

这个玩偶的“钞”能力从何而来

市场监管

玲娜贝儿的走红,既有自然流量,也有人推手。它首先体现了相当一部分年轻人正从追求性价比切换为偏好“心价比”。这体现了潮玩潮物的功能价值、粉丝的情感价值和商品的投资价值,是新消费品“钞”能力的共同注解。

相当一部分年轻人的消费观念,正从追求性价比切换为偏好“心价比”。百度指数显示,绝大多数玲娜贝儿的粉丝是30岁左右的年轻人。在这些消费者眼里,一款产品除了满足功能需求,更要满足情感需求,只要他们心里认为值这么多钱,那它就值这么多钱。在这一力量的带动下,社会消费观念的实在变。老一辈常说“好看不能当饭吃”,更看重便宜、功能多、用料扎实等实用标准。可是,对于当下的一部分年轻消费者来说,可爱、颜值、圈层认同感等才是稀缺资源,是行走朋友圈必备的“社交货币”,还能转化为可投资的稀缺商品。最近有一个词叫“粉牛”,指那些因为自己喜欢买一套、再买几套按照“市场价”转让的人。这个词体现了潮玩潮物的功能价值、粉丝的情感价值和商

品投资价值,是新消费品“钞”能力的共同注解。近几年,李宁球鞋、星巴克猫爪杯、泡泡玛特盲盒都曾因为兼具功能性、情感性和资产性而受到追捧;在国外,某些潮牌每次发售都会引发抢购和二次交易,公开报道显示鞋类交易网站StockX去年估值已达38亿美元。可见,全球年轻人的消费观念有某些共通之处。可以预计,今后还会有其他商品沿着这条路线走红,迪士尼自己就在全球“如法炮制”出包括星黛露、玲娜贝儿在内的多个玩偶,打造了一个达菲家族。能在短时间内将一个全新IP运作成明星,当然有很多门道,其中一个重要原因就是把握住了年轻人的心态。年轻人可是消费市场的主力军。其他品

牌若能借鉴一二、找到引爆点,一样可以让消费者为“心价比”买单。

面对某些商品的爆红,在倡导消费者理性消费、理解有人愿为爱好消费的同时,还需关注的是,本应由市场定价、随供需波动的商品,如果背后出现高价拍下商品的买家,会不会是诱导自演、利用虚假交易哄抬价格来引诱买家接盘?当价格出现回落迹象时,是不是他们左手倒右手,合谋托价?对于此类现象,如果令人怀疑,相关交易平台和监管部门是否应密切关注并适时做好加以应对和治理的准备?毕竟,随着新消费品的投资属性日益明显,相应的市场秩序也亟需完善和规范。同时,对各种“山寨”版也要及时整治。知假买假侵犯知识产权,知假售假涉嫌违法。“真爱粉”不应成为割韭菜的对象,也不是侵害知识产权的理由。这一点,卖家和“粉丝”们都应理性对待。



娄飞鹏

近日,中国人民银行负责人表示,我国宏观杠杆率持续上升势头得到有效遏制。尽管2020年在新冠肺炎疫情冲击下出现阶段性上升,但2021年以来已经回落到基本稳定的轨道。

我国宏观杠杆率,从纵向变化看,增长势头得到较好遏制;从国际横向比较看,也保持了较好的态势。2020年以来,受疫情影响,全球经济一度停摆并且全年经济负增长,加上各国为应对疫情实施宽松的宏观调控政策,宏观杠杆率快速上升。我国在统筹推进疫情防控和经济社会发展中,稳健的货币政策灵活适度、精准导向,宏观杠杆率在2020年前三季度上涨后从第四季度开始下降,全年杠杆率提高幅度远低于国际清算银行统计报告的所有国家和地区总体水平,更低于发达国家上升幅度。

保持宏观杠杆率基本稳定,既是着眼于长期总体的考虑,也应该是长期选择。2016年以来,我国围绕供给侧结构性改革,积极推动去杠杆工作的落实,采取多种措施,有效遏制了宏观杠杆率快速增长势头,防范化解重大金融风险取得阶段性成果,在实现金融风险整体收敛、总体可控过程中发挥了积极作用。目前来看,这些举措为我国在应对经济下行压力、宏观调控政策发力稳定经济增长时留下更大空间。

当前,我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力,但我国经济韧性强,长期向好的基本面不会改变。前不久召开的中央经济工作会议要求,2022年经济工作要稳字当头、稳中求进,各地区各部门要担负起稳定宏观经济的责任,各方面要积极推出有利于经济稳定的政策,政策发力适当靠前。

一般而言,在经济面临下行压力时,稳定经济增长需要适度宽松的宏观调控政策。与此同时,我们在分析宏观杠杆率的历史数据变化过程中,还可看到,宏观杠杆率呈现出明显的易涨难跌特点,杠杆率增长在不同时期又有明显的结构性特征。杠杆率作为债务与产出的比值,在宏观经济向好时,经济产出增加会扩大杠杆率的分子,宏观调控政策会逆周期收紧,可降低杠杆率分子的增速,使得此时的宏观杠杆率更容易实现稳定或者下降;宏观经济下行时则不然,不仅经济产出降低从分母上推动杠杆率上升,而且宏观调控政策也会逆周期放松,从分子上推动杠杆率上升。因此,如何在实现宏观政策稳健有效、保障经济运行在合理区间的同时,确保宏观杠杆率稳定以有效防范化解重大风险,尤为值得认真考量。

在此过程中,既需要各项宏观政策协调联动,又需要跨周期和逆周期调控有机结合,从总量、结构和价格等方面全方位发力。在总量上,保持流动性合理充裕,保持货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配。在结构上,创新并利用好结构性政策工具,引导金融机构加大对实体经济特别是小微企业、科技创新、绿色发展等重点领域的支持。在价格上,围绕推动企业综合融资成本稳中有降、金融让利实体经济开展相关工作。

面对我国经济发展的三重压力,在稳定经济的过程中稳定宏观杠杆率,既需要对宏观杠杆率基本稳定有科学认识,也需要在政策方面灵活适度、科学精准,在稳增长和防风险之间建立长期平衡。宏观政策要坚持系统观念,从跨周期和逆周期、总量和结构等角度综合考虑,既要积极发力推动经济运行在合理区间,不断做强经济基础,又要切实稳定宏观杠杆率,有效防范金融风险。这不仅是当下的需要,更是高质量发展的长远要求。

(作者系国家信息中心博士后,中国邮政储蓄银行研究员)

金融支农支小莫跑偏

杨怡明

日前,国务院常务会议对两项直达实体经济的货币政策工具作出最新安排。一是将普惠小微企业贷款延期还本付息支持工具转换为普惠小微贷款支持工具,二是将普惠小微信用贷款纳入支农支小再贷款支持计划管理。

其中,普惠小微贷款支持工具主要突出对增量贷款的支持;将普惠小微信用贷款纳入支农支小再贷款支持计划管理,主要是为了降低投放信用贷款的资金成本。这两种方式契合小微企业实际需求,引导银行持续增加小微企业贷款并提高信用贷款比例,助力小微企业渡难关。

近年来,央行在帮助小微企业纾困、支持复工复产等方面出台了多项举措,无论是原来的两项直达实体经济货币政策工具,还是转换后的工具,包括此前下调支农支小再贷款利率0.25个百分点等,都对地方法人银行服务小微企业形成激励和引导作用,解决其资金来源约束,并降低融资成本。

相应地,这一系列举措对地方法人银行也提出更高要求,如何利用好政策红利,精准滴灌小微企业,确保支农支小不跑偏十分重要。

地方法人银行战略定位需聚焦于服务小微企业,完善普惠金融体系,建立并改善农村金融支付环境,丰富服务品种,加强对小微企业和个体工商户的走访、培训力度,缓解银企之间信息不对称等问题,提高金融服务供需匹配的精准度。

同时,地方法人银行要突破授信依赖担保和抵押的传统信贷模式,树立全新的信贷理念,建立与普惠金融相适应的贷款体系和流程。此外,应积极发展电子银行、手机银行等线上渠道,将金融科技新模式、新成果用于探索数字小微金融。

要注意的是,各地方法人银行也需因地制宜,建立和完善信用风险管理体系,警惕信用风险增加。通常来说,各地方法人银行选择贷款客户的标准有所差异,对小微企业的评估标准也参差不齐,这与以往小微企业信用信息分散在不同部门有一定关系,地方法人银行通常难以及时全面掌握企业信用信息。

这一问题有望在不久后得以解决。近日举行的国务院常务会议提出构建全国一体化融资信用服务平台网络,加快推动市场主体注册登记、行政处罚、司法判决及执行以及纳税、社保缴费等信息共享,可以更好帮助地方法人银行打破数据孤岛,将以前获得不了、获得难度较大的小微企业信用信息集中起来,提高数据质量和风控能力,使资金进一步服务小微客户成为可能。

与此同时,地方法人银行仍要进一步提高控制信贷风险的能力。可通过加强风险管理人才培养、深化组织机构设置、规范信贷业务流程、构建完善的贷后管理机制等举措,加强银行内部控制体系建设,提高应对各类风险的能力。(《农村金融时报》供稿)



医保药品目录扩容

新版国家医保药品目录自2022年1月1日起正式实施。这意味着此前谈判成功的94个药品正式进入医保,患者在医疗机构开出这些药品的经济负担降低。新版国家医保药品目录新增74个目录外药品,涉及21个临床组别,患者受益面广。此次医保目录更新在一定程度上得益于药品谈判的顺利开展,通过充分发挥医保部门战略购买的作用,将有限的医保资金发挥出最大的保障效能。同时,通过医保基金的价值购买、战略购买,引导医药产业走创新发展道路,更好地惠及广大患者。(时锋)

徐 骏作(新华社发)

景区成

近年来,“打卡”成为旅游消费中频繁出现的热词。“网红打卡地”在吸引流量、提高景区知名度方面发挥了重要作用。然而,网红效应大多是周期性的,红得快往往退潮也快,有不少甚至是昙花一现。如果没有相应的巩固举措,景区潜力很可能会被透支,不利于景区可持续发展。

可见,成为“网红”景区难,变成“长红”景区更难。如何将旅游目的地从“网红”变成“长红”,成为旅游从业者和文旅主管部门面临的共同问题。从一些景区的成功做法看,有两个思路值得借鉴。

充分彰显地方特色。景区成功的一个关键在于具有吸引力,能够吸引足够的客流。化用一句俗语来说,“有地方色彩的,才容易成为世界的”。无论从国内游还是国外游来看,景区地方特色越明显,越能得到更多人认可,就越能吸引国内外游客,故宫、莫高窟等著名景区就是这方面的明证。当前,文化和旅游正深度融合,彰显地方特色的一个关键在于挖掘地方文化入手,使之形成吸引人尤其是能吸引年轻人的特点。位于宁夏中卫市的黄河宿集曾经是“网红”,为应对“网红”的“光环”

不断进行内容创新。即,景区要着力保持趣味性、独特性的内容生产,源源不断地生产优质内容,聚集大量社会关注度,让游客常游常新,并围绕有关亮点开拓IP衍生品,实现文化、创意和市场的有效衔接,最终形成完整的产业链条和消费市场,实现产业发展相对稳定。近年来,一些“网红”景区正是通过持续不断地进行内容创新,保持了景区的吸引力。随着科技的不断发展,景区从“网红”变成“长红”还会有更多途径,尤其是以互联网、大数据、云计算、人工智能等为主要特征的新一代信息技术正在赋能旅游业,创造更多的可能性。因此,在加强文旅融合的同时,也要加快推进旅游业与现代科技深度融合,利用现代科技深度挖掘旅游资源的文化内涵,创新开发旅游产品,推动文旅业高质量发展,更好满足广大群众对美好出游的需求。

统筹协调好城乡发展

林昌华

乡村振兴战略与新型城镇化不是非此即彼的关系。须从国家全局高度审视城乡发展战略,树立“乡村振兴人人有责、城镇发展人人有份”的强烈意识,让全体国民更好地享受改革红利和发展成果,进一步提升城乡居民的获得感、幸福感、安全感。

中央经济工作会议提出,全面推进乡村振兴,提升新型城镇化建设质量。笔者以为,全面推进乡村振兴,对深入推进城乡融合发展提出了更高要求。曾有人担心乡村振兴与新型城镇化进程是否会形成冲突,产生不必要的羁绊。其实,现代化建设是一项系统工程,尤其对中国这样的农业大国来说,城镇化和乡村两头缺一不可,需要以系统思维来审视,统筹推进区域均衡发展、协调发展。

乡村振兴战略与新型城镇化不是非此即彼的关系。实施乡村振兴战略不是说否定新型城镇化,乡村振兴和新型城镇化的推进是互相促进、相辅相成的。总体上看,伴随国家现代化进程,庞大的农村人口向城市转移的大势不可逆转,但实施乡村振兴战略还要防止农村人口过度流失,避免出现农村空心化现象。要坚持乡村振兴与新型城镇化两手一起抓,两个轮子共同驱动,处理好“走出去”“留下来”“引回来”的关系,既让进城的人能够放心,也让留守的人能够安心,各得其所、各美其美、美美与共。

乡村振兴与新型城镇化互为支撑、互促共进。城镇化是区域经济社会发展现代化的必然趋势。当前我国仍处于城镇化上升阶段,随着工业化

和农业农村现代化进程推进,仍会有大量劳动力涌入城镇。然而,乡村振兴战略与新型城镇化之间并不矛盾。一方面,实施乡村振兴战略要充分利用城镇的资金、技术、数据、人才以及先进管理理念等创新要素,乡村无法脱离城市而兴;另一方面,新型城镇化进程需要有序地推进农业转移人口合理市民化,高质量地融入城镇分享改革成果,城镇不可能离开文明、活力、现代的乡村而盛。当前,我国城乡发展不协调、乡村发展不充分、城乡不平衡问题仍较为突出。因此,实施乡村振兴战略,必须健全城乡融合发展的体制机制和政策体系,推动实现城乡生产要素的合理顺畅自由流动,让乡村的资源要素该出来的出得来,城镇的集聚要素该下乡的能下去。

实施乡村振兴战略与新型城镇化的根本目标是趋于一致的。城镇和乡村是两种不同形态的存在,

都能够通往现代化。当前,要准确深入把握全面推进乡村振兴的重大意义,就必须认识城乡深化改革对开新局、应变局、稳大局的重要作用,充分认识乡村振兴战略与新型城镇化的目标指向性高度重合。可以说,两者是相向而行的,都是为了满足人民日益增长的美好生活需要,因此必须凝聚起各方强大的合力、同心同向共同发力才能完成这项事业。具体来说,新型城镇化的有序推进,为新时代文明的融合场所,提升了农村转移人口的思想理念、文明素养和生产革新水平,不断推动转移人口成为真正的“现代人”。乡村振兴战略的顺利实施,有利于农业产业现代化、农民生产生活方式现代化,城乡之间的差距逐渐消弭。因此,必须从国家全局高度审视城乡发展战略,树立“乡村振兴人人有责、城镇发展人人有份”的强烈意识,让全体国民更好地享受改革红利和发展成果,推动城乡全面融合取得新的更大进展,城乡现代化迈出新的发展步伐,进一步提升城乡居民的获得感、幸福感、安全感。(作者系福建社会科学院经济所研究员)