境厅应对气候变化与对外合作处三级调研员蒋卫宁介绍,下一步,河北将继续推进重点工作,确保完成国家下达我省的“十四五”单位GDP二氧化碳排放降低20.5%目标任务;积极参与全国碳排放权交易、全国温室气体自愿减排交易两个市场建设,持续开展钢铁、水泥行业碳减排专项服务行动,帮助企业完善碳排放管理体系、实施低碳化技术改造,切实提高企业碳排放管理水平;抓好气候投融资试点、气候适应型城市试点、产品碳足迹认证试点三类试点建设;持续推进重点行业产品碳足迹、碳捕集利用与封存、非二氧化碳温室气体排放控制、碳普惠四个方面工作。

本报讯(记者袁立朋)近日,河北省物流与采购联合会、现代物流报社联合发布9月份河北省物流业景气指数。指数显示,9月份河北省物流业景气指数为51.97%,较上月提升1.77个百分点,已持续两个月回升。

“从总体上看,9月份河北物流业供应链上下游效率提升,物流业基本盘更加稳固,整体呈扩张态势。”河北省供应链学会秘书长徐计增分析,从分项指数看,业务总量指数和新订单指数两者都呈上升态势,库存周转次数和设备利用率均有所提高,资金周转率和固定资产投资完成额均处于扩张区间,企业主营利润也有所增加。

物流需求扩张是景气指数回升的重要原因。9月,河北省物流业业务总量指数和新订单指数分别为54.31%和50.86%,较上月分别提升3.39和0.40个百分点,其中业务总量指数进入高景气区间运行。本月物流需求大幅回升符合预期,根本原因在于政策持续推进落地,物流行业旺季来临,双节假期即将到来等。

平均库存量增加,库存周转次数和设备利用率同步提升说明9月物流行业业务活动活跃、流转加速,物流体系的整体运行效率显著优化。数据显示,9月河北省物流业平均库存量为50.54%,较上月提升4.43个百分点;库存周转次数和设备利用率分别为52.20%和50.46%,较上月分别上升2.76和3.42个百分点。

总体来看,9月份河北省物流业在“需求扩张、效率提升、韧性彰显、预期稳固”的协同作用下,延续了积极向好的态势。但从价格、利润、成本三个指标来看,河北物流市场仍具备需求扩张但竞争激烈的特征,企业正面临“增量难增利”的经营压力。激烈的市场竞争削弱了物流企业的定价能力,伴随运营所需人力、仓储等成本的刚性上涨,严重侵蚀利润空间。

“可以看出,在巩固当前良好态势的同时,如何通过技术创新与管理优化,有效应对成本压力、提升盈利水平,将是推动我省物流行业实现高质量、可持续发展的关键所在。”徐计增说。

9月为51.97%,较上月提升1.77%

河北物流业景气指数连续两个月回升

我省发布 2024 年部分职业工资指导价位和企业人工成本信息

本报讯(长城网·冀云客户端记者刘澜澜)近日,省人社厅发布2024年部分职业从业人员工资指导价位信息及部分行业企业人工成本信息。

本年度发布的53个职业中类和261个职业小类企业从业人员工资指导价位信息以及17个行业企业人工成本信息,来源于全省近5000家企业、120余万名从业人员薪酬调查分析数据。

这些信息可为企业制定薪酬政策、招聘劳动者、开展工资集体协商,以及劳动者求职提供参考。参考中应与本地经济发展水平和本企业实际经营情况,以及劳动者学历、职业技术等级、工龄、能力等情况相结合。



扫码看详情

长城观察

“国家补贴+车展促销”催热车市
活跃度攀升 消费更理性

□本报记者 郑建卫

国庆中秋长假,石家庄汽车销售市场迎来消费热潮。在国家补贴政策及各类车展促销活动的多重推动下,车市人气与成交量双双走高。记者走访发现,与以往不同的是,今年“十一”车市呈现出热度与理性并存的特征,一方面在政策驱动下市场活跃度显著提升,另一方面消费者购车决策更趋理性。

政策礼包叠加车展盛宴 消费引擎全面启动

10月7日16时,石家庄裕华汽车园人头攒动。长城汽车的购车顾问杨先生告诉记者,假期以来,到店客流量翻倍,工作人员几乎每天20时才能下班。

车市的火爆,始于政策红利的提前释放。在原有汽车以旧换新补贴政策的基础上,9月24日,河北13市和雄安新区发布“关于组织开展‘金九银十迎国庆,汽车置换促消费’活动的公告”,该公告显示,9月26日至10月5日期间,每日10时在“懂车帝”App平台集中发放一批汽车置换更新资格券(有效期截至10月31日),补贴资格数量有限,发完即止。这一公告有效激发了市民购车的热情。

10月1日至8日,石家庄裕华汽车园区举办了特色汽车展览会,50余家汽车品牌参加展会,并提供一站式购车服务。还同步举办经典老爷车珍藏展、房车露营体验等特色活动,展会期间,每天都有乐队表演、互动游戏、抽奖等环节,吸引了市民前来看车购车。

此外,多家品牌4S店也推出各具特色的假期限时优惠促销活动:东风日产推出现车优惠,别克推出订金1000元变3000元、宝马的部分车型则推出免机油保养活动。多重利好之下,石家庄车市人气爆棚。

销量冷热不均分化明显 市场呈现结构性特征

记者走访了解到,国庆中秋假期,多家品牌4S店客流量较节前出现爆发式增长,多数门店客流增幅在30%—200%。尽管整体车市热度高涨,但不同品牌、不同车型的销售情况呈现出显著差异。

10月7日下午,在石家庄裕华汽车园的比亚迪店,石家庄市民张先生一家在试乘。张先生对记者说,家里已经有一辆车了,这次准备再买一辆。经过多品牌和多车型比较,倾向于购买比亚迪海鸥。趁着假期优惠力度大,当天就准备下单。门店销售经理告诉记者,国庆中秋假期以来,到店的客流增长了100%,订单量也同比增长了100%。

“我们一个假期的订单就完成了10月份销售任务的一半,成交量比平时增长了400%。”长城汽车销售顾问杨先生说。

同时,上汽大众、小鹏汽车、别克汽车等多家品牌的销售顾问表示,假期订单量较平时增长明显,增长幅度在35%到100%。

园区内,不同品牌门店的人流量和成交量差别显著。长城汽车、比亚迪、大众、别克、沃尔沃等品牌的门店内顾客络绎不绝。也有部分品牌的销售顾问告诉记者,假期的订单量反而不如平常。

细分市场的表现也各不相同。购买新能源车的主要是35岁以下的年轻人。而商务车和宝马、奔驰豪华车的买家年龄普遍在45岁左右,他们更倾向于购买燃油车。

经销宝马汽车的石家庄宝鹏公司的胡经理10月7日对记者说:“假期我们的订单比平时增长30%以上,燃油车占比为80%。”

理性消费渐成主流 长线决策取代冲动下单

10月7日下午,石家庄市民赵先生在裕华汽车园上汽大众门店围着一辆途观L看了又看。“我们刚刚从旁边的一汽大众店过来,在那边也看中了一款车,销售顾问说

现在下单能优惠1万多元。再看看这辆途观能优惠多少,多比较几家,看看哪款更有性价比。”赵先生说。

保定市民马先生在奔驰门店看车,但他并不急着下单。马先生说,之前在保定市各个汽车园区转了转,锁定了购车目标——奔驰E300。

7日一大早马先生从保定来到石家庄。“石家庄市几个汽车园区都去了,价格都差不多,不同的地方是各门店送的东西不一样。”马先生还要和这家门店的销售顾问再“砍砍价”,价格合适了、赠品合适了就下单。

货比三家已成为消费者购车的常态。在裕华汽车园区,记者遇到了正在对比不同品牌车型的石家庄市民陈女士。她手中拿着一个笔记本,上面详细记录着各车型的价格、配置、优惠政策和续航数据。“我已经看了半个多月,今天再来最后对比一下,争取月底前定下来。”陈女士说,她不仅对比了4S店的价格,还

咨询了线上平台,希望能拿到最优惠的价格。

记者走访发现,理性购车的消费者越来越多。与以往7天到15天的决策周期相比,现在消费者从初次到店到最终成交的时间普遍延长至15天到30天。

消费者的购车关注点也更加多元。除了价格和配置外,续航里程、充电便利性、售后服务、保值率等都成为重要考量因素。

“现在的消费者都很专业,他们对车型的参数、配置、续航里程了如指掌,提问都问到点子上。”销售顾问杨先生说,以前可能聊一两次就能成交,现在平均要跟进四五次。

针对消费者的理性转变,各品牌门店也调整了销售策略。不少门店推出了试驾体验周活动,让消费者有更充足的时间感受车辆性能;有的品牌建立了客户专属服务群,及时解决消费者的疑问;还有的门店提供一对一定制化购车方案,根据消费者的需求推荐合适的车型和配置。

“妈妈,原来红掌的‘红手掌’不是花瓣呀!”近日,在河北省科技馆内,一名小男孩踮脚触碰VR眼镜,在虚拟花田里见证了红掌如何破土成花。这场融合科技与自然魔法的“乾园”红掌品种展及花卉知识科普活动,用16种娇嫩的红掌、会讲故事的科学家和能穿越时空的VR设备,为公众打开了一本立体的植物百科全书。

“各位猜猜,红掌最艳丽的‘花冠’是花的哪部分?”河北农业大学园艺学院副教授邸葆举起一株红掌,现场瞬间变成自然课堂。当他揭秘红掌艳丽的“花冠”实为变态叶时,观众纷纷俯身细看。有小朋友惊呼:“叶子怎么会比花还漂亮?”

“中国的花王是牡丹!”“昙花在夜晚开!”科普问答环节吸引孩子们踊跃

这场科普展开启红掌“奇幻之旅”

□本报记者 吴新光 通讯员 王玉芹

参与。每答对一题,获奖孩子就抱着红掌盆栽雀跃回座位。

现场体验环节,河北乾园园艺科技有限公司带来了VR展示设备。头戴VR设备的孩子们在虚拟温室里“播种”,透过手柄看见红掌幼苗在指尖抽枝展叶。乾园园艺公司技术人员边操作边解说:“现在我们正给幼苗做‘日光浴’。”沉浸式体验让孩子们兴奋不已:“红掌从育苗到成花,要喝这么多营养液啊!”

据了解,本次展出的红掌由河北

乾园园艺科技有限公司种植培育。作为全省最大的红掌种植基地,乾园园艺公司依托河北农业大学技术支持,目前种植红掌8万平方米,建有现代化温室14栋。在现代化温室构成的“红掌工厂”里,每年200万盆红掌销往全国各地,年产值2300多万元,核算亩产值35万元—40万元,实现每亩7万元—8万元的纯利润。

“目前国内红掌种苗大部分依赖进口,成本较高,为解决‘卡脖子’技术问题,计划在乾园园艺公司创建种苗

组培基地,进行技术研发和技术储备。”谈到未来发展趋势,邸葆介绍,组培成功后,将会扩大红掌繁殖面积,国产种苗将让红掌成本降低20%左右,大幅提升产业的产值和效益。

本次活动由河北省科技馆、河北省女科技工作者协会、河北省农林科学院农业信息与经济研究所联合主办,河北省现代农业产业技术体系花卉创新团队承办,旨在用“可触摸的科学”激发青少年爱科学、向往科学的浓厚兴趣。

百姓看联播

村企“牵手”共唱致富曲

前不久,河北3个案例入选了全国“万企兴万村”行动首批优秀案例,其中就有同福集团股份有限公司——结对正定县塔元庄村项目。塔元庄村与同福集团组CP,是农场,是乐园,还是加工车间。

2020年1月,塔元庄与同福集团一拍即合,共建合资公司,同福集团货币资金出资占股70%,塔元庄利用村里集体建设用地和闲置资产使用权出资占股30%,每年按股份分红,村集体每年增收千万元以上。除了分红,村民还能在家门口就业,真正实现“离土不离乡”。项目设有止步于单一企业的带动,而是打造出“塔元庄同福乡村振兴模式”,通过标准化管理、品牌化运营,整合多方资源,带动200多个合作社共同发展。

河北塔元庄村同福农业科技有限责任公司农乐部经理司跃腾介绍:“我去年年底承包了塔元庄同福乡村振兴园的1000亩地,这里有草莓合作社、西红柿合作社等20余种合作社。合作社负责生产,公司会制定相应的生产标准,帮合作社把他们的产品销售出去,目前合作社的年产值平均在100万元左右。”

2024年,塔元庄村集体年收入增加到3200万元,村民人均可支配收入达到3.5万元。村企“牵手”绘就出一幅村美、业兴、民富的崭新画卷。

(长城网·冀云客户端记者 许艳艳)

扫码看视频

(上接第一版)四是梯度引育优质企业。引育一批人工智能领域科研发力强、竞争力强、品牌知名度高的创新型企业,孵化一批科技属性强、发展潜力大的科技型中小企业,加速推动人工智能产业集聚融合发展。五是加大人才引育力度。加强人工智能领域高端人才的交流引进,完善人工智能科研保障、职业支持和人才评价机制。打造一批人工智能产业孵化器,加速集聚人工智能领域专业人才和团队。

《行动计划》还提出了加强组织协同、优化产业生态、加强安全监管等三方面工作要求。