

政策利好助推流通线上线下融合



李鸣涛

如何发挥好电子商务和线下实体流通各自的优势，共同构建适应我国经济发展和居民消费需要的现代市场流通体系，已经成为“十三五”时期流通体制建设的重要命题。通过各项政策措施的有效落实，我国流通产业的发展环境将进一步改善，流通产业线上线下协同发展的态势将更加明显，流通对于服务消费、引导生产的桥梁作用将进一步体现

专家论道

在7亿网民的庞大消费需求牵引下，我国电子商务在经济社会发展中的重要作用日益凸显。去年我国网络零售额达3.88万亿元，其中新增消费1.5万亿元，拉动消费作用明显，尤其是在传统流通相对落后的农村和中西部地区，电子商务补短板效应得以充分发挥，农村和中西部地区的网络消费增速高于发达区域。同时，电子商务还带动了2000多万人口直接或间接就业，O2O电商、农村电商、跨境电商等已成为“大众创业、万众创新”的重要方向和重点领域。电子商务对于增强我国经济发展活力、打造经济发展新动力等方面功不可没。

随着电子商务的快速发展，其对于实体经济的影响也开始显现，尤其是给传统流通业带来了不小的冲击。近年来，线下实体店客流下降明显，城市房屋租金、人工等成本又快速上

涨，大量实体店经营困难，部分实体店出现倒闭，行业发展增速减缓。如何发挥好电子商务和线下实体流通各自的优势，共同构建适应我国经济发展和居民消费需要的现代市场流通体系，已经成为“十三五”时期流通体制建设的重要命题。

国务院办公厅日前印发《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》，围绕“互联网+流通”的发展目标提出了7项重点任务和5项保障措施，力求针对我国现代流通体系发展的瓶颈和短板问题进行重点突破，进一步深化互联网在流通领域的创新应用，鼓励发展体验消费、智能消费、绿色消费，鼓励分享经济和协同经济，鼓励流通领域的创新创业发展，进一步加大现代流通基础设施建设的投入，着力营造线上线下协同的市场公平发展环境。

《意见》充分体现了依托互联网技

术的深入应用实现线下资源协同利用的核心思想，也为指导传统流通转型升级提出了发展方向。在加快推动流通转型升级、积极推进流通创新发展、深入推进农村电子商务等方面，《意见》都提出了许多具体要求。

在促进电子商务进社区方面，《意见》提出“加强电子商务企业与社区商业网点融合互动，开展物流分拨、快件自取、电子缴费等服务”。这些措施的实施必将进一步打通线上服务资源与线下实体设施资源的断点，依托技术的连接，发挥线下实体资源的支撑服务优势和线上的信息数据优势，形成合力，提升消费者的综合服务体验，这也应该是线下实体流通企业转型发展的最终目标。围绕这一发展趋势，《意见》在增强零售业态的自营能力、鼓励商品交易市场平台化发展等方面也提出了鼓励措施，政府也会加大智慧流通基础设施方

面的建设投入。

《意见》也非常重视在“互联网+流通”方面的政策性突破，在保障措施方面提出了很多利好性政策。如允许试点范围内无车承运人开展运输业务，落实“互联网+流通”企业的申报认定工作，推动线上线下规则统一等。这些政策措施的落实，将有效降低我国流通服务企业运行成本，支持小微企业快速成长，营造公平竞争环境，进一步增强我国流通发展活力。

相信通过各项政策措施的有效落实，我国流通产业的发展环境将进一步改善，流通产业线上线下协同发展的态势将更加明显，流通对于服务消费、引导生产的桥梁作用将进一步体现，对我国供给侧结构性改革的推进也必将发挥重要的先导作用。

(作者系中国国际电子商务中心研究院副院长)

马忠玉

国家信息中心副主任

把消费需求转变为现实增长动力

随着我国居民收入达到中等偏上国家水平，信息消费、绿色消费、文化消费、旅游休闲消费、个性化消费等蓬勃发展，并有力拉动了相关产业与行业优化升级，提高了供给能力。同时，我们也要看到，产能过剩问题仍在困扰我国经济增长。在此背景下，战略性新兴产业以及教育、医疗、养老、旅游休闲等现代服务业推动增长的作用更加凸显。目前，消费需求已进入业态创新、产品创新、服务创新、技术创新、商业模式创新的发展阶段，只有满足消费需求，增加产业新供给，创造市场新活力，实现潜在需求向现实增长动力的有效转换，才能更好支持经济长期健康发展。

马宪民

广东省知识产权局局长

增强创新驱动应用好经济杠杆

经济下行压力下，广东专利申请数量还大幅增长，体现了企业持续创新能力。我们不能再走不为创新付费的老路。只有让知识产权创新者得到丰厚的回报，才有可能持续创新的动力。专利对经济和创新的贡献并不直接体现在某一个数字上，却对整个产业经济发展产生深远的影响：一是可以增强企业自身的创新能力，较好地运用了专利信息的企业，可以在别人创新的基础上做更高层次的创新，这样可以提高创新能力；二是可以提高企业的竞争能力，因为知识产权制度对企业产生法律的保护，这样企业可以运用知识产权制度在市场上提高竞争力，跟竞争对手在PK的时候可能更具优势。

王叁寿

贵阳大数据交易所执行总裁

大数据行业发展须驱逐“劣币”

当前猖狂的个人姓名、身份证、银行卡、手机号等数据“黑市”交易，侵犯个人隐私，甚至威胁国家安全。必须以“良币”驱逐“劣币”，通过清洗后的正规数据交易挤压“黑市”空间。大数据清洗，不是用水冲洗，而是用电脑把不规则的数据制作成规则的数据。未清洗的大数据，既不规则，也含有毒有害物质。就如同地下水一样，必须经过净化，才能成为可以饮用的自来水。把地下水进行加工，去毒去害，变成自来水的过程，就是大数据的“清洗”。

来论

“新力量”倒逼消费市场提质升级

井水明

日前，国家发改委、教育部、工信部等24部门联合下发《关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知》。该通知主要围绕10个主攻方向，出台实施“十大扩消费行动”，以促进居民消费扩大和升级，带动产业结构转型升级，加快培育发展新动力，增强经济韧性。

消费在国民经济中的地位与作用毋庸置疑。从今年一季度经济运行数据以及近期消费市场的种种表现来看，尽管国内经济增速略有放缓，但人们并未放慢消费升级的步伐。在消费领域供给侧改革的推动下，消费对经济增长的贡献呈现进一步提高的新格局。以中等收入群体、网络购物者为代表的“新力量”，正成为消费市场的引领者。

此前国人去日本抢购马桶盖、电饭煲、日用品等商品的现象，受到普遍关注。其中中等收入及富裕人群占了相当大的比重，中高端消费“外流”引起国家的重视。近日，国务院办公厅印发了《贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划》，明确提出以空气净化器、电饭煲、智能马桶盖等为重点，提升“中国制造”的整体质量水平。这种从供给侧加大发力点，同时结合国内产业转型升级的策略，体现出促进中国消费市场平稳有序发展，离不开这种“接地气”、可操作性强的发展路径。

同时，“80后”“90后”乃至“00后”正在成为消费市场的主导力量。作为当代中国消费市场中最具潜力和

爆发力的人群，他们在进入消费市场时，所表现出来的理性消费、品牌意识等，决定了中国消费市场需要提质升级。值得注意的是，这个群体既注重以商品购买为主导的消费，也注重增加服务方面的消费，更注重满足个人兴趣与爱好的体验消费，以改善个人及生活品质为目的的服务类消费，如健身、兴趣培养、境外游、家政服务等等。这部分消费者的消费观念也从“购买商品”转向“享受服务”，从“满足日常需求”变为“改善生活品质”。他们对于高端产品及服务的需求激增，如健康食品、教育、绿色体验等，使服务有望超过有形商品成为消费增长的主要动力。

此消彼长之下，消费市场的业态结构正逐步演变。网络购物在整体消费结构中所占比重持续提升，在居民消费升级的带动下，服务消费相对于实物消费的发展势头也更为突出。数据显示，一季度非实物商品网上零售额同比增速为36%，继续领先于实物商品网上零售额增速。

我国消费市场快速的分化与整合，契合了消费提质升级的大趋势。消费“新力量”对服务和高端产品的消费大幅提升，以此来改善和提升自身的生活方式和生活品质，影响着中国制造新一轮转型升级的成效。因此，中国制造除了追求“高精尖”的特质之外，还应积极寻找消费市场中满足提档升级的着力点，从而把推动解决供需矛盾这篇大文章做好、做实、做出特色。



朱慧卿作(新华社发)

景区“热”点

点评 随着旅游产业的转型升级，广大游客对旅游品质的期待日益提升。吃、住、行、娱、购之后，如厕问题成为游客旅游体验的“最后一公里”。自去年起，为期3年的“旅游厕所革命”在全国范围内开展。数据显示，到去年底，各地景区已完工的厕所达2.2万多座。尽管如此，一些景区厕所数量、卫生、厕位比均衡欠缺等问题仍然存在。提升旅游品质，景区必须解决旅游体验中的类似“痛点”，才能适应群众的期待。(时锋)

思辨

事后严惩不如事先严管

王胜强

无论是青岛天价虾、哈尔滨天价鱼，还是桂林天价大鲵，正是一些部门监管不严导致了价格欺诈，初期处置不力令事件迅速发酵成为热点，最终政府被动应对，纵然查处再严厉、表态再坚决，也难以摆脱事后诸葛亮之嫌，辛苦培育的旅游品牌形象必然受损

闹得沸沸扬扬的桂林“天价鱼”事件，近日终于有了定论。调查组认定此事为价格欺诈，涉事餐馆被吊销营业执照和餐饮服务许可证，并被处以50万元罚款。舆论热点平息，然而对“天价”频频折射出的深层次问题，思考还应继续。

无论是青岛天价虾、哈尔滨天价鱼，还是桂林天价大鲵，这些舆论热点事件经历了共同的发展阶段：旅游被宰报警，初期处理不力，媒体曝光成热点，部门被动接招调查，涉事餐饮企业遭重罚或吊销执照，最后政府高调表态严查。不难看出，正是一些部门监管不严导致了价格欺诈，初期处置不力令事件迅速发酵成为热点，最终政府被动应对，纵然查处再严厉、表态再坚决，也

难以摆脱事后诸葛亮之嫌，辛苦培育的旅游品牌形象必然受损。

这首先警醒我们，我国旅游市场尚不完备，如果不实施严格而合理的市场监管，在诚信机制尚不健全的当下，商家逐利的冲动就可能演变为形形色色的“宰客”现象。而连续发生天价事件则显示出价格欺诈并非某地区独有，任何景区都须防范。其次，舆论是把双刃剑，当今旅游已进入大众时代，良好的口碑可以招徕游客，但价格欺诈等问题如不能第一时间得到公正处理，一旦发酵为网络热点，涉事城市及景区就会深陷舆论漩涡，受到一边倒的指责。政府事后的调查处理难以在短的时间内修复对旅游形象带来的损害，后果就是游客用脚投票。因此，对于形形色色的天价“宰

客”事件，监管部门与其事后严惩，不如事先严管。

当前，我国旅游业正处于快速发展阶段，许多城市提出将旅游打造为金字招牌，使出浑身解数吸引游客。认真反思“天价”频发现象，有助于正视问题短板、改进政府监管、提升旅游形象、培育健康市场。最根本的是要“为之于未，治之于未乱”，把工作做在前面，加强日常动态化监管，抓住节假日重点时段，对投诉密集的地区、行业进行重点整治；建立旅游纠纷快速结案制度，调动旅游、工商、公安等多部门联合执法，及时公正处理纠纷；注重舆情引领和管控，多方收集民意，针对端倪初现的宰客舆情，及时启动应急预案，加强信息公开，有效回应民众关切。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 杨开新 祝伟