

专项债支持范围扩大 新基建助力“经济底”修复

本报记者 杜丽娟 北京报道

经济下行压力下,相较于消费和出口,基建投资对“稳增长”的支撑作用逐渐明显,与以往不同的是,此次专项债的支持范围开始从传统基建向新基建扩容。

扩大有效投资

新增专项债将继续重点支持惠民生、补短板、稳增长领域,并将重启补充中小银行资本金工作。

尽管常态化防疫成本的增加,给财政造成较大支出压力,但从目前数据看,似乎并未对基建投资形成制约。按照资金跟着项目走,财政部近期对专项债使用管理办法进行了部署,根据最新要求,新增专项债要在6月底前基本发完。

值得注意的是,3月份国务院曾要求,今年3.65万亿元新增专项债要在9月底前发行完毕,目的是用好政府债券扩大有效投资,促进补短板增后劲和经济稳定增长。

然而,当专项债的发行安排从三季度提前到二季度后,财政政策靠前发力的信号进一步增强,对基层政府而言,政策调整带来的感受也更直观。

“4月份中央政治局会议之后,省里对基础设施建设的定位进行了重申,明确要加快专项债的发行节奏,5月初各市区县按

按照“5·23”国常会会议要求,今年专项债8月底前基本使用到位,支持范围扩大到新型基础设施等。而早前政治局会议也曾指出,要抓紧谋划增量政策工具。彼时,市场人士解读增量政策工具的突破口,或将从专项债打开。

要求上报了专项债的使用情况和项目储备数量,目前基本的要求就是新增专项债要加快发行进度,早一点形成实物投资量。”5月25日,一位基层财政部门人士介绍。

在他看来,当前积极财政政策更注重提质增效,特别是随着经济增长不确定性因素的增大,提高专项债的使用效率,也成为当前稳定经济预期的重要手段。

来自财政部的消息显示,截至5月15日,各地已经发行1.5万亿元,比去年同期增加了1.3万亿元,剩余额度的发行工作正在加快推进。

不仅如此,截至4月底,已经发行的专项债券安排项目超过1.1万个,有1200亿元的专项债券用作了重大项目的资本金,为扩大有效投资、稳定宏观经济提供有力支撑。

财政部相关负责人介绍,当

按照目前政策走势,专项债支持范围扩大到新基建领域,似乎也印证了市场此前判断。这意味着,以5G、工业互联网为核心的新型基础设施建设,或将开启新一轮投资热潮,这在一定程度上也能助力“经济底”的修复。

前加快地方政府专项债券发行使用,带动扩大有效投资是积极财政政策的一个重要内容。

按照《政府工作报告》要求,今年新增地方政府专项债券的额度为3.65万亿元,在去年12月提前下达1.46万亿元的基础上,3月份已经将剩余的用于项目建设的专项债券额度全部下达地方。

中诚信国际研究院的报告指出,在财政部关于“上半年完成大部分新增专项债的发行”的要求下,新增专项债将继续重点支持惠民生、补短板、稳增长领域,并将重启补充中小银行资本金工作。

“结合专项债规模及投向,理论上年内可拉动基建投资约5.5万亿元,但实际撬动效应仍受领域投向、资本金应用、配套融资情况、项目建设进度等多因素限制。”中诚信国际研究院研究员袁海霞预测。

新基建撬动作用

从新基建的范围看,这些领域避免了对传统基建的路径依赖,更多转向“软基建”领域。

事实上,在政治局会议明确“抓紧谋划增量政策工具”的要求下,基建投资一度被市场认为是增量政策的一个落脚点。

按照国家统计局的数据,今年一季度GDP增速为4.8%,具体看,一季度基建投资超过了3.1万亿元,增速达到了10.48%,其中3月投资额约为1.84万亿元,同比增加了约2000亿元,增长11.79%。

在上述数据发布之前,国家发改委有关负责人表示,要适度超前开展基础设施投资,扎实推动“十四五”规划102项重大工程项目实施。“从一季度投资数据看,重大工程项目在基建中发挥的作用功不可没,这为专项债支持范围的扩大提供了基础。”上述基层财政部门人士说。

5月23日,国常会会议召开,会议明确专项债支持范围扩大到新型基础设施等,这一表述让市场对新基建有了更多关注。

信达证券的报告指出,推进新型基础设施建设,加大对传统产业向高端化、智能化、绿色化优化升级的支持力度是未来基建投资需要重点关注的内容。

“随着政策对新基建的倾斜,以及专项债向新基建开放,我们预测5G基站、工业互联网、数据中



南京电气特高压户外试验场,工人正在做实验前准备工作。

视觉中国/图

心、充电桩等新基建将有更大发展空间。”信达证券宏观分析师解运亮说。

据悉,2020年4月,国家发改委首次明确“新基建”范围,主要包括三个方面内容:一是信息基础设施,二是融合基础设施,三是创新基础设施。从新基建的范围看,这些领域避免了对传统基建的路径依赖,更多转向“软基建”领域。

市场人士认为,通过5G建设、云计算、工业互联网、高端制造、生物科技以及新兴消费领域的“新基建”投资,可以提升企业的生产效率,进一步畅通国内要素流通,为

经济增长注入新的活力和动力。

至于具体的撬动空间,由于这些项目尚处于开发和建设中,因此目前并不能准确预判其对经济预期的影响,但不可否认的是,经济下行周期的“稳增长”,必然是新基建和交通、水利等传统基础设施投资的共同发力,这是力保全年5.5%增长目标实现的重要举措。

需要注意的是,目前专项债资金仍不得用于土地储备和房地产相关领域、置换债务以及可完全商业化运作的产业项目。从新基建的范围看,专项债对上述两个领域仍未放开。

“满哥”的愤怒

本报记者 郑丹 北京报道

“最好谁去扒的,谁出来帮我做一个解释。”

5月21日,小满节气。一位名为“北大满哥”的用户在多个平台发布视频,直指奥迪当天发布的广告片《人生小满》,近乎一字不变地搬运了自己一年前的视频文案,而他作为原创者却反被部分网友认为是抄袭者。

据不完全统计,当天,《人生小满》全网发布后,在微信视频号的点赞、转发超10万,在奥迪官微播放超455万、点赞超1万,刘德华作为片中唯一主演,其抖音平台点赞超500万。

在名为《被抄袭了过亿播放的文案是什么体验?》的视频中,“北大满哥”将其一年前发布的视频与奥迪广告逐句比对,以表明奥迪的广告照搬其文案。此事随即引起热议。次日清晨,“奥迪小满广告抄袭”话题一度名列微博热搜第一。

随后,奥迪在全网下架视频并致歉,并称将对执行该视频的创意代理公司M&C Saatchi进行追责,会给公众一个满意的答复。刘德华也随之删除广告,并发文道歉。

“北大满哥”这则控诉自己情怀被资本无情利用的短视频,获得40多万的点赞量,在抖音热榜持续一天,在快手播放量高达2250万。5月25日凌晨,他发布声明称,奥迪公司、广告公司负责人已向其当面对歉,态度非常诚恳,目前三方已达成协议,对小满作品文案进行了免费授权。

文案抄袭风波似乎告一段落,但5月26日,《人生小满》的广告海报,又被版权方指出涉嫌不正当使用,网友笑称奥迪广告事件已成抄袭连续剧。

伴随此事,网友、专家对短视频领域频繁出现的借鉴、模仿、抄袭现象展开讨论。也有人指出“北大满哥”对小满的阐释不妥,其所谓自创诗歌,实际由众多古诗捏合而成。

涉事导演两部作品下架

“今天是小满,是我理解最好的人生状态,也是我叫了十多年小满、满哥的原因。这个时间的麦子,开始逐渐地变得饱满,但还没有完全饱满,是一个生机勃勃又充满希望的时刻。”

2020年5月20日,小满,“北大满哥”开启线上教育事业,他发布了一则短视频,讲述自己之所以叫“满哥”的原因,视频最后,他称借曾国藩先生的一句名言,自创了一首诗。

2021年5月21日,又一个小满节气,他在短视频里又发了一遍对于“小满”这一节气的阐述。

“小满这一天,刚好麦穗开始逐渐地饱满,但是还没有完全饱满,这种状态特别好,它代表了一种人生态度……这就代表着我们在追逐完美的路上,但不要求我们一定要十全十美。”视频结尾,“北大满哥”将当年的诗再吟一遍。

不料,几乎完全一样的阐释和诗句,都被搬运到了奥迪的《人生小满》中,只不过这些字句由刘德华娓娓道来,穿插着的外景镜头,扫过大片的麦田,绿油油的穗



子在风中摇曳。

“北大满哥”在视频中称,

2022年小满这一天,自己心情不错。“满粉过节,还有好多粉丝名

北大、清华标签下的教育人设

有趣的是,有网友逐字逐句检索发现,“北大满哥”所谓的原创文案中,对小满节气的阐释逻辑、文字,早在多年前即出现在他人的微博、博客中,而其所吟诵的诗句,则源自不同的古诗。

也因此,网友戏称,这似乎是一场离谱的“无限套娃”事件。而“北大满哥”则在5月25日称,其对小满阐释部分,共600字,与网友早年微博内容重复仅占18个字,不构成抄袭,将多人古诗捏合,则属于借鉴,且其中一句古诗,他事前并未听闻。

与此同时,“北大满哥”也对版权、借鉴、抄袭等相关概念在法律中的情形,进行了具体说明。并对近期出现掉粉现象感到心痛,“这两天一下子少了好几万,真的心痛不已”。

在短视频平台中,“北大满哥”自我介绍39岁,是一名教育领域创作者。“农村出生,东北长大;姐姐清华,自己北大。”其置顶的

视频也是紧紧围绕着“姐姐清华,弟弟北大”标签,例如《女儿清华,儿子北大的妈妈什么样》《清华姑姑北大爸爸的娃娃6岁时》《姐姐清华弟弟北大靠的啥》等视频,点赞量1万多到34万多不等。

账号显眼的封面,是北京大学的西门,在早期视频中,他很多次都是站在这个印着四个镀金大字的牌匾前,分享自己考进北大的经历以及教育理念。

网友发现,“北大满哥”主要以打造自身励志人设吸引粉丝,不断输出一些针对儿童的文学常识和学习道理,并多次强调,自己三岁读易经,热爱古文,现已真正将教育学、心理学、脑科学易学、传播学等学科在认知层面反复打磨,有重大突破。

2020年3月,“北大满哥”因为“姐姐上清华,自己上北大”的人设,短短不到10天,粉丝涨到了10多万人。于是他开始了人生的第

一场直播,4个小时53分钟。据其介绍,就是这场连麦,让他找到了人生的意义。“我特别兴奋,我终于知道我这辈子要干什么了……我要在这里给大家讲讲课。从那天开始,我整个人生都发生了改变。”

“北大满哥”自称,2013年,他并不在短视频创作领域,而是在一个30多人的团队内做项目,当时公司年收入18亿元。2014年,他计划从长期就职的甲方公司辞职,称要放弃稳定,寻求突破,去一个自己最不熟悉的行业,补齐最大短板。一年时间不到,其负责的第一款产品上市,在中国有2亿多名用户,两年之后,迎来一个月流水过亿元的产品代表作。

“北大满哥”回忆,自己成长于一个有爱的家庭,母亲曾为贴补家用,先后做过保洁员和个体户。父亲教书育人30年,比较开明,让自己在玩的过程中,对历史、古文、电学感兴趣。所以“北大满哥”后来

字换成了带‘小满’的头像,我还拿了人气榜第一。”但到了中午看到那则《人生小满》的广告后,一下子失落了。“这首诗最早发布于我2018年中秋节的朋友圈,前年、去年分别发了两条,里面都有我的原创声明和创作过程。”

奥迪方面发布声明称,这条广告代理商为M&C Saatchi上思广告(上海)有限公司。《新视线》创意总监彭杨军曾在微博表示,其负责导演此次《人生小满》拍摄,并称“这是我导演过的片子里最轻松愉快的一次……客户一稿过”。但目前该微博已删除。

彭杨军,良仓创始人,曾担任意大利《COLORS》杂志创意总监、《新视线》杂志创意总监、《VISION青年视觉》杂志首席摄影师。获得过亚洲出版协会摄影金奖、美国Photo Eye年度摄影图书奖、德国卡塞尔摄影图书奖、IAI国际广告节金奖、金投资金奖等奖项。

《中国经营报》记者注意到,彭杨军在2021年8月拍摄过的一则宝马广告片也被指抄袭,随即下架。有网友整理出该广告《宝

马8系×良仓》与英国独立音乐人SOHN的MV存在高度相似。

“北大满哥”还称,自己的作品已经不是第一次被抄袭了。

早在2020年3月,“北大满哥”发布第一条视频,讲述“姐姐上了清华,我上了北大”,迅速被别人抄袭篡改,发布在另一平台获得几十万名粉丝。后续,也有大V一字不差地抄袭其作品,甚至连衣服、手势都要模仿他。

“北大满哥”表示,自己作品中的很多知识也是在书上看到的,从别人那里学到的。“但像这种从头到尾全是广告,结尾各种品牌漏出,全网分发量好几亿,还找了明星代言的商业广告,还取近乎一字不差地搬运知识,去掉了别人的创作过程和原创声明……我从事互联网17年,真的没见过。”

这一次小满,“北大满哥”又在视频里吟诗两首,除了上述的一首诗,还新创作了一首,且特意在自己的作品文案中标注“原创诗词,谢绝搬运”。在澄清视频末尾,他说:“我想在这里分享一下(新诗),要不然,过两天又不知道是谁的了。”

进北大电子系。

镜头前的他,声情并茂地讲道:“我不甘心啊,我有自己的梦想啊,我的梦想是去中国最好的大学,有最好的老师,可以跟他请教最深刻的知识;认识最棒的同学,跟他们进行思维的碰撞;那里有找工作时最好的武器,可以让人一眼就把我从简历中筛出来;那里有最好的证明,可以证明我初中和高中努力过。”

直播账号连续开播一年后,“北大满哥”实现400万名粉丝的突破,并坚持每天早晨6:50准时开播。他反反复复地重申自己的理念,不要礼物不挂车,免费连麦,只想实现教育的真谛:“一棵树摇动另一棵树,一朵云推动另一朵云,一个灵魂唤醒另一个灵魂。”

目前,“北大满哥”两个短视频平台的粉丝量超过500万人,置顶的几则视频点赞量均过万,热度还在持续发酵。