经济日报 ECONOMIC DAILY

下功夫激活消费这个最大变量

□ 顾 阳

每周经济观察

要客观看待消费滞后的原因,特别是疫情因素对服务消费的影响。一旦全球疫情得到有效控制,服务消费即会得到充分释放。同时,在消费复苏过程中,也催生出更加适应市场需求的消费新业态新模式,对恢复内需起到了积极拉动作用。在出口、投资快速复苏的情况下,消费是我国经济增长的最大变量,同时也是最具潜力的增量。从这个意义上看,稳内需、促消费仍是当前工作的重中之重

经济增速年内首次转正、固定资产投资增速首次转正、货物进出口总额增速首次转正……在最新公布的前三季度主要经济数据中,“转正”可谓出现频率最高的关键词之一,不仅折射出中国经济稳步复苏的强劲态势,也进一步强化了中国经济稳中向好、长期向好的趋势。

这份来之不易的成绩单不仅让疲弱的世界经济为之一振,也赢得了国际舆论的广泛赞誉。不过,在出口、投资等主要经济指标创下年内新高的同时,我们也注意到,作为经济压舱石和稳定器的消费却相对滞后,甚至拖了经济增长的后腿。

数据显示,在二季度3.2%的GDP同比增速中,投资贡献了约5个百分点,净出口贡献了0.5个百分点,但消费拖累了2.4个百分点。即便是在前三季度经济整体实现正增长的情况下,消费同比增速仍为-7.2%。由此引发了不少市场人士的担忧:消费拉动中国经济增长的模式还行得通吗?未来中国超大规模市场优势还能发挥出来吗?

回答上述疑问,首先要客观看待消费滞后的原因。通常情况下,消费可分为实物消费和服务消费两大类。从消费数据看,在新冠肺炎疫情冲击下,我国实物消费变化与经济波动保持大致同步,但对疫情防控举措更为敏感的服务消费出现了大幅下降,成为导致消费总体滞后的最主要因素。换句话说,消费复苏的快慢,很大程度要受制于服务消费的复苏进程。

需要指出的是,服务消费复苏滞后于实物消费也是一个全球现象,一旦全球疫情得到有效控制,服务消费即会得到充分释放。与此同时,在消费复苏过程中,也催生出许多更加适应市场需求的消费新业态新模式,不仅有效对冲了疫情影响,也对恢复内需起到了积极拉动作用。

目前,我国已进入疫情防控常态化新阶段,在出口、投资快速复苏的情况下,消费是我国经济增长的最大变量,同时也是最具潜力的增量。从这个意义上看,稳内需、促消费仍是当前工作的重中之重。

释放消费潜力,关键在于深化收入分配制度改革。收入分配格局决定了整个社会的消费水平,要通过优化调整当前我国收入分配结构,让收入分配更多地向居民倾斜,不断提升居民特别是中低收入者的购买力。疫情期间,各地探索采取发放消费券、增加临时价格补贴等方式稳消费,短期内有一定效果,但从长远看,仍需加快构建提升居民购买力的长效机制。

释放消费潜力,要强调从供给端持续发力。有效供给不足是影响我国消费增长的重要因素之一,要通过提高有效供给能力和水平,不断满足居民消费的升级需求。比如,我国在教育、养老、医疗等领域的供给还存在一些结构性问题,一方面需要通过深化改革,不断破除发展的制度障碍,另一方面也要通过扩大有效投资,加快补齐消费软硬短板,在稳定重点领域消费的同时,不断挖掘消费新增长点,推动形成强大的国内市场。

释放消费潜力,还要大力推动新型消费发展。近日,国办印发了《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》,明确了包括在线教育、互联网健康医疗、新零售等在内的新型消费发展方向和政策举措。事实上,在疫情期间,上述新业态新模式已经得到了市场的广泛认可,成为新的消费增长点。

当然,发展新型消费,并不意味着放弃传统消费,而是要在继续做大做强传统消费业态的同时,加强统筹协调和政策联动,推动线上线下加速融合、新型消费与传统消费协同共进,拉动经济更快复苏、更好增长。

需要强调的是,当前及今后一段时期,主要依靠消费拉动经济增长的模式不仅不能变,还要在加快构建新发展格局中更有作为。令人欣慰的是,针对当前消费领域的堵点痛点难点问题,包括鼓励老旧汽车置换、推动家电更新消费、发展住房租赁消费等新一轮政策举措正陆续出台实施,针对农村消费这一薄弱环节的数字化、标准化、产业化改造也已启动。我们相信,一个梯次发展、衔接互动、优势互补的多层级消费格局,将助力中国经济在高质量发展道路上行稳致远。

直播行业标准有助更好带货

□ 王旭东

网络直播是否应当履行平台经营者责任?如何规范网络交易搭售商品或服务行为?聚焦网络市场交易秩序等社会关注的焦点问题,国家市场监管总局近日发布《网络交易监督管理办法(公开征求意见稿)》,公开向社会征求意见。

今年上半年,电商直播作为新业态的典型代表,成为发展势头最为迅猛的互联网应用之一。据商务部监测,上半年全国电商直播超过1000万场,活跃主播人数超过40万人,观看人次超过500亿人次。直播带货已成为扩大内需、助推内循环的新引擎。

直播带货在取得亮眼业绩的同时,也出现了“三俗”充斥网络、虚假夸大宣传成风、假冒三无产品泛滥、售后服务难以保障等问题,相关的监管规定必须跟进。由中国商业联合会媒体购物专业委员会牵头起草的首部全国性社团标准《视频直播购物运营和服务基本规范》和《网络购物诚信服务体系评价指南》两项标准于2020年7月份正式施行,意味着直播带货有了行业标准。如今,国家市场监管总局发布《网络交易监督管理办法(公开征求意见稿)》,从职能部门角度聚焦网络市场交易秩序等热点问题,这显然有利于“更好带货、带更好货”。

当前,“互联网+”新业态、新模式正在加快构筑新经济,深度拓展经济发展新空间。对此,我们需秉持包容审慎监管态度,及时给予正确引导,必要时作出制度规范,使其成为适应时代、健康成长的新经济。在直播带货迅速崛起之际,量身定制标准与新规,既是一种监管,更是一种护航。

网红景点虚假宣传理当受罚

□ 江德斌

今年5月份,有网友吐槽湖南临武滴水源景区“天空之镜”实景和宣传照反差太大。近日,湖南省市场监管局公布一批典型虚假违法广告案件,“天空之镜”因虚假广告被罚款12万元。

“天空之镜”的“鼻祖”是玻利维亚的乌尤尼盐沼,因湖面如镜子般透亮得名,茶卡盐湖成因与景色均与之相似,被称作中国的“天空之镜”。近年来,随着旅游打卡和短视频流行,茶卡盐湖“天空之镜”成为网红景点,各地也冒出了一些山寨版“天空之镜”。

此前,临武“天空之镜”在宣传推广时号称巨资打造,并收集多张他人“天空之镜”彩页效果图及一些文字用语,看似美轮美奂,广告推文发布后点击量高达数万,市民游客纷纷前去观光拍摄,到现场才发现与广告差距太大,实际就是一个约8平方米的镜面,根本无法达到“天空之镜”的效果。显然,临武“天空之镜”宣传广告内容与实景不符,涉嫌虚假宣传。

近年来,游客热衷体验式旅游,在网红景点打卡,获得社交关注,由此带火一批景点,拉动当地旅游经济。但是,一些地方随之掀起“模仿潮”,弄出一批山寨版网红景点,照搬原版的外观、创意等,又缺乏原版的韵味,不伦不类,令游客大失所望。

此类山寨版网红景点,有些已涉嫌侵权及虚假宣传,不仅影响原版景点声誉,也欺骗了游客。有关部门对此类景点加以整治,对违规者施以重罚,严厉打击虚假宣传,有助肃清旅游市场“山寨”乱象,促进旅游经济健康发展。各地在发展旅游项目时也应立足本地特色,切莫盲目“蹭热点”,须知,故意忽悠公众牟利,要付出应有的代价。

朱慧卿作(新华社发)

重拳打击

非法开办贩卖电话卡、银行卡是电信网络诈骗犯罪持续高发的重要根源。为严厉打击整治涉“两卡”违法犯罪活动,国务院打击治理电信网络新型违法犯罪工作部际联席会议决定自今年10月10日起在全国范围内开展“断卡”行动。据悉,全国“断卡”行动日前开展首轮集中收网行动,北京、河北等29个省区市的公安机关同步开展集中抓捕。截至10月20日20时,各地共抓获涉“两卡”违法犯罪嫌疑人4600余名,缴获电话卡、银行卡共计6.5万余张。各地严打整治涉“两卡”违法犯罪,推动“断卡”行动向纵深开展,有助于遏制电信网络诈骗犯罪高发态势,切实保障人民群众合法权益,维护社会治安大局。 (时 锋)

行业

让资本市场成为国企混改“好帮手”

□ 周 琳

资本市场是国有企业混合所有制改革的“好帮手”,主要体现在混合所有制改革试点企业上市和市场化并购重组对国企转型升级的重要作用。下一步,继续抓紧抓好上市、并购重组等相关制度建设,对国企混合所有制改革的意义将更加凸显

国务院日前印发《关于进一步提高上市公司质量的意见》指出,要发挥证券市场价格、估值、资产评估结果在国有资产交易定价中的作用,支持国有企业依托资本市场开展混合所有制改革。这是在注册制改革持续推进、大量优质国企不断上市的情形下,监管部门推动上市国企做优做强的又一举措。

之所以要强调资本市场是国有企业混合所有制改革的“好帮手”,主要体现在混合所有制改革试点企业上市和市场化并购重组对国企转型升级的重要作用。

经过多年发展,资本市场已成为我国国有企业上市和参与并购重组主渠道之一,尤其是大型国企上市、并购案例作用凸显。Wind资讯统计显示,截至10月9日,目前包含中央国企和地方国企在内的上市国企数量达1149家。2014年至2020年上半年,上市公司并购重组累计交易1.92万单,交易金额累计达13.29万亿元,累计配套融资金额超过8800亿元,有力支持了国有企业改革。例如,南车、北车合并显著提升了中国轨道交通设备制造国际竞争力,长江电力收购三峡集团水电资产实现优质资产证券化,中国船舶以发行股份方式向中船集团等收购江南造船多个资产等。

尤其是一系列成功的跨境并购重组,既有效支持了国有企业“走出去”“引进来”,又推动了国企混合所有制改革。2018年至2020年6月份,上市公司实施跨境并购累计达381单,交易金额累计达4620.23亿元,国有企业在不断并购重组中引入海外战略投资者和先进经营管理理念,持续提高上市国企质量。

可以说,首次公开上市和并购重组已成为推动国企产业升级、实现优质资产上市、提升国有资产证券化的重要途径,也是持续深化国企市场化改革、打击违法违规、改善服务、优化发展环境的重要手段。下一步,继续抓紧抓好上市、并购重组等制度建设,对国企混合所有制改革的意义将更加凸显。

首先,要加快注册制改革试点,推动注册制在主板、并购重组环节的改革落地,大幅取消和简化行政审批,持续完善市场化机制;支持科创类国有企业依托注册制实施重大资产重组,全面提高交易效率;在前期取消股份回购、收购报告书备案、要约收购豁免等行政区许可的基础上,持续优化审核机制,扩大分类审核领域,为便利国有企业并购整合,可择机考虑允许公司募集配套资金并实行“一站式”审批。

其次,加强并购重组监管。在紧盯“高估值”并购之余,强化对“忽悠式”“跟风式”以及盲目跨界重组等行为的监管。对少数上市公司“玩概念、讲故事”,在明显不具备资产、人员、技术等转型条件下,盲目追求市场热点,大体量跨界并购等重组行为实施严格监管。在推动疫情常态化审核、提升审核效率的同时,严把审核关,强化对国企上市和并购标的估值约束,坚决否决“高承诺、高估值、高商誉”并购。

再次,继续加大对市场乱象整治力度。既要坚持以信息披露为核心,不断优化信息披露、执法检查、审核注册等监管机制,完善并购重组监管,更加突出规则的包容性、适应性;又要加强监管,加大对市场并购重组乱象整治力度。对并购重组“三高”问题持续从严监管,严把审核关,遏制商誉增量。此外,要努力强化并购重组全链条监管,固化并购重组监管机制与工作办法,压实交易所、派出机构并购重组一线监管职责,为国企混改营造良好市场氛围。

思辨

精品瓜果也要防止过度包装

□ 庄电一

不知从何时开始,瓜果蔬菜兴起一股套袋贴标风。体积大者如西瓜、柚子、哈密瓜,体积中等的如苹果、橘子、芦柑,体积小者如枇杷、人参果、猕猴桃,统统要套袋、贴标,好像此举可以让瓜果“独享尊贵”。在瓜果被普遍套上袋、贴上标之后,蔬菜也不再被“怠慢”。例如,不仅娇嫩的芡瓜穿上了“新装”,西红柿贴上了标志贴纸,甚至还有“特种”鸡蛋、马铃薯被贴标。

仔细观察就会发现,这些被“精心包装”的瓜果蔬菜,有的是怕压怕碰,有的则不怕压、不怕碰,有的是有品牌、有名气的,有的则是无品牌、无名气的。而且,套袋用材也越来越丰富,贴标的样式也越来越精美,大有攀比之势,似乎不套袋、不贴标的都是劣等货,不会被消费者看好。

根据一些人的经验,采摘季节在分装、套袋、贴标上做文章,一些瓜果蔬菜确实比不套袋、不贴标的“同类”卖得快、卖得贵。可能正是这个原因,有越来越多的经营者把更多的心思用在了套袋、贴标上。当然,这一切最终都由消费者埋单。

在套袋、贴标越来越盛行,甚至有些泛滥的情形下,我们有必要向全社会呼吁:农副产品贴标、套袋,这种做法该适可而止。

这是因为,对于许多瓜果蔬菜来说,不会因套了袋、贴了标而改变或提升其品质,没有必要非得套袋、贴标。套袋、贴标不仅会增加额外劳动,而且消耗了大量资源,制造了大量垃圾,给消费者增加了开支,带来了麻烦。如果分析一下各地居民扔掉的垃圾就会发现,瓜果蔬菜包装材料所占比例近些年呈快速上升之势。这显然与建设资源节约型、环境友好型社会格格不入。

当然,也不是笼统地反对给瓜果、蔬菜套袋、贴标,一切都应以是否有必要为准则。有些瓜果蔬菜怕压、怕碰,不套袋会在运输中受到损伤,不仅影响销售而且影响食用;有些瓜果蔬菜水分极易挥发,不套袋就会降低营养成分,套袋也无可厚非;有些名牌产品为了防止假冒而贴标,可以在很大程度上减少以次充好等劣行,让消费者买得放心。但对于大多数瓜果蔬菜来说,没必要那么“大费周章”,诸如为普通西红柿贴标、为马铃薯套袋之类的“过度包装”,显然不该提倡。

靠耍小聪明经营不可能长久,也难以如愿。对于无谓浪费社会财富的行为,有关部门要“该出手时就出手”,做出一些限定,不能听之任之。

众声

王 军

中国国际经济交流中心学术委员会委员

中国经济良好复苏态势将持续

从三季度经济数据来看,生产端恢复最为明显,三季度工业增加值继续保持较快回升态势,表现超过了市场预期,原因在于全国之前发生的疫情基本上都得到了很好地控制,对工业生产的掣肘因素进一步减少,同时制造业PMI连续数月保持在荣枯线之上,房地产相关行业的开工率也都在不断提高。四季度拉动经济要从三方面发力:一是继续稳步增加居民收入,二是积极扩大有效投资,三是保持扩张性宏观政策相对平稳的状态。中国经济良好的复苏态势在四季度还会继续。

高瑞东

国泰君安证券首席宏观分析师

综合施策推动新经济项目落地

新经济重大项目批量落地,是带动经济发展的重要支撑。新经济覆盖面非常广泛,涉及一二三产业,包括高精尖科技产业、传统工业制造的产业升级,以及农村产业与现代科技的更新融合。由于第二产业准入门槛较低、营利机制较为成熟,目前社会资本主要集中于投资传统工业制造的产业升级环节。不过,在推动新经济项目落地过程中,不仅要依赖顶层设计,也要注意保障配套财政、税收、资金、知识产权保护的落实,快速响应研发、生产、销售等生产链全流程中遇到的问题。

卜 哲

中国信息通信研究院网络安全响应中心主任

构建网约车全链条安全防御体系

对于网约车来说,移动APP的漏洞和被破解风险是主要安全威胁。移动智能终端安全直接影响着网约用车安全,手机APP存有车联网云平台账户、密码等信息,若出现安全漏洞,极有可能被不法分子利用,威胁乘车人安全。由于产业链长、防护环节众多,尽管整车厂商、网约车平台已加快安全布局,却尚未开展深入合作。因此,虽然网约车行业发展势头良好,但尚难以完全杜绝安全隐患。全面、可操作性强的安全标准应成为网约车行业安全发展的必要手段,构建全链条的安全防御体系将是必然趋势。安全性依然是网约车类互联网产品的核心竞争力。

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 马洪超 徐 达