

哈尔滨银行 直接参与助推人民币在周边国家使用

2021年6月7日,CIPS运营机构发布系统广播,哈尔滨银行正式以直接参与者角色接入人民币跨境支付系统(以下简称CIPS系统),自此,哈尔滨银行成为境内第三家获得CIPS直接参与者资质的城商行,也是境内唯一一家依托对俄金融特色获得该项资格的商业银行。依托该系统该行首日即办理了超过100笔对俄跨境人民币业务,主要为俄罗斯金融机构的跨境人民币转账及对俄经贸企业的跨境人民币结算业务。

CIPS系统是经人民银行批准专司人民币跨境支付清算业务的批发类支付系统,致力于提供安全、高效、便捷和低成本的资金清算服务。2018年CIPS系统(二期)投产运营,CIPS系统被市场视为人民币全球支付的“高速公路”,该系统兼容性强,与国际主流支付标准匹配;系统运行时间长,可以有效应对境外跨时区支付需求;参与者覆盖面广,以直参或间参形式连接了全球主要人民币支付业务办理机构。

哈尔滨银行于2020年获得中国人民银行及CIPS运营机构直接参与者资质批复。该行CIPS系统完全依靠自主研发,主干CIPS系统技术平台成熟稳定、性能优越,支付技术人员经验丰富、技能娴熟,能快速迭代完成新业务规范实施及支持系统的持续稳定运行。哈尔滨银行充分依托此资质,聚焦对俄金融特色,重点面向俄罗斯银行和对俄经贸企业提供跨境人民币清算服务,致力于打造对俄跨境人民币的综合服务商,推动人民币在周边国家的使用,助推人民币国际化进程。

据了解,哈尔滨银行已建立了包括对俄跨境人民币结算、跨境人民币转账、人民币购售交易、跨境人民币投融资、人民币现钞跨境调运在内的完整的对俄跨境人民币产品体系,并具备较强的产品创新能力,率先办理了对俄跨境人民币贷款、率先开通了人民币现钞跨境调运渠道,率先办理了对俄人民币同业银团拆借及百亿元团贷款,率先投资了俄罗斯企业在中国境内发行的熊猫债,率先办理了自贸区哈尔滨片区跨境人民币直接投资业务。

在间接参与推广市场方面,项目启动以来,哈尔滨银行对俄金融联盟成员、人民币账户行和其他同业业务合作银行等超过100家俄罗斯银行进行了营销推广。目前,已有18家俄罗斯银行有意愿通过该行间接加入CIPS系统,并有20余家俄罗斯银行处在确定意向阶段。未来,哈尔滨银行有望成为对俄CIPS间参机构最多的银行和推动对俄本币结算的最重要力量之一。

在积极推动对俄金融特色服务方面,哈尔滨银行2003年开办对俄金融业务,是中俄金融联盟中方发起行和主席单位,银行间外汇市场布做市商。哈尔滨银行充分发挥自身在对俄金融方面的平台优势、网络优势、资质优势、产品优势,长期致力于推动中俄跨境金融合作及创新,建立了专业高效的对俄金融服务体系,成为推动中俄跨境金融合作的重要力量。

下一步,哈尔滨银行将积极主动拓展CIPS跨境人民币业务,并充分依托CIPS直接参与者资质优势,不断升级系统功能,优化产品体系,致力于打造对俄跨境人民币的综合金融服务商,推进CIPS在全球范围的应用,吸引更多的市场成员加入CIPS,更好助力自贸区对俄结算中心建设,助力人民币国际化进程。(张健)

中国工商银行股份有限公司黑龙江省分行与中国华融资产管理股份有限公司黑龙江省分公司 债权转让联合更正公告

中国工商银行股份有限公司黑龙江省分行和中国华融资产管理股份有限公司黑龙江省分公司已于2020年8月25日签署了2020年HMH001号资产包黑龙江Y08200010-112号《资产转让协议》,并于2020年9月16日在黑龙江日报进行了公告,现将其中两户企业币种及金额予以明确:牡丹江市春瑞进出口有限公司,基准日(2020年4月20日)债权合计1,197,922.50美元(本金:1,053,433.95美元,利息:144,488.55美元),债权折合人民币为:8,482,848.60元(本金:7,459,681.83元,利息:1,023,166.77元)。东宁贸祥进出口有限公司,基准日债权合计3,279,177.09美元(本金:2,465,798.68美元,利息:813,378.41美元),债权折合人民币为:23,220,836.72元(本金:17,461,060.19元,利息:5,759,776.53元)。因此本资产包债权总额折合人民币为682,413,331.25元(本金:354,399,633.82元,利息:328,013,697.43元)。其余内容以原公告为准。

特此公告。
附件:公告资产清单

中国华融资产管理股份有限公司黑龙江省分公司
联系人:田经理
联系电话:0451-82718102
地址:黑龙江省哈尔滨市南岗区平准街55号。
中国工商银行股份有限公司黑龙江省分行
联系人:郑经理
联系电话:0451-84668737
地址:哈尔滨市道里区中央大街218号

公告资产清单

单位:元

序号	分行	客户名称	2020年4月20日 基准日债权 (折合人民币)	其中:	
				本金 (折合人民币)	利息 (折合人民币)
1	牡丹江	牡丹江市春瑞进出口有限公司	8,482,848.60	7,459,681.83	1,023,166.77
2	牡丹江	东宁贸祥进出口有限公司	23,220,836.72	17,461,060.19	5,759,776.53

黑龙江省建筑安装集团有限公司关于与旷工人员解除劳动合同关系的通知

因以下人员违反《黑龙江省建筑安装集团有限公司职工纪律和行为规范细则》,一个月连续旷工五天(含)以上或一年内累计旷工15天以上,现与以下人员解除劳动合同关系。

序号	姓名	身份证号码	序号	姓名	身份证号码
1	肖宏力	2301248****4381	13	周亚凤	2323311984****2032
2	齐鸣	2301071976****1210	14	于波	2323311984****2813
3	沙宝泉	2301071976****0211	15	赵洪亮	2323311985****2212
4	刘城	2301071976****2477	16	邵龙	2301071988****2011
5	周海龙	2301041976****0619	17	王磊	2301071987****2016
6	张继元	2307211972****341X	18	张海红	2301071979****2333
7	李刚	2301031977****5111	19	尹春峰	2201821982****535X
8	陈景波	2301051983****0512	20	从凤君	2301021965****5212
9	王乃全	2321301979****2419	21	宁磊	2301071978****1834
10	梁德财	2304211987****3315	22	刘连国	2301078****0231
11	于亮	2301071975****1816	23	李军	2301081969****0415
12	邵文成	2323311984****0612	24	韩方杰	2301021975****1013

黑龙江省建筑安装集团有限公司
2021年9月17日

传历史记忆 展黑土风采 有肩石铲



铲是一种直插式整地农具。铲和耜是同类农具,在原始农业的生产工具中并无明显的区别。现在一般将器身较宽而扁平、刃部平直或微呈弧形的工具称为铲,而将器身较狭长、刃部较尖锐的称为耜。

最早的铲是木制的,各地出土的更多的是石铲,也有少量骨铲。铲的器形多种多样,早期的呈长方形,较晚出现有肩石铲和穿孔石铲,使用时都需绑在木柄上使用。

用。商周时期出现青铜铲,肩部中央有方形穿孔,可直接插柄使用。春秋时期出现铁铲,到战国时铁铲使用更为普遍,形式有梯形的板式铲和有肩铁铲两种。汉代始有铲的名称,《说文解字》已收有“铲”字,器形也较多样,有宽肩、圆肩、斜肩几种形式。铁铲在汉唐以后一直是主要的挖土工具之一,在宋元时期称为铁锹或铁锨。北方的一些金元遗址中常有铁铲出土,其形制大小都与现在的铁锹相似,说明铁铲到此已经定型,至今没有多大的变化。

东康遗址是牡丹江流域比较有代表性的一处早期铁器时代文化遗存,碳十四测定年代为距今1695±85年。该遗存先后历经了两次发掘:1964年黑龙江省博物馆进行第一次发掘;1973年黑龙江省博物馆与哈尔滨师范学院历史系联合进行第二次发掘。两次发掘获得了大量遗物,主要有陶器、石器、骨器和铁器等。经过多年的考古工作与研究,考古工作者将该遗存命名为东康文化类型。(黑龙江省博物馆 勾海燕)



公告

黑龙江省司法厅已将我省通过2020年度律师执业年度考核的律师和通过律师事务所年度报告的律师事务所“黑龙江司法厅网站”和“黑龙江省律师协会网站”予以公告,供公众查询。
网址:黑龙江省司法厅网站http://sf.hlj.gov.cn/,黑龙江省律师协会http://www.hjlsh.org.cn/,联系人:张澜,0451-82297164。

新战略坚定落地 蒙牛十四五开局之年收获亮眼业绩

8月25日,蒙牛乳业(2319.HK)发布2021年中期财报。今年上半年,蒙牛收入达459亿元,同比增长22.3%,利润达29.5亿元。

今年是蒙牛锚定国家“十四五”规划,实施“再创一个新蒙牛”五年战略的启动之年。作为乳品行业领先企业,蒙牛用超预期的高质量增长获得良好开局,表明蒙牛在国民经济“稳中加固、稳中向好”的形势下,不断挖掘国内市场潜力,从消费者至爱(First-Choice)、国际化(International)、更具责任感(Responsibility)、文化基因强大(Spirit)和数智化(Technology)五个维度,坚决落实“FIRST”战略,不断开创业务新局面,为实现未来五年的高质量可持续发展打下坚实基础。

1 First-Choice:以更好的产品和服务不负消费者至爱

蒙牛专注于为中国和全球消费者提供营养、健康、美味的乳制品,目前已形成了包括液态奶、冰淇淋、奶粉、奶酪等品类在内的丰富产品和业务矩阵。

财报显示,今年上半年蒙牛各业务板块增速均大幅领先行业。其中,常温

业务获近五年来最快增速,明星产品特仑苏增长近40%;在低温行业较低迷的情况下,低温业务同比实现7%的逆势增长,市场份额领先优势继续扩大;冰淇淋业务同比实现34.8%的快速增长,毛利率明显提升;鲜奶业务收入翻倍,市场份额

大幅提升;奶粉业务收入同比上升11.6%;奶酪零售与餐饮渠道双翼齐飞,保持市场领先。

靓丽数据背后,是蒙牛对“消费者第一第一第一”核心价值观的初心坚持,不断用高品质产品和服务满足消费者对美

3 Responsibility:以更强的社会责任感践行低碳绿色可持续发展



蒙牛在实现业务高质量增长的同时,将自身发展全面融入“生态优先、绿色发展”大潮,不断提升环境、社会、经济效益,致力引领全产业链上可持续发展之路。作为港股上市公司,蒙牛今年再次入选恒生可持续发展企业指数成分股,保持港股可持续发展表现排名前30强。

今年上半年,蒙牛率先将ESG工作表现纳入管理层年度绩效,实现公司治理与企业可持续发展工作有机融合。同时,蒙牛积极响应“2060年前实现碳中和”的国家目标,承诺在全行业率先实现

碳中和,2022年将公布减排目标和路径。同时,蒙牛还荣获香港品质保证局颁发的绿色金融发行前证书,完成中国乳业绿色金融首单,率先发行乡村振兴债,助力国家乡村振兴建设。蒙牛《2020可持续发展报告》荣获中国社会科学院“五星+”级行业最高评价,被认定为中国企业社会责任报告典范。

作为行业领先企业,蒙牛始终注重践行社会责任。今年云南、青海发生强震,蒙牛率先为受灾群众送去应急生活物资和营养乳品支持。河南水灾发生后,蒙牛第一时间携手中华慈善总会、蓝

4 Spirit:以更强内生动力打造面向未来的制胜之“道”



2020年底,蒙牛进行了全面的企业文化升级,确立了“点滴营养,绽放每个生命”的使命,“草原牛,世界牛,全球至爱,营养二十亿消费者”的愿景,以及“消费者第一第一第一”“异想才能天开”“让牛人绽放”“正直立本,诚信立事”的企业价值观。今年上半年,蒙牛加大文化建设力度,使企业文化深入人心,打造了面

向未来、更加强劲的内生动力。

在今年的国际消费者权益日前夕,蒙牛开展了“3·15,我和消费者在一起”主题活动,号召全员践行“消费者第一第一第一”企业价值观。4月,蒙牛开启了以“为爱发酵,异想天开”为主题的首届创新月暨创新大赛活动,激发蒙牛人的创新思维,推动企业经营和价值再创造。7月,蒙牛启动以“讲诚信、树正气”为主题的“诚信日”活动,旨在全力打造正直诚信生态圈。



蒙牛第一批捐赠物资送达郑州儿童福利院600名孩子手中。

天救援队火速驰援,捐助了近800万元善款,帮助当地受灾群众渡过难关。

通过不断夯实企业文化建设,蒙牛深刻践行了对消费者的承诺,树立了引领全产业链健康发展的典范,在推动企业业绩增长的同时,为行业的整体发展作出了新的贡献。

2 International:以更宏亮的声音讲好乳业国际化故事

作为更早“走出去”的中国乳企,蒙牛深刻领会和贯彻国家战略决策,在做强国内大循环基础上,完善乳业“双循环”新发展格局,努力向世界讲好中国故事。

蒙牛深耕大洋洲奶源与产能,不断夯实全球供应链,产品远销新加坡、马来西亚、缅甸、菲律宾、柬埔寨、澳大利亚、加拿大等十多个国家和地区。今年3月,蒙牛成功收购东南亚冰淇淋领先品牌艾雪(Aice)。今年4月,蒙牛纯甄在洛杉矶顺利通关,实现国产酸奶率先出口美国,加速扩展全球市场。

作为中国乳业“代言人”,蒙牛总裁卢敏放今年上半年多次在世界经济论坛“达沃斯议程”对话会、全球消费论坛(CGF)消费品企业数字化转型CEO会议、联合国粮农组织

5 Technology:以更智慧的赋能创造高质量发展的“第二增长曲线”

在“再创一个新蒙牛”五年战略规划中,全面实现数字化、智能化的转型是一项基础性重点工作。一方面,全链条智慧建设,高效率零差错,全方位有效保证产品质量;另一方面,以数智化为抓手,进一步提升蒙牛强大的创新、迭代、自我进化能力,形成新的发展引擎。

蒙牛的数字化战略包括“四个在线”,即“渠道在线”,帮助合作伙伴部署数字化运营系统,开展科学的决策与管理;“消费者在线”,完善自有的消费者大数据平台,实现全域消费者运营及洞察;“供应链在线”,实现牧场、工厂协同,市场、研发的数字化协同;“管理在线”,内部不断建设完善财务、人力共享服务中心,企业运营数据中心,外部搭建面向上下游合作伙伴的供应链金融生态体系。

财报显示,蒙牛以数智化为抓手,推动供应链、产业链,重构组织模式、运营模式和商业模式升级取得了一定成效,为创造高质量发展的“第二增长曲线”打好坚实的基础。

卢敏放表示,2021年上半年的高质量发展,为蒙牛“FIRST”战略实施创造了良好开局。未来,蒙牛将顺应行业发展趋势,按照公司五年战略规划,在产品创新、营养升级、品牌升级、数智化建设等方面全面推进,坚持为消费者提供高品质产品和服务,为打造世界领先的中国乳企和中国乳品品牌不懈努力。



蒙牛正在推动全产业链的数字化、智能化转型,图为奶牛穿上了智能项圈。