

对消费恢复进程要有信心有耐心

今年暑期,各景区重启“人从众”模式,国内游人数预计达13.31亿人次;电影票房破200亿元,创历史新高;演唱会、热门剧目“凡开票必秒光”,演出市场票房破37亿元……这个炎热的夏天,消费市场展现沛然活力。

今年以来,随着经济社会全面恢复常态化运行,消费场景全面拓展,消费潜力快速释放,消费市场持续回暖。上半年,我国最终消费支出对经济增长的贡献率達到77.2%,大幅高于2022年全年,也明显高于今年一季度,消费对经济增长的“主引擎”作用进一步凸显。

展望全年,要推动国民经济持续恢复向好,就要发挥好消费拉动经济增长的基础性作用。7月24日召开的中共中央政治局会议明确提出“把实施扩大

内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”“提振汽车、电子产品、家居等大宗消费”。

发挥消费的基础性作用,是我国经济进入新发展阶段的客观要求。根据经济发展规律,在工业化、城镇化初中期,生产力水平不够发达,主要通过抓投资推动经济增长。但在进入中等偏上和高收入国家后,供给基本能够满足需求,经济结构中投资的比重下降,而消费对经济增长的贡献率上升。根据2022年三次产业结构比例,我国总体已进入工业化、城镇化优化提质期,经济增长将更多依赖消费拉动。

发挥消费的基础性作用,还是从我国经济发展潜力出发的自然选择。我国拥有14亿多人口、中等收入群体超过

4亿人,已成为世界第二大商品消费市场,强大国内市场优势不断显现。今后一段时期,随着居民收入水平不断提高,人民生活将向更多层次更丰富内容的小康型消费转变,巨大的消费潜力将不断释放出来。

以绿色消费为例,今年前7月新能源车销量达452.6万辆,同比增长41.7%。未来,随着人民生活水平的提高和相关政策的鼓励支持,新能源汽车、健康绿色食品等绿色消费还将快速增长。

因此,恢复和扩大消费是当前推动我国经济运行持续好转的主要着力点和紧迫任务。日前,国家发改委发布《关于恢复和扩大消费的措施》,推出一系列促进大宗消费、新型消费、农

村消费的真招实招,一揽子着力提升居民消费能力,完善促进消费体制机制的政策措施,多措并举满足需求释放潜力。

不过我们也要看到,疫情防控平稳转段后,经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。消费恢复进程同样如此,我们不能期望今年一季度反弹型恢复强劲有力地贯穿全年,更不能因为短期数据出现波动就看不到消费恢复的主要趋势和亮点特征。对受疫情冲击后的消费恢复进程要有信心,还要有耐心。相信随着相关措施落地见效,消费将在螺旋式上升的良性经济循环中持续恢复和扩大,对经济增长的“主引擎”地位将进一步巩固。

(人民网)

促进网络经济 让发展新动能加速壮大

国家统计局近日发布数据显示,2022年我国经济发展新动能指数为766.8,比上年增长28.4%。2022年,各项分类指数与上年相比均有提升,其中网络经济指数达2739.0,比上年增长39.6%,对总指数增长的贡献率为91.6%。在各项分类指数中,网络经济指数增长最快,对总指数增长的贡献最大。

这组数据与普通民众的直观感受应该是吻合的。无论身处繁华都市还是闲适乡村,目光所及,都能看到网络对现实的深刻影响。对于深度融入经济社会的自然人和社会组织而言,断网已经同断电、断水一样,变得无法接受。没有人能够否认网络对创造价值、生成财富的重要性。

网络经济是一种建立在计算机网络基础之上,以现代信息技术为核心的新的经济形态。在笔者看来,网络经济以信息和知识的高效传递、共享为载体,以产业裂变、升级和组织形态创新为表现形式。随着互联网等现代信息技术在各行各业广泛而深入地应用,经济新动能的形成、积聚、壮大,提升必然越来越多地受到网络经济的影响。中国经济高质量发展需要新动能持续增强,而新动能持续增强离不开网络经济的活跃。促进网络经济,无疑是加速壮大经济发展新动能的有效手段。

促进网络经济,首要是鼓励互联网信息技术持续创新。互联网信息技术是网络经济的底座,是开辟网络经

济“蓝海”的原动力。互联网信息技术发展竞争的永恒主题。从2000年的“互联网泡沫”到今天的“万物互联”,短短20多年,互联网信息技术发生了翻天覆地的变化,其间技术迭代令人目不暇接。没人知道哪项技术会迎来“灿烂辉煌”,只有不停地探索尝试,创新发展。

促进网络经济,重点是推动数实融合。网络经济不只是虚拟经济,还内嵌于实体经济,持续助力实体经济发展。基于降低成本、提高效率、增加收益的需要,实体经济发展离不开互联网信息技术赋能,而产业化数字化则是必然趋势。推动数实融合要着力在

产业化数字化上下功夫,持续增加政策供给、制度供给,鼓励支持引导各类经营主体结合行业特点、自身条件、发展需要实施数字化,让数实深度融合成为增强经济新动能、打造网络经济新优势的主渠道。

促进网络经济,关键是丰富场景应用,尤其是消费场景应用。互联网首先是人的互联,网络经济的活力来源于置身网络的人的需求。从这个意义而言,网络经济是个性化的体验经济。互联网信息技术对于人的需求的关注,让网络经济在诞生之初就把消费者的良好体验放在首要位置。打造消费者满意的消费场景,应当是网络经济相关经营主体始终追求的目标。要知道,有了被认可的场景应用就会有网络经济的生存土壤,丰富场景应用就是在拓展网络经济的发展空间。

(中国经济网)



『招聘夜市』为就业开辟新路径

近日,多地兴起了“招聘夜市”“就业集市”“人才超市”等新颖的促就业服务形式,用人单位像“摆地摊”一样招贤纳士,求职者像“逛夜市”一样寻找工作,不少人在举目可见、抬脚可至的“家门口”附近找到了工作。“招聘夜市”用烟火气让就业服务更接地气、更聚人气。

面对近年来的“求职难”和“招工难”两大难题,各地人社部门舍弃了常规的“招聘会”模式,选取当地具有特色的地标或商圈,将群众喜闻乐见的夜生活场景与求职需求相结合,为用人单位和就业群体搭建就业服务平台,更好地适应了就业市场变化。

伴随着各地“夜经济”的持续升温,“招聘夜市”在各地火爆,为城市经济社会发展注入新活力,也为求职招聘开辟出新路径。与传统招聘会相比较,求职者和用人单位通过在“夜市”“集市”的现场对接,各取所需、各有所得,招聘效率大为提升。同时,此类招聘将情境设置为群众的日常生活场景,氛围更轻松,减少了求职者应聘时的心理压力,也降低了企业的招聘成本。

“招聘夜市”的火爆,离不开政府部门搭建的更贴近群众的交流平台。以陕西宝鸡近日举办的“四市”(零工早市、招聘夜市、就业集市、岗位超市)促就业服务活动为例,招聘会现场配备就业服务专员,免费提供人才引育、职业培训、就业见习、人事代理等就业服务,300余家用人单位在市民中心“摆摊”招聘,提供就业岗位1.2万余个,涵盖了新能源、绿色农业、医疗卫生、文化教育、旅游传媒、养老服务等多个行业,将就业服务送到群众“家门口”,当天达成就业意向1800余人。

“招聘夜市”的火爆,也得益于“云端招聘”。宝鸡此次开办的青年就业招聘会还依托新媒体平台,推出实时直播带岗活动。宝鸡市人社部门邀请30余家人单位走进直播间,招聘负责人现场推介就业岗位,线上与求职者互动交流,实现“云端招聘”。“云端招聘”助力“招聘夜市”在时间和空间上更加灵活,助力青年求职者实现就业创业。

“招聘夜市”的火爆,也是政府部门干部能力作风持续提升的生动体现。为全力做好稳就业工作,各地结合实际贯彻落实稳就业政策,通过创新就业服务模式,为企业和求职者搭建起更多桥梁,让就业公共服务更加精细化、个性化,促进了高质量充分就业。把招聘活动办在“夜市”“集市”,将招聘信息摆上“摊位”,无疑是就业服务的创新举措。丰富多样的招聘场景,花样翻新的招聘形式,体现出就业服务更加精细化、个性化的趋势,促进了求职者与岗位快速匹配,提升了施策精准度和供需匹配效率。

“招聘夜市”“人才集市”等新型招聘方式更接地气、更聚人气,其创新做法值得肯定与借鉴。期待更多类似“招聘夜市”的创新举措持续助力高质量就业,不断完善就业公共服务体系,千方百计稳存量、扩增量、提质量,进一步织牢织密就业服务网。

(陕西日报)

老字号创新“金字招牌”还需“走心”

最近,打开某老字号在美食APP上的评论区,不乏吐槽者,其中一条评价令人唏嘘——“在朋友的极力劝阻下,我还是来吃了。作为一个外地人,这个当不能不上……吃完我觉得他劝得真对。”一些老字号的现状,从这条评价中可见一斑;虽然凭借传承百年的“金字招牌”引来了顾客,却因为品质和服务跟不上,把生意做成了一锤子买卖。

“老字号经得住百年风雨,却经不起市场洗礼。”有网友如此感叹。面对市场洗礼,一些“金字招牌”为何不管用了?背后的问题值得深思。

当前,生产力迅速发展,物质产品日益丰富,随之而来的是市场竞争愈发激烈,消费需求不断升级,老字号若仍“吃老本”,显然行不通。据统计,商务部认定的一千多家中华老字号中,有相当一部分面临发展难题。在老字号中,寻求创新者也并不在少数,但效果却是“几家欢喜几家愁”。有的在创新中完成了华丽转身,不仅老树发新芽,而且新芽抽新枝,品牌营收和影响力都更上一层楼;有的却是高开低走,虽然动静不小、可新鲜劲一过,便再次陷入沉寂。细究其中原因,走不走心是关键。

“蹭老式消费”拉近代际之间的距离

近年来,不少年轻人选择转向老年群体的消费环境。年轻人跨界报名“夕阳红”旅行团,上班族在社区助老食堂实现“吃饭自由”、“00后”涌入老年大学与“60后”同桌一起上兴趣班……这些被外界调侃为“蹭老式消费”的风潮吸引了越来越多年轻人的参与。媒体发布的调查数据显示,多数年轻人认为,“通过‘反向消费’找到了‘省钱密码’”。

这其实已经道出了年轻人选择“蹭老式消费”的重要原因,那就是这种消费场景是极具性价比的。今天,经济形式的多样化虽然为年轻人呈现了更多选择,但是由此带来的品类、规格的繁杂,事实上也客观地造成了消费者的选择、使用障碍。在此背景下,一种“返璞归真”的生活方式自然能够吸引年轻人的目光。物有所值是一个跨越代际共同追求的理念,在这一方面,年轻人与老年群体是一致的。

今天,银发经济的市场正在进一步扩大。它充分考虑到老年人的消费习惯及身体情况,因此更具有便捷性与服务的透明化。不管是旅游、餐饮,还是服务行业,针对老年群体的消费场景更具有合理化、简洁化,服务也是低门槛甚至无门槛的。这其实就像手机的“关怀模式”,将最本质的功能放在最便捷的场景下,创造了对老年人友好的使用体验。银发经济体

现了社会对于老年群体的关爱,更具有“友好性”的一面。而年轻人选择“蹭老式消费”,折射出一种价值判断——在广告、营销大规模呈现的背景下,年轻人更加希望能够回到最简单的生活范式中。那就是,让商品的价格属性真正回归到价值本身,不为花哨的包装、繁琐的促销宣传付出额外的支出。同样的,除了消费需求的诉求外,那种在老年大学里老有所乐的生活或许是人们在职场之外,希望能够实现的一种生活方式,就是真正地有时间去“慢下来”“静下来”。年轻人选择“蹭老式消费”,并不涉及消费升级或者降级

说到底,“走心”的创新,应该是契合时代发展、顺应市场需求的创新;是拥抱新管理方式、应用新生产技术的创新;是

坚持走数字化、标准化、网络化发展路径的创新。老字号不单单具有经济价值,还有深厚的文化价值,“金字招牌”中蕴含着历史记忆和情怀,消费者对其抱有很大期待。以精益求精的工匠精神向革新要动力,用优质服务焕发生机,说到底是为了发展路子,“金字招牌”还是管用的。

老字号的“金字招牌”是一代代消费者认可“垒”出来的。消费者认准一个品牌,愿意成为其忠实顾客,说到底是因为它或好吃、或好用,靠得住,这是老字号们得以扛住“百年风雨”的原因。无论时代如何变迁,在研发产品、提供服务时多想想百姓需不需要、用起来高不高兴,让产品和服务充满人情味、烟火气,才能迈过发展进程中的一道坎,让“金字招牌”历久弥新。

(天津日报)

的问题,而是找到了消费的真正价值,追求性价比的最大化,追求消费对于个人需求的最全面满足。

同时,人们也应当看到,“蹭老式消费”这种跨越年龄层次的消费交流有着积极的意义。它能够拉近代际之间的距离,还能够让银发经济吸收更多充满活力的因素,实现不同年龄阶段消费观念的融合。此外,年轻人“蹭老式消费”对于企业和平台也是一个很好的提醒,那就是应当打破传统的思维,更进一步发掘不同年龄层次群体的真正需求,让消费回归本质。附加在商品、服务外面的,应当是价值的延伸,而非消费的套路及花哨的包装。更加满足消费者需求的商品及服务,才有持续性的市场空间。

(光明日报)

促成了良好的线上交际生态。尽管不少人通过“刮刮乐”得到了一定的精神满足,但我们也应对这类投机诱惑谨慎视之。对此,不妨通过限额、限量等方式进行自我约束,莫对一时之喜“中毒太深”。毕竟,此“赔半”非彼“陪伴”,还是不能太走心。

(广州日报)

| 丰台市场监管局之窗 |
|--|
| <div><div><div>丰台区市场监管局“三联机制”强化协作,提升医疗器械监管效能</div><div>为着力整顿和规范口腔领域行业市场秩序,7月18日上午,丰台区市场监管局医疗器械监管科、综合执法大队六中队、成寿寺街道市场监管所,来到位于丰台区方庄南路的8020口腔门诊部,联合开展口腔领域专项执法。通过健全“三联机制”,有效提升医疗器械监管效能。一是健全执法联动工作机制。采取“科所队”联合行动,重拳出击口腔领域医疗器械行业乱象。重点检查牙科诊所是否从合法渠道购进医疗器械;是否使用无合格证明文件、过期、失效、淘汰的医疗器械;是否按照产品说明书和标签标示要求贮存医疗器械;收费项目是否明码标价,是否存在价格欺诈等违法违规行为。二是健全案件联办工作机制。以</div></div><div><div>“接诉即办”为抓手,以“专项整治”为重点,强化部门协调配合。梳理口腔领域投诉举报主线线索,推动重点线索“一案双办”,实现案件线索快速受理、全面调查、依法处置。建立健全复杂疑难案件会商、重大案件联合查办督办等工作制度,抓实抓细医疗器械监管工作。三是完善法律联宣工作机制。针对检查发现问题,执法人员结合本部门监管重点,加强对《医疗器械监督管理条例》《医疗器械使用质量监督管理办法》等法律法规的再研读再宣贯,坚持边查边治,立行立改。强化医疗器械使用单位的法律意识,明确医疗器械使用质量安全第一责任人职责,持续压紧压实主体责任,推动工作取得实效。(刘梦迪)</div></div></div> |

小庭院蕴藏着乡村振兴大潜力

近年来,不少地区的农户在符合用地政策前提下,利用自有院落及资源资产发展庭院经济,成为群众就近就业创业、发展乡村特色产业、拓展增收来源的有效途径。

所谓的“庭院经济”,是指以小庭院为载体,以家庭为单元,把小庭院打造成菜园子、果园子、手工作坊、养殖场,用多种经营模式有效盘活农村闲置资源,让庭院有看头更有赚头,让庭院的“方寸地”成为群众增收的“致富园”。

庭院经济是农业经济的重要组成部分。早在1984年,我国经济学家于光远就提出庭院经济,其含义为农民以自己的住宅院落及其周围为基地,以家庭为生产和经营单位,为自己和社会提供农业土特产品及相关服务的经济形式。时隔多年,庭院经济被国家层面高度重视并写入2023年中央一号文件。发展庭院经济,就是为了增加农民的人均收入,提高农民的生活水平,从而带动更多人实现共同富裕,为实现乡村全面振兴添砖加瓦。

庭院经济存在于阡陌之间,成本低、见效快、灵活多样是它的优点。以家庭和农户为经营主体,以农家院落为生产场所的乡村产业类型,虽然具有“小快灵”的优势,但也存在“散乱弱”的问题。去年9月,农业农村部、国家乡村振兴局印发的《关于鼓励引导脱贫地区高质量发展庭院经济的指导意见》提出,从实际出发,突出乡土特色,走特色化、差异化发展路子,宜种则种、宜养则养、宜加则加、宜商则商,探索发展多种类型庭院经济。蓬勃兴起的庭院经济不仅高效利用了农村房前屋后的院落及周围闲散土地,而且有效增加了农民收入,优化了人居环境,为巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接提供了有力支撑。

农家小庭院,能有大作为。各地方立足区域产业实际,尊重农民意愿,因人而异、因地制宜,采取政策引导、技术服务、消费帮扶等措施,积极引导农民整合房前屋后的空闲土地、空闲资源,养殖牲畜、种植果蔬,激发农户发展庭院经济的积极性和能动性,发展各具特色的庭院养殖、种植经济,致力发展一村一策、一组一品、户户有特色的“优、精、特”产品,让庭院经济在方寸之间结出硕果。探索有效的利益联结机制,让分散经营的农户融入以龙头企业、合作社、家庭农场等为主体的乡村产业体系中,形成龙头联农带农机制,扶持多种类型、适度规模的庭院经济发展,把小庭院纳入到大市场,促进庭院经济与农村一二三产业融合发展,做出小庭院大产业,提高庭院经济市场竞争力,确保群众稳定增收,让有限的庭院资源取得更高更持久的农业经济价值。

小庭院蕴藏着乡村振兴大潜力,围绕“家”和“庭”做文章,充分发挥出“小快灵”优势,把农家庭院的“方寸地”建设成为增收致富的“聚宝盆”,让庭院经济与更多产业融合发展,实现庭院经济的高质量发展,助力乡村全面振兴。

(内蒙古日报)