

央行:8月末社会融资规模存量为368.61万亿元,同比增长9%

央行官微9月11日发布2023年8月社会融资规模存量统计数据报告。初步统计,2023年8月末社会融资规模存量为368.61万亿元,同比增长9%。其中,对实体经济发放的人民币贷款余额为230.24万亿元,同比增长10.9%;对实体经济发放的外币贷款折合人民币余额为1.82万亿元,同比下降

16.8%;委托贷款余额为11.33万亿元,同比增长2.4%;信托贷款余额为3.77万亿元,同比下降2.9%;未贴现的银行承兑汇票余额为2.67万亿元,同比下降8.2%;企业债券余额为31.46万亿元,同比下降0.2%;政府债券余额为65.15万亿元,同比增长11.5%;非金融企业境内股票余额为11.28万亿元,同比增

长10.2%。从结构看,8月末对实体经济发放的人民币贷款余额占同期社会融资规模存量的62.5%,同比高1.1个百分点;对实体经济发放的外币贷款折合人民币余额占比0.5%,同比低0.1个百分点;委托贷款余额占比3.1%,同比低0.2个百分点;信托贷款余额占比1%,同比

低0.1个百分点;未贴现的银行承兑汇票余额占比0.7%,同比低0.2个百分点;企业债券余额占比8.5%,同比低0.8个百分点;政府债券余额占比17.7%,同比高0.4个百分点;非金融企业境内股票余额占比3.1%,同比高0.1个百分点。

中国经济网

全球央行对黄金的购买热情持续升温

根据世界黄金协会的数据,全球央行对黄金的购买热情持续升温。在7月份,全球央行共计增持了55吨黄金。中国和波兰央行分别购买了约23吨黄金,而土耳其也再次成为黄金买家。中国人民银行在7月份再次成为最大的官方黄金买家,增持了23吨黄金。这巩固了中国人民银行自今年年初以来一直是最大官方买家的地位,其年初以来的黄金增持量已达到126

吨。自从去年11月开始定期公布购金量以来,中国人民银行已经累计净购入了188吨黄金,使其官方黄金储备总量增至2136吨,占其总储备的4%。此外,波兰央行也在7月份购买了约23吨黄金,成为全球央行中另一个主要的黄金买家。此举使得全球央行的黄金储备继续增加,显示出全球央行对黄金的购买热情不断升温。

长江有色金属网

《深海采矿法》将于2025年出台

联合国国际海底管理局(ISA)近日通过工作路线图,拟定2025年出台《深海采矿法》。两周前,ISA理事会成员聚集牙买加就此磋商,表示将继续制定规范海底采矿活动的条例和程序,并计划在2025年ISA第30届会议上通过该项法规。

联合国国际海底管理局成立于1994年,总部位于牙买加金斯敦,官网公布截至2023年5月共有169个成员(包括168个成员国和欧盟),其职责是管理国际海底区域及其资源。管理局理事会由36个成员组成(包括阿根廷、智利、牙买加、墨西哥等拉美国

家),有权依据管理局的一般政策制定管理局权限范围内所应遵循的具体政策。

目前,ISA仅限于授予《海底勘探许可证》,不允许深海开采矿物。而矿业公司对海底采矿兴趣日益浓厚,因其认为可从海底开采大量铜、锰、钴、镍等

关键矿物,对于技术行业以及电池制造、风力发电机和太阳能光伏板等产品至关重要。与此同时,关于深海采矿的担忧也与日俱增;一些环保主义者和海洋生物学家警告称,海底采矿会对深海生态系统和海洋环境造成一定影响。

全球地质矿产信息网

8月全球铜冶炼活动基本持平 中国活动反弹被其它地区疲弱数据所抵消

日前公布的金属加工厂卫星监测数据显示,8月份全球铜冶炼活动基本持平,主要精炼铜生产国中国活动的反弹被其他地区的疲弱数据所抵消。

大宗商品经销商Marex和SAVANT卫星服务公司在一份声明称,截至上月底,在中国受监测的37家初级冶炼厂中,只有4家处于闲置状态。

Marex全球分析主管Guy Wolf称:“对于铜中游而言,8月总是有一个有趣的月份,因为中国的冶炼厂会在9月和10月的季节性建筑旺季到来之前提高产量。”

专门从事观测数据的Earth-i跟踪占全球产量90%的冶炼厂活动,其向基金经理、交易商和矿商出售数据,还每月免费发布全球铜冶炼厂活动指数。

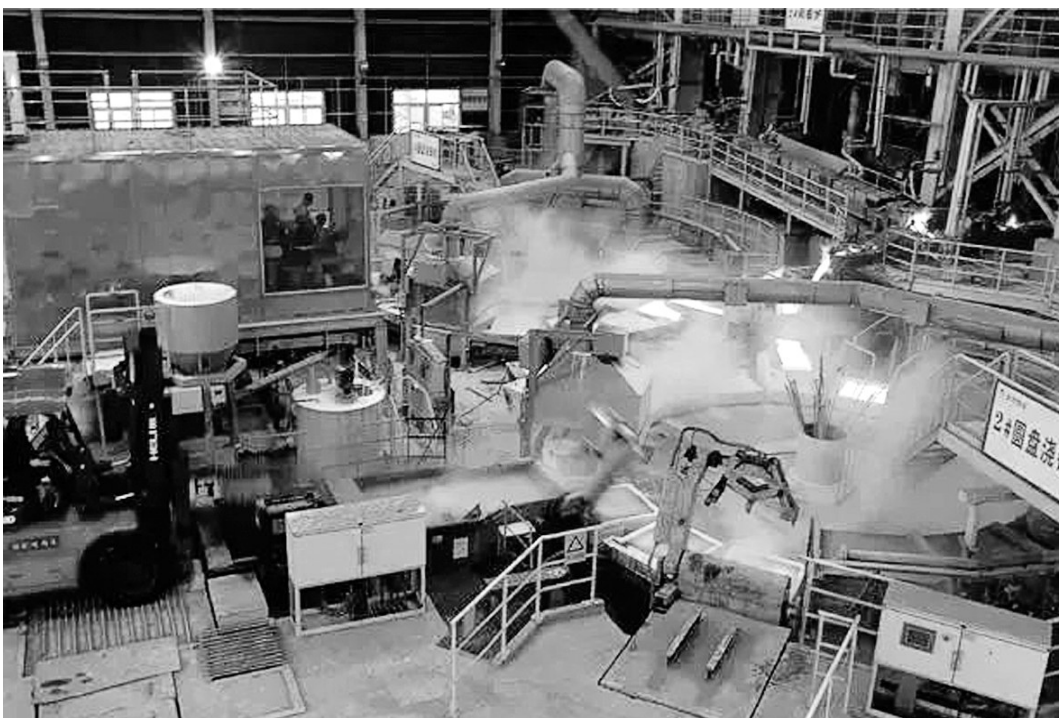
8月份,该机构的全球分散指数从7月份的46.8降至46.7,尽管中国冶炼活动从7月份的44.8反弹至8月份的48.1,7月份的数据是自2022年10月以来的最低水平。

如果该指数达到50点,则表明冶炼厂的运营水平处于过去12个月的平均水平。

南美和北美的活动较为疲软,分散指数分别为41和30.9。镍方面,8月份全球分散指数从7月的40.0反弹至47.3,结束了连续八个月的月度下滑。

8月份,镍生铁(NPI)指数上升9.9点,至平均52.3点,但截至8月底,中国的生产活动已大幅回落,监测到的28家NPI企业中有一半处于闲置状态。

文华财经



秘鲁7月铜产量同比增长17.7%

秘鲁能源及矿业部日前公布,秘鲁7月铜产量较去年同期增长17.7%,攀升至229726吨。

秘鲁能源和矿业部8月公布的数据显示,秘鲁今年6月铜产量较去年同

期增长21.8%,至241801吨。部分受到6月产量增长的提振,今年前六个月的产量增长17.6%。能源和矿业部补充说,秘鲁6月铜、铝和铁产量亦增长。

今年早些时候,由于全国范围内的抗议活动,铜产量受到打击,但矿业集团墨西哥集团(Grupo Mexico)一直对产量前景持乐观态度,该公司在上个月的财报电话会议上表示,预计紧张局势将有所缓解。

秘鲁政府此前在4月时表示,预期2023年铜总产量将达到280万吨。

秘鲁加大了提高产量的力度,此前5月份有报道称,刚果民主共和国可能在未来几年内取代秘鲁成为全球第二大铜生产国。

文华财经

上半年世界十大金企产量下降1.6%

据Mining.com网站报道,今年以来,由于多个数十亿美元并购案中,金已经成为关注的焦点。其中,纽蒙特(Newmont)公司以192亿美元并购新峰公司成为头条新闻,进一步巩固了其作为世界最大产金商的地位。

为了对世界金生产进行概览,矿业情报(Mining Intelligence)网站按照报告产量列出了2023年上半年前十大产金商。这十大金企上半年产量合计为1278.2万盎司,同比下降1.6%。

如果目前的产量与去年报告的产量(2022年上半年)口径相符,那么来自乌兹别克斯坦的纳沃伊矿业公司和俄罗斯最大产金商极地黄金公司会分别第四和第五位,产量分别为139.6万盎司和127.5万盎司。国家控股的纳沃伊公司计划今年在该国开工建设另外一座矿山。极地黄金公司2022年上半年产量以进入前10位,不过目前正在遭受美国制裁。该公司计划剥离其在俄罗斯和哈萨克斯坦的业务,目前正在打算出售其在俄罗斯的资产。

1. 纽蒙特

来自科罗拉多州的纽蒙特公司位

居榜首,上半年报告产量251.4万盎司。并购新峰公司为其增添了加拿大卑诗省的“蓝鸚”矿山,该矿是世界品位最高的金矿之一。纽蒙特还同巴克黄金公司合作经营世界最大金矿综合体——内华达金矿。

2. 巴里克黄金公司

排在第二位的是加拿大矿企巴里克黄金公司,2023年上半年,其在全球的矿山共生产黄金199.6万盎司。首席执行官马克·布里斯托年初称,在当前出现高层次并购的情况下,巴里克公司愿意并购纽蒙特公司在内华达金矿合资企业的股权。

3. 阿格尼科伊戈尔

阿格尼科伊戈尔排名第三,其在加拿大、澳大利亚、芬兰和墨西哥的矿山共生产176.7万盎司。1月份,在另外一项大股东并购中,阿格尼科伊戈尔与泛美银业公司以48亿美元现金—股票的方式进行收购了亚玛纳黄金公司。去年,阿格尼科伊戈尔和柯克兰湖金矿公司完成了100亿美元的合并。今年,阿格尼科伊戈尔成为加拿大马拉蒂克矿唯一所有者,该矿是北美地区最大金矿之一。

4. 盎格鲁阿蒂蒂黄金公司 该公司位居第四,2023年上半年,其在非洲、澳大利亚和美洲的矿山共生产113.8万盎司。8月份,该公司股东投票赞同公司从约翰内斯堡上市转向纽约的计划,为其退出南非并在英国伦敦建立总部铺平了道路。

5. 金田公司

总部设在约翰内斯堡的金田公司在非洲、澳大利亚和秘鲁的矿山共生产108万盎司。在并购亚玛纳公司败给阿格尼科伊戈尔和泛美银业后,该公司首席执行官辞职。

6. 金罗斯黄金公司

加拿大的金罗斯黄金公司排在第六位,2023年上半年其在美洲和毛里塔尼亚的矿山共生产102.1万盎司。6月份,金罗斯公司拒绝了因代沃公司的收购要约,这家收购型金矿公司背后支持者为埃及亿万富翁纳吉布·萨维里斯。

7. 新峰矿业

澳大利亚最大金矿企业新峰公司排名第七,其在本土、巴布亚新几内亚和加拿大的矿山共生产98.7万盎司。5

月份该公司被纽蒙特并购时,每股新峰公司股票换取0.4股纽蒙特股票,使得该公司持有合并企业31%的所有权。

8. 北极星资源公司

2023年上半年,来自澳大利亚的北极星资源公司在本土以及阿拉斯加的矿山共生产79.1万盎司。2020年,北极星资源公司以7.75亿美元购买了纽蒙特公司在西澳州卡尔古利“超大金坑”及附属资产50%股权。今年,公司预计明年黄金销售量会上升。

9. 紫金矿业

中国最大金矿公司紫金矿业排名第九,2023年上半年产量74.7万盎司,较2022年上半年的54.2万盎司大幅增长。据报道,紫金矿业集团计划对塞尔维亚东部的库卡鲁佩基进行扩产,因为铜供不应求。

10. 哈默尼黄金公司

排名第十的是南非的哈默尼黄金公司,其在本土和巴布亚新几内亚的矿山共生产74.1万盎司。4月份,哈默尼公司与巴布亚新几内亚政府签署框架协议,将合作开发瓦非—戈尔普铜金矿。

全球地质矿产信息系统

洛阳铝业在刚果(金)铜产量将达60万吨

近日,洛阳铝业官微宣布,该公司副总裁兼KFM总经理周俊表示,KFM正在力争超产。

据周俊透露,今年8月,KFM的铜金属产量已经接近1.4万吨,预计到2024年,KFM将挑战15万吨的铜产量。按照这个预估数据,再加上TFM的产量,洛阳铝业在刚果(金)的铜金属产量将达到60万吨左右。

对于洛阳铝业实现超产的原因,我们可以从市场需求和技术创新两个方面进行分析。首先,随着全球经济的逐渐复苏,特别是在中国这个全球最大的铜消费市场的带动下,铜市场需求持续增长。在这种情况下,洛阳铝业通过优化生产流程,提高生产效率等措施,满足了市场对铜金属的需求,从而实现超产。

其次,技术创新也是洛阳铝业实现超产的重要原因。为了在激烈的市场竞争中保持领先地位,洛阳铝业不断加大科技研发投入,积极探索和推广先进的采矿、选矿和冶炼技术,提高铜金属的产量和产品质量。这些技术创新不仅有助于提高洛阳铝业的竞争力,也将推动铜金属产业的可持续发展。

展望未来,洛阳铝业在刚果(金)的铜金属产量有望继续增长。一方面,随着刚果(金)矿业法的出台,该国的铜产业发展前景广阔。另一方面,洛阳铝业在刚果(金)拥有丰富的矿产资源,且具备强大的技术实力和品牌优势。因此,洛阳铝业将继续加大投资力度,拓展铜金属产业布局,以实现更高的产量和更好的经济效益。

从全球经济形势来看,随着全球经济的复苏和新兴市场的崛起,铜市场的需求将继续增长。特别是在新能源、电动汽车等领域的快速发展下,铜市场的需求潜力巨大。在这种情况下,洛阳铝业通过加强技术创新,拓展市场渠道等措施,有望在铜市场中获得更大的发展空间。

总之,洛阳铝业在刚果(金)的铜金属产量的增长,既体现了该公司的实力和成就,也反映了全球经济和市场需求的发展趋势。通过不断创新和进取,洛阳铝业将在未来的铜市场中继续发挥重要作用,为全球经济的发展做出更大贡献。

长江有色金属网

俄罗斯最大的未开发铜矿开始精矿生产

外媒11日消息,周一,俄罗斯最大的未开发铜矿开始生产铜精矿。此前,俄罗斯总统普京通过视频连线主持了一个仪式。

俄罗斯远东地区期待已久的乌多坎项目在一个月充满挑战的时期投产。今年4月,美国对运营商乌多坎铜业有限责任公司实施了制裁,这是由于俄罗斯在乌克兰的活动而对俄罗斯实施的一系列限制措施的一部分。

铜价在2022年也下跌了14%,由于需求弱于预期,今年迄今为止与去年持平。

然而,该项目依赖于其毗邻最大金属消费市场,以及中国的需求,以及全球绿色能源转型的未来需求。

该公司表示,Udokan的加工厂将生产金属含量为40-45%的硫化铜精矿。该公司计划今年进行商业销售,但尚未透露潜在买家。

一旦冶炼厂的第一阶段于2024年

启动,Udokan每年将能够处理多达1500万吨的矿石,年产高达15万吨的铜阴极和铜精矿。

该矿是俄罗斯最大的铜矿,估计铜资源量为2670万吨。自1949年发现以来,由于不存在开发其独特且难以提取的矿石的技术,它一直未被开发。

上世纪70年代,莫斯科矿业学院的一名学生研究了用“清洁”核爆炸提取乌多坎矿石的想法,但这一想法仍停留在纸上。

就在2008年金融危机之前,俄罗斯亿万富翁阿利舍尔·乌斯马诺夫以5亿美元的价格从政府手中买下了乌多坎的开发权。从解决工程技术难题、创建新的地质模型到开工建设,历时10年。

到2028年,Udokan第二阶段建设其采矿和冶金综合体的第二期计划,将产能提高到2400万至2800万吨矿石和高达45万吨铜。

长江有色金属网

浅析媒体融合背景下的新闻业态与发展前景

随着互联网和移动电子设备的普及,媒体融合已成为新闻行业的发展趋势。当下,传统新闻媒体需要适应新的技术和市场环境,方能在“人人有话筒”的时代保持竞争力,长久不衰。本文将分析媒体融合背景下的新闻业态与发展前景。

首先,在媒体融合时代,技术创新是关键。融合媒体的重点在“融”,如何将杂乱的文字、图片、视频等信息有次序有条理地组织在一起传播给受众?答案是依靠技术创新来实现。如H5、VR、AR、直播等,这些技术不仅具有很强的交互性,还能给受众带来强烈的沉浸体验和即时互动感。在表达形式上创新的同时,新闻媒体需要拓宽与受众的“接触面”——如建立两微一端、短视频账号、社交媒體矩阵等,最大限度地使大众可以随时随地获取信息。此外,也可采用人工智能、大数据

分析等技术来提高新闻报道的质量和效率,例如拟写标题、精准投放等功能,来增加新闻的“曝光量”。

其次,在融媒体时代下,新闻内容仍是王道。传统新闻更需要提炼区别于“碎片化”的、更具专业性权威性质的报道。而媒体融合也为素材的获取提供了广泛的渠道,记者从过去“点对点”联络变成了“点对面”——手机实时推送的热点事件、社交朋友圈及短视频平台的“同城热点”,都可以成为记者发散思维、就地取材的内容。当然,这需要记者严格筛选判断,不能“拿到碗里都是菜”。新闻报道后仍需密切关注反馈,可通过线上留言评论或有奖问答的形式进行互动,不断改进自己的报道方式和内容。

再者,新闻媒体需要加强品牌矩阵建设。在自有品牌建设的基础上,不断联合本地其他媒体或具备正向影响力的网络达人形成传播矩阵,从而打造发

式的传播格局,如“央视新闻”“四川观察”等平台,通过整合资源形成高粘性的用户圈层,从做内容朝上做生态发展。

最后,传统媒体需要注重人才培养,吸引和留住优秀的主播、记者、编辑和技术人才。可通过提供良好的工作环境、透明公正的晋升渠道、开展培训和交流活动等方式来实现。同时还需注重年轻人才的培养和引进,让他们在工作中充分发挥想象力和创造力,赋予新闻鲜活

的“生命力”。作为一名融媒体记者,我们更需要保持时刻敏锐的新闻嗅觉,一旦发现新闻线索要迅速展开调查和采访,第一时间将新闻事实传递给受众。总之,在媒体融合时代,传统媒体需要集技术创新、内容创作、品牌建设和人才培养等多方面合力,方能提高自己的竞争力和影响力,立于长久不败之地。

王嫣然

发挥短视频作用助“政”出圈

随着互联网的兴起,短视频平台逐渐成为当前政务信息传播的新阵地。相关单位新闻媒体从业人员应把握好“视频优先”“时效优先”“移动优先”的传播逻辑,利用短视频这一形式放大政务资源的传播价值和社会价值,树立亲民形象、打造亲民政府。

如何利用短视频助“政”出圈,作为地方事业单位的新闻媒体从业人员,笔者有如下思考:一是充分发挥地方特色,链接基层一线和本地群众。可以从“政”“事”“人”“景”着手。“政”是新政策、新法规的解读,以及各类政务信息的发布;“事”是民生服务、热点问题回应,涉及教育、交通等民生关切;“人”是当地的优秀榜样、典型事例,弘扬正能量、唱响主旋律;“景”是当地美食美景等,讲好地方故事,传播地方声音。二是注重内容创新,将新媒体传播方式与政务宣传工作紧密结合,有效改善传播效果。增强政务短视频的故事性,将单调的政务信息转化为生动的故事情节,让群众更容易接受和理解;适时穿插动画、音效等元素,让原本平淡无奇的政务短视频变得妙趣横生,吸引更多受众。例如我市税务部门创作的保密短视频作品《我的“密”月之旅》,采用拟人手法,模拟保密文件的视角,以对白自述的形式,将一份保密文件所经历的旅程通过镜头展现出来,让观众在视觉冲击中接受了保密教育,该视频也荣获全国“人人话保密”微视频征集评选活动二等奖;采用不同的拍摄手法,如近长镜头、慢动作等,增加政务短视频的多样性和艺术性;使用多种视频剪辑方式,如快速切换、渐变等,增强政务短视频的节奏感和连贯性。三是打造政务IP品牌,提升短视频的影响力。通过设计统一的标志、口号等品牌元

唐敏