



全面贯彻落实原子能法 推动国家电投核能事业高质量发展

刘明胜

《中华人民共和国原子能法》已于2026年1月15日起施行,这是我国核能发展史上的里程碑。原子能法作为核领域的基础性、综合性法律,为我国核能事业在新时代行稳致远奠定坚实的法律基石。不仅保障了核能在确保安全的前提下积极有序发展,助力我国保障能源安全,实现能源清洁低碳转型升级,更通过规范技术研发、燃料管理及国际合作等方面条文,对提高我国核能行业自主化现代化水平、实现产业链自立自强具有重要的现实意义。

作为肩负保障国家能源安全重要使命的特大型国有重要骨干企业,国家电力投资集团有限公司(以下简称国家电投)将全面贯彻落实原子能法,把相关要求融入集团“十五五”发展规划,贯穿到改革发展各方面与全过程,推动核能产业安全、创新、高质量发展,助力加快构建清洁低碳、安全高效的新型能源体系,为保障国家能源安全、建设美丽中国、实现高水平科技自立自强贡献更大力量。

一是筑牢安全基石,着力健全高水平的核安全治理体系。原子能法将高质量发展与高水平安全有机统一于法律条文之中,确立“坚持安全第一、预防为主、责任明确、严格管理、纵深防御、独立监管、全面保障”的原则,系统构建了全链条安全监管体系,为核工业的持续健康安全发展提供了坚实的制度屏障。国家电投认真贯彻落实党中央、国务院关于核安全“万无一失”“绝无一失”的最高标准要求,构建严密的核安全责任体系以及与核能发展相适应的现代化监督体系。目前,国家电投在运在建核电机组核安全形势总体可控,下一步,我们将进一步强化“核安全是生命线”的理念,把核安全贯穿于项目管理全链条、运营全周期,在措施制定、资源投入、进度安排、成本控制等方面优先保障安全。积极构建涵盖集团总部、平台公司、核设施运营单位、工程总承包单位、监理单位、专业化公司的严密核安全责任体系,实行全员核安全责任制,严格贯彻“质量第一”方针,以高质量的工程建设为高水平的核安全奠定坚实基础。进一步健全核安全风险防控体系,对发现的问题举集团之力加以解决。持续培育坦诚开放的核安全文化,形成“事件报告—经验反馈—管理改进”的正向循环,确保核安全“绝无一失”。

二是坚持创新驱动,着力打造自主可控的核能技术高地。原子能法强调了科技创新的核心地位,明确国家鼓励和支持原子能科学研究、技术开发和成果转化的方针。特别是原子能法专设“科学研究与技术开发”章节,为前沿技术探索提供了明确的法律依据和政策指引。国家电投扎实推进实现高水平科技自立自强的政治使命,全面开展先进核能技术研发,勇当现代产业链链长,推动我国在先进核能主流赛道上跑在最前列。下一步,国家电投将以服务国家战略为导向,以打造国家战略科技力量 and 支撑一流产业建设为牵引,实施核能战略的核能科技创新管理,有序推进谱系化、梯度化核能研发,攻克关键核心技术“卡脖子”问题,加快推进堆产同位素制备等核技术应用创新“国家队”地位。我们将以院士、国家卓越工程师培养等为牵引,加快教育、科技、人才一体推进,深化与顶尖科研机构、骨干企业的协同合作,加强“创新驱动+设施保障+成果转化+科技金融+人才支撑”的创新生态链建设,打造产学研用深度融合的高能级平台。

三是优化产业布局,着力推动能源清洁低碳高效发展。原子能法将“积极安全有序发展核能”写入条文,明确坚持创新驱动发展战略和绿色发展、可持续发展战略。国家电投核电产业快速发展,目前已有多个核电基地、十余台核电机组在运在建。除将核能用于发电外,依托“暖核一号”开展核能供热,助力山东海阳成为我国首个零碳排放城市,获得国际原子能机构推广。目前已覆盖烟台和威海乳山,采暖40万居民,供热面积达1300万平方米。下一步,国家电投将站在优化能源结构、保障国家能源安全的高度,积极推动后续项目的统筹布局,在确保安全的前提下做好新项目建设,充分发挥产业链前沿引领作用,带动打造一批非能动核电产业集群。我们将持续拓展核能综合利用,在核能供热供汽、同位素生产等领域创造新的增长点,推动经济社会清洁低碳转型。

四是深化国际合作,着力提升我国在全球核能治理中的引领力。原子能法明确“鼓励和平利用原子能的国际交流与合作”,并将我国履行国际核不扩散义务上升为法律要求,为我国深度参与全球核能治理、推动核能与装备“走出去”提供了权威的“法治名片”。下一步,国家电投将严格履行国际防扩散义务与国家管制政策,积极参与国际标准制定,大力推动“中国标准国际化”。我们将主动配合国家原子能机构,优化核进出口管理制度,确保物项和平利用,坚决筑牢国家安全底线。

五是强化法治保障,着力护航核电产业规范有序发展。国家电投将以学习贯彻原子能法为契机,加强法治宣传教育,切实提升全体员工的法治素养与合规意识。立足核能业务高技术、高敏感、高风险的特性,加快建立健全核能专项合规管理体系,将原子能法及相关法规要求,精准转化为企业规章制度和操作规程,针对核设施选址、建设、运行到退役的各个阶段,以及核材料、放射性废物管理等重点领域,实施全生命周期合规管控,有效防范化解各类风险。坚持以法治方式固化创新成果、规范研发行为、保障技术安全,建立健全覆盖知识产权创造、运用、保护和管理的体制机制,特别是强化核能创新成果的法律保障,形成科技创新与法治建设相互促进、良性互动的局面,不断提升国家电投核能产业的核心竞争力和可持续发展能力。

(作者系国家电力投资集团有限公司党组书记、董事长)

促进发票治理 提升全社会税收遵从度和共治意识 有奖发票试点活动激发消费活力

本报记者 刘欣

“真没想到,一顿年夜饭竟然吃出了200元的‘大礼包’!”广州的周女士除夕夜与家人在餐厅欢聚守岁,结账后上传发票,意外收获了一份新春惊喜。

为进一步释放消费潜力,财政部、商务部、税务总局自2026年初起在50个城市开展为期6个月的有奖发票试点活动。一张张小小的发票,在这个春节化身“幸运门票”,不仅为市民们增添了一份惊喜,更成为撬动消费市场的一股力量。记者从国家税务总局获悉,春节假期,全国消费相关行业日均销售收入与上年春节假期相比增长13.7%。

发票抽奖点亮节日“新体验”

今年春节,全国多地消费市场因有奖发票而增添了一份别样的热度。“一家人在成都过年,不仅感受到了‘巴适’的氛围,开发票还中了好几次奖。”2月25日下午,来自北京的赵明在成都双流机场选购特产,准备返京。临行前又开了三张发票,满怀期待:“明天到北京,还盼着能再收到中奖的信息。”

在宁波,阪急商场财务负责人王祺凯最先感受到这份火热。“春节是传统的销售旺季,今年又正好赶上‘有奖发票’活动,商场的客流量比预计多了10%以上,顾客的消费意愿也明显增强。”他告诉记者,活动开展以来,商场的日均销售额突破2000万元,同比增长超15%。

在成都万象城元渔铁板烧门店,收银台的显著位置张贴着有奖发票操作指引。公司财务负责人李伟介绍,有奖发票试点活动开展以来,顾客开票需求明显增加。为有效应对持续增长的开票需求,节前该公司提交了发票额度调整申请并获批准。“有奖发票传递出政府提振消费的决心,我们有信心乘着这股东风,坚守合规经营,进一步提高品牌知名度。”李伟说。

在广东,有奖发票活动作为全省“粤享暖冬乐游广东”消费季六大优惠政策的组成部分,与“以旧换新”补贴、消费券发放、文旅惠民活动等多项措施协同发力。广州市民陈先生正是这一“组合拳”的受益者,他上月在购买手机时,同时享受了以旧换新补贴和发票抽奖双重优惠。“原本计划换新手机,恰逢国家补贴政策,又遇上发票抽奖活动。”陈先生欣喜地分享,“没想到一张手机发票让我中了100元奖金,相当于折上折!”

一组组数据勾勒出全国新春消费市场的火热图景:春节期间广东全省共有1528万人次参与有奖发票活动,纳税人累计上传发票1141万张,发票金额超30亿元;四川全省共有821万人次参与抽奖,累计上传发票278万余张,发票金额超14亿元;在宁波,活动启动20天以来,参与人数超265万人次,参与商户超24万家,已发放奖金超4300万元……

活动越是火热,越需规范护航。宁波市税务局征管和科技发展处处长张刚介绍,税务部门会同商务、财政等部门对参与活动的发票进行严格审核校验,防止不法分子利用活动牟利,共同护航“有奖

核心阅读

一张张小小的发票,在这个春节化身“幸运门票”,不仅为市民们增添了一份惊喜,更成为撬动消费市场的一股力量。记者从国家税务总局获悉,春节假期,全国消费相关行业日均销售收入与上年春节假期相比增长13.7%。



发票”活动惠及更多消费者。

“杠杆效应”撬动消费增量 近期,点都德餐饮管理有限公司运营执行总监张晓婉观察到了一个有趣的现象:“广东的早茶文化很有特色,很多叔叔阿姨两个人消费大概八九十元,了解到有奖发票活动后,他们经常会专门加一份点心或者饮料,凑够100元的抽奖门槛。”这种“凑单消费”不经意间拉高了客单价,也让消费者在获得惊喜的同时,体验到了“多一份消费,多一份期待”的乐趣。

同样的现象也出现在住宿业。广东迎宾馆总经理叶丽芳告诉记者:“客人在离店时,会在我们的纪念品商店购买一些广东特色的手信,选购两三件商品就达到了开发票抽奖的门槛。我们看了一下数据,这部分二次消费占到总销售收入的约10%,在长假期间更加明显。”

“有奖发票通过即时激励,放大了消费的满足感与获得感,直接刺激消费意愿并引导二次消费。”广东外语外贸大学经济贸易学院副教授刘明助指出,这种“消费—开票—激励—再消费”的设计,精准契合节日消费心理,将税收政策工具转化为市场动能,是微观层面激发活力的有效创新,为建立促消费长效机制提供了新思路。

从“乐购新春”到“购在中国” 多元场景让消费市场活力持续释放

“网络视听凭借极强的沉浸感和互动性,能够将用户庞大的‘内容注意力’高效转化为‘消费行动力’,并不断延伸产业链条,开辟新的服务消费空间。”王小亮说。

据介绍,国家广播电视总局将从四方面持续发力,加快培育网络视听服务消费新增长点:丰富优质内容供给,引导创作更多兼具思想性、艺术性和市场号召力的精品力作;促进新业态发展,拓展“网络视听+”新模式,以新的应用场景撬动新的消费升级;突出技术创新驱动,深化生成式人工智能、虚拟现实等技术的融合应用,以技术革新激发新的消费意愿;优化产业生态,为各类市场主体营造更加稳定、透明、可预期的政策环境。

以微短剧赋能千行百业 微短剧作为互联网条件下新大众文艺的重要业态,既是网络文艺的“轻骑兵”,又是服务消费的“生力军”,不仅能带动新的视听文化服务消费,更以“微短剧”赋能千行百业。马年春节,各大平台在春节档密集推出超过百部微短剧,以丰富供给填满用户碎片化休闲时间。

“据市场机构统计,到今年7月,我国微短剧用户规模将达6.96亿;今年的市场规模有望在去年达到500亿元的基础上,实现更大突破。”国家广播电视总局副局长韩三平介绍。

微短剧呈现健康繁荣的勃勃生机。2025年有3.3万部微短剧上线播出,国内用户近7亿。2025年微短剧的市场规模破千亿元,较2024年翻倍。微短剧不仅内容体量较大,产业增长较快,而且品质显著提升,赋能作用凸显。

“精品化已经成为行业共识。”王小亮介绍,下一步,广电总局将从三个维度发力,进一步推动微短剧拉动服务消费,助力经济社会发展。

首先,强化政策保障。制定实施《微短剧发展管理办法》,做到既“放得活”又“管得好”,在守好内容安全底线的同时,大力促进市场公平竞争,激发行业创新创造活力,营造健康向上、规范有序的良好环境。

其次,加强创作引导。引导创作者从人民群众创造美好生活的奋斗中,从中华优秀传统文化的传承中,从新时代中国现代化的火热实践中,找准选题,讲好故事,不断推出更多精品力作,持续扩大优质内容供给。

最后,深化融合创新。深入实施“微短剧+”行动计划,赋能文旅、体育、“三农”等行业产业发展,以业态融合为重点,扩大服务消费,推动科技创新与产业创新融合,运用人工智能等新技术打造新型服务消费场景,释放服务消费潜能,鼓励服务出口,推动优秀微短剧“走出去”,开拓国际市场。

一张发票背后的税收共治

伴随着一次次抽奖的喜悦,有奖发票正悄然成为连接消费者与商家的“诚信握手”。

“往年春节,主动索票的多是商务差旅客人,散客索票率不高。”星河吉酒店财务经理兰文霞说,“今年不一样了,家庭游客、朋友聚餐的顾客结账时都会主动问能开票,索要正在变成消费习惯。”

“还没等我走出店门,中奖红包就到账了!”近日,广东省怀集县连麦镇长岗村农业专业合作社种养专业户徐建贤在怀集县一家餐馆用餐后参与发票抽奖活动,短短30秒便收获了一份“指尖上的惊喜”。“以前总觉得开发票是‘公家的事’,现在觉得像消费后的一个‘小彩蛋’。”徐建贤笑着说,“春节期间朋友圈里有很多发票中奖的截图,从几元到几百元的红包,发票抽奖虽是‘小切口’,却映照出税收治理的新思维。这种不带‘说教感’,主动‘参与感’的活动值得进一步推广,让更多人感受到诚信纳税带来的社会红利。”

广东能源茂名热电厂有限公司基建党支部副书记曹燕明说:“像发票抽奖这样的设计,没有门槛,消费者索取发票,既维护了国家利益和自身权益,还可能收获一点小惊喜。”

广东省税务局征管和科技发展处处长孙健介绍,活动开展至今,税务部门持续对有奖发票数据进行实时监控分析。此次参与发票抽奖的经营主体中,新办纳税人超过3700户,此次活动有助于引导企业在创业初期即形成规范开票的良好习惯,也有利于鼓励消费者主动索取发票,商家主动开具发票,防范不开票偷逃税行为。

一张小小的发票,一头连着万家灯火的消费热情,一头连着国家运行的税收基石。国家税务总局税收和财务司相关负责人表示,从春节期间全国各地的实践效果来看,有奖发票试点不仅激发了消费活力,更在潜移默化中促进了发票治理,提升了全社会的税收遵从度和共治意识。相信随着试点的深入推进,这一“小切口”将继续发挥“大作用”。

本报记者 丁一

2026年丙午马年春节,9天超长假期叠加内容市场的集中爆发,让春节档网络视听节目精彩纷呈。

国家广播电视总局以“视听贺岁春 春意满屏”为主题,策划推出新春精品视听节目展播,内容涵盖晚会、电视剧、网络剧、微短剧、纪录片、动画片、文艺节目、广播节目等多种类型,为全国人民送上“春节文化大餐”。

优质节目内容带动消费

国家广播电视总局数据显示,马年春节档共有40多场特色春晚接续上演。中央广播电视总台春晚以“麒麟地 骋 势不可挡”为主题,在全国电视市场的直播总收视份额达78.88%,创近12年以来收视新高。《2026年春节戏曲晚会》全媒体总触达31亿人次,新媒体直播观看量同比增长约91%,创历史新高。全国多地卫视也根据自身资源禀赋推出各具特色的春晚节目。

红红火火的春节背后,还有文化消费的热潮。目前,广播电视和网络视听的用户都已超过10亿——广播电视和网络视听在促进消费方面也发挥着重要作用。

据介绍,国家广播电视总局积极拓展“广电视听”,把推动扩大内需、提振消费作为重要工作方向。

“电视听节目”精彩纷呈,优质内容IP带动消费新需求。电视剧方面,《太平年》《生命树》这些大剧开播即热,还有丰富多样的纪录片、动画片、综艺节目、体育节目,不仅满足群众节日文化娱乐需求,也有很强的消费带动能力。

国家广播电视总局宣传司司长李志忠表示,网络视听已成为服务消费的重要增长点,丰富多彩的网络视听活动会带动视听大流量转化为消费新增量。

网络视听背后有大市场

国家广播电视总局网络视听节目管理司司长王小亮告诉记者,从内容上看,网络视听包括电视剧、网络剧、纪录片、动画片、微短剧、综艺节目、短视频、直播、音频节目、播客等丰富形态。从渠道上看,覆盖网络视听平台、移动客户端、互联网电视、IPTV、有线电视视频点播、车载屏、公共屏等多元场景。从服务上看,融合直播、互动体验等多种模式。

数据显示,我国网络视听用户规模为10.91亿,网民使用率达98.4%。2025年,网络视听全行业市场规模近万亿元。网络视听已深度融入经济社会和人们的生活,透过一部手机、一块屏幕,可以看到规模庞大、活力充沛的服务消费新市场。

“小屏幕”后面也有“大市场”

王小亮说,网络视听已成为服务消费的重要增长点,丰富多彩的网络视听活动会带动视听大流量转化为消费新增量。

首先,强化政策保障。制定实施《微短剧发展管理办法》,做到既“放得活”又“管得好”,在守好内容安全底线的同时,大力促进市场公平竞争,激发行业创新创造活力,营造健康向上、规范有序的良好环境。

其次,加强创作引导。引导创作者从人民群众创造美好生活的奋斗中,从中华优秀传统文化的传承中,从新时代中国现代化的火热实践中,找准选题,讲好故事,不断推出更多精品力作,持续扩大优质内容供给。

最后,深化融合创新。深入实施“微短剧+”行动计划,赋能文旅、体育、“三农”等行业产业发展,以业态融合为重点,扩大服务消费,推动科技创新与产业创新融合,运用人工智能等新技术打造新型服务消费场景,释放服务消费潜能,鼓励服务出口,推动优秀微短剧“走出去”,开拓国际市场。

本报记者 丁一

今年春节假期,在商务部联合多部门共同组织开展的“乐购新春”春节特别活动推动下,全国消费市场呈现年味浓、人气旺、活力足的繁荣景象。据悉,春节期间,全国重点零售和餐饮企业日均销售额比去年同期增长5.7%,增速提高1.6个百分点。

这亮眼的成绩单,与各地创新多元化消费场景的举措密切相关。

“乐购新春”春节特别活动聚焦节日消费需求,涵盖吃住行游购娱全链条,在“好吃”“好住”“好行”“好游”“好购”“好玩”方面为消费者打造了丰富多彩的消费场景。

“好吃”方面,鼓励餐饮企业推出年夜饭套餐、新春团圆宴,以舌尖上的年味温暖人心。“好住”方面,鼓励家居卖场、家电品牌惠民让利,酒店、民宿推出优惠套餐。“好行”方面,民航、铁路加大运力,鼓励航空公司推出春节特供餐食等服务。“好游”方面,开展“跟着电影去旅游”等活动,支持各地举办庙会、非遗展演等民俗活动。“好购”方面,支持全国步行街(商圈),一刻钟便民生活圈备足优质货源,推出优惠促销,支持县域乡村举办年货大集。“好玩”方面,鼓励各地推出特色春晚、乡村演出等,丰富群众新春精神文化生活。”商务部副部长盛秋平介绍说。

在多元化消费场景刺激下,春节线下消费年味十足,从城市商圈到乡村大集,“乐购新春”活动暖意融融,全国重点监测的78个步行街(商圈)客流量、营业额分别增长6.7%和17.5%。

各地推出的独具特色的春节庙会、迎春灯展、非遗民俗活动,有力带动了出游、看剧、观影等服务消费的增长。数据显示,重点平台的冰雪消费、避免消费分别增长121%和129.8%,租车平台订单量较去年春节假期增长51%。

消费场景不断创新 党的二十届四中全会提出,要坚持扩大内需这个战略基点,大力提振消费,面对日益多元的消费需求,创新消费场景成为提振消费“必答题”。

商务部于2025年9月至11月组织开展了“新大集 新服务 新消费”全国县域商业消费季活动,通过开展民俗大集,打折促销、品牌酬宾、团购拼单等活动,加强线上线下联动,畅通城乡双向流通渠道,进一步丰富消费场景,为全方位扩大国内需求提供有力支撑。

国务院办公厅于2026年1月印发的《加快培育服务消费新增长点工作方案》提出,打造融合消费场景,开发沉浸式、多元化邮轮消费产品,结合消

费新业态新模式新场景营造、高质量户外运动目的地建设等,支持冰雪服务消费载体建设,支持符合条件的地方创新打造多元化冰雪消费场景,依托消费新业态新模式新场景等平台载体,支持建设若干消费带动作用强的情绪式、体验式服务消费新场景。

当前,自驾游已成为旅游消费的新热点,公路服务消费身一变,成为“网红打卡地”。交通运输部会同文化和旅游部等部门推出了《推进旅游公路高质量发展五年行动方案(2023-2027年)》,指导各地探索利用旅游公路沿线资源,创新开发“服务区+旅游”“桥梁+旅游”“公路+体育”等特色旅游产品,有效带动了汽车租赁、营地服务等消费链条。

“我们将探索创新消费场景,引导支持沿线自驾游营地、租车设施、精品民宿、主题餐饮等服务新业态,不断创新特色旅游产品,提升综合消费潜力。”交通运输部综合规划司负责人刘东说。

“创新多元化消费场景”是商务部2025年牵头办理的全国人大重点督办建议。“据商务部副部长鄂东介绍,2025年,商务部在办理相关建议提案过程中,把促消费和惠民结合起来,推进实施提振消费专项行动,持续释放消费潜力,消费对经济增长的贡献率达52%,比上年提高5个百分点。

推进商品消费平稳增长。加力扩围实施消费品以旧换新,出台支持国际消费中心城市培育建设的若干措施,进一步优化离境退税政策扩大入境消费,组织开展“购在中国”系列活动。

推动服务消费持续扩大。发挥服务消费工作机制作用,推动出台扩大服务消费、家政服务消费扩容升级等政策文件,推出服务消费与养老再贷款、服务业经营主体贷款贴息等一批“含金量”高的举措,持续实施服务消费提质惠民行动,办好“服务消费季”等活动,开展消费新业态新模式新场景试点建设,创新多元化服务消费场景。

促进新型消费蓬勃发展。大力发展新业态新模式新场景,积极推进首发经济,出台大力发展数字消费的指导意见,加快实施绿色消费推进行动、数字消费提升行动,促进健康消费专项行动,开展网上零售额同比增长8.6%;新能源乘用车零售量增长17.6%,市场渗透率达到53.9%;限额以上单位体育娱乐用品零售额增长15.7%。

鄂东介绍,下一步,商务部将坚持“政策+活动”双轮驱动,深入实施提振消费专项行动,打响“购在中国”品牌,推动建设强大国内市场。