

冰墩墩为何能防黄牛

市场监管

冰墩墩能比较有效地防住黄牛，主要靠三个“法宝”：法律先行、表态及时、供应给力。可以说，消费者对“人均冰墩墩”的信心，来源于对中国制造的坚定信心。这不仅是“冰墩墩”防黄牛的底气，更是中国10多亿消费者和1.5亿市场主体的底气。

本周，北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”在奥林匹克官方旗舰店开启新一轮预售。以最受受欢迎的玩偶为例，每小时500只，持续秒空。爆红、稀缺、抢购……多么熟悉的场景，之前炒作的玲娜贝儿、肯德基泡泡玛特盲盒都经历过，可有一点大不相同——“冰墩墩”没有大规模的黄牛倒卖，在闲鱼、得物等二手交易平台上都搜不到相关信息。据说线下有高价代购，毕竟接触的人少，没能成气候。这些天里，绝大多数消费者还是在喊着“一墩难求”，等着官方补货。

这有点奇怪。玲娜贝儿也好，肯德基泡泡玛特盲盒也好，毕竟只在少部分年轻人中吃香；“冰墩墩”可是萌到了亿万人的心坎上，还自带民族自豪感光环，按理说市场需求更大、炒作点更多，黄牛怎么会愿意坐失良机呢？

“出圈”的“冰墩墩”之所以能比较有效地防住黄牛，主要靠三条：第一，法律先行，有净化市场环境的依据；第二，表态及时，有维护市场秩序的意愿；第三，供应给力，有平穩市场供求的能力。

根据我国《奥林匹克标志保护条例》，销售含有奥林匹克标志的商品必须取得权利人许可，否则视为侵权，由市场监管部门进行处罚。除此之外，我国的商标法、著作权法、广告法以及反不正当竞争法等法律法规都对奥林匹克知识产权有着完善的保护。可以说，“冰墩墩”既穿着晶莹剔透的外壳，也披着严密无形的知识产权“防护罩”。

最关键的是，闲鱼等平台依据《条例》设置了上架禁令，黄牛就算抢到了“冰墩墩”等相关商品，也无法通过网络进行交易，这就极大地削弱了他们线上转卖商品获取暴利的可能性。对极少数线下黄牛，监管部门高度关注、严厉打击。近日，北京东城公安对3名倒卖“冰墩墩”的违法行为人依法作出行政处罚。

全国多地市场监管部门也提醒，消费者如果发现黄牛炒作“冰墩墩”，可拨打12315热线或向当地市场监管部门举报。总之，黄牛炒作“冰墩墩”涉嫌违法，敢伸手就要挨罚。消费者能安心等待“梦中情墩”，也得益于官方及时表态，稳住了市场预期。北京冬奥会在2月4日晚间开幕，5日出现抢购“冰墩墩”的苗头，当日奥林匹克官方旗舰店即发文字提示已对热门商品实行限购，并表示正全力协调备货，呼吁消费者切勿从黄牛手中高价购买特许商品，不要相信价格炒作。此后，北京冬奥组委又多次释放全力组织生产、有序补货销售的信号，还表示“冰墩墩”将至少销售到今年6月。这些表态安抚了急于抢购的消费者——国家都答应补货了，咱还有什么可担心的呢？

相比之下，此前某些热销商品的生产商、经销商没有及时、足量地给消费者吃“定心丸”，反而有意无意地给黄牛留下炒作空间。看来，黄牛不是管不住，而是在于监管是否有效。

消费者对“人均冰墩墩”的信心，还来源于对中国制造的坚定信心。“冰墩墩”两三年前就开卖了，一直不温不火，所以开幕前奥组委没有安排太多订单。冬奥会开幕后，人们对冰墩墩的购买热情瞬间爆发，又恰逢工人春节休假，才导致补货不及时。不过，以中国强大的供应链能力和制造能力，当工厂全力开工生产，“人均冰墩墩”不难实现。据媒体报道，10万只毛绒版“冰墩墩”和18万只新款“冰墩墩”已经在路上了。借用最近流行的那句话，“你可以永远相信中国制造”。这不仅是“冰墩墩”防黄牛的底气，更是中国10多亿消费者和1.5亿市场主体的底气。



王有鑫

根据国家外汇管理局数据，2022年1月，我国外汇储备余额为32216.3亿美元，较2021年底下降285.3亿美元，环比下降0.88%，同比增长1.5%。1月外汇储备下滑，主要受美元指数升值和投资资产价格下跌等估值效应拖累，更多体现了账面价格变动。实际上，最近5年，我国外汇储备规模基本处于3万亿美元至3.25万亿美元区间，走势平稳，双向波动特征明显，反映出我国经济金融实力和韧性不断增强。

外汇储备是衡量一国经济与金融实力的重要指标，也是发达经济体看待我国金融风险的重要参考变量。保持合理规模的外汇储备，有利于提升国家信誉，调节国际收支，稳定人民币汇率，增强国际融资能力，抵御国际金融危机冲击。2017年以来，虽然我国先后遭受美联储启动“缩表”、贸易保护主义抬头、新冠肺炎疫情突发、全球金融震荡、供应链瓶颈等冲击，但外汇储备整体稳定增长，跨境资本保持净流入，人民币汇率双向波动，背后反映了我国经济金融实力不断增强，维护国家金融安全的能力不断提高，防控金融风险的水平不断提升。

外汇储备稳定增长，来源于我国制造业优势和产业链供应链的稳定顺畅运转。外汇储备的一个重要来源是贸易顺差和由此带来的外汇收入，而制造业出口是创造贸易顺差的重要基础。目前，我国制造业竞争力位居全球前列。我国制造业的强劲韧性成为疫情发生后经济复苏的一大亮点，对于稳定就业、推动工业生产和出口贸易回升发挥了重要作用。受疫情影响，海外订单和替代需求不断涌入我国，推动了我国贸易顺差快速增长，稳定了外汇供给。

外汇储备稳定增长，还来源于跨境资本对人民币资产的青睐。近年来，海外资本积极增持人民币资产，人民币投资和避险属性日益增强。这得益于人民币汇率市场化改革的不断推进和完善，使得人民币汇率中间价形成机制更加科学、透明、市场化，双向波动特征更加明显，远期、掉期、期权等汇率风险对冲工具不断丰富。同时，这也得益于我国金融市场开放和人民币国际化向纵深推进，沪深港通、中港基金互认、跨境理财通等双向互联互通机制陆续开通，为境外投资者进入我国市场提供了更多渠道和可能。特别是疫情暴发以来，我国经济率先企稳复苏，制度优势、经济韧性和发展潜力充分彰显，国内稳定的经济基本面、较高的资产回报率、日益深化的完善的多层次资本市场以及不断健全的产权保护机制，吸引了跨境资本不断流入，发挥了稳定外汇储备的作用。

目前，全球不稳定不确定因素仍然较多，贸易保护主义抬头，美联储货币政策紧缩预期升温，美债和美股波动性加大，对我国外汇储备经营带来一定挑战。不过，我国稳健的经济金融基本面将继续为外汇储备提供支撑，人民币汇率保持稳定波动，跨境资本持续流入，外汇储备经营管理水平不断提高，跨境资本流动宏观审慎政策框架日益完善，将有力地维护我国金融安全，确保外汇供求处于合理水平。

(作者系中国银行研究院高级研究员)

洞见

冰墩墩受追捧的启发

李国正 高峰

最近，北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”刷屏各大网络头条和朋友圈，获得了国内外消费者追捧。这一局面是多重因素共同作用的结果。“冰墩墩”以国宝大熊猫为原型，敦实精致，生动可爱。设计中体现的中国文化元素加上精妙的造型、工艺特质和产品质量等，都是“冰墩墩”火爆的基础。冬奥会开幕之际，媒体“种草”、运动员“安利”、居民参与等因素交互作用，使“冰墩墩”迅速火了起来。

“冰墩墩”等冰雪产品及衍生品的有关消费蕴含着深层次的经济逻辑，体现了我国居民消费的潜力和趋势。改革开放40多年来，我国经济发展取得了巨大成就，人均国内生产总值已经跨过1万美元大关，全民人均可支配收入超过3万元，居民消费能力得以较大提升。我国拥有全球最大的消费市场，14亿多的消费群体孕育着巨大的消费潜力。2021年我国社会消费品零售总额突破44万亿元，消费继续成为经济发展的第一拉动力。如今，人们日益增长的美好生活需要已经从物质文化层面拓展到健康、社交、娱乐、情感等领域，满足消费者多维度需求的消费模式渐成趋势。

当前，全球经济增长仍受疫情困扰，贸易保护主义抬头，国际形势严峻复杂，我国经济发展面临诸多挑战，消费在稳增长、构建新发展格局中的作用更加凸显。如何更有效激发居民消费潜力？“冰墩墩”火爆、冰雪消费蓬勃发展，给我们以重要启示：消费市场既需要培育、挖掘，更需要创造消费环境、消费条件和消费机会。

近年来，国家高度重视消费体制机制改革以激发居民消费潜力，在扩大消费规模、提高消费水平、改善消费结构等方面采取了许多有效举措。2021年7月，北京、上海、广州、天津、重庆五座城市率先获批开展国际消费中心城市培育建设。此外，各地也在促进消费升级、培育新型消费方面做了诸多探索。但是，也应看到，当前仍存在一些制约消费扩大和升级的体制机制障碍。例如，扩张城市规模、开发房地产等仍是有些地方拉动经济的首选。消费作用还没有得到充分发挥，促进消费的手段单一、

配套设施不完善等问题也比较突出。新阶段要更好地发挥消费对经济的拉动作用，需要在以下方面做出新的努力：加快打通制约消费特别是新型消费发展的堵点，补齐消费流通等短板，完善城乡融合消费网络，贯通生产、分配、流通、消费各环节；推进重点服务消费领域创新发展和相关政策制度改革，创新消费新业态和新模式，精准对接不同群体消费需求；推进消费中心城市培育，推动步行街高质量发展，开展智慧商圈、智慧商店示范建设，健全社区商业配套设施；推动居民数字素养培育，提升居民数字技能，扩大居民数字应用场景的参与度等。

(作者单位：北京工业大学)



以积极举措激活消费潜力

匡贤明

消费是我国经济平稳运行的重要动力。作为传统的消费旺季，2022年春节假期消费有多方面亮点，呈现出持续恢复的态势。与此同时，也需要拿出积极举措，把14亿人口的潜在消费能力有效激活释放出来，推动消费升级，促进经济平稳健康发展。

我国居民消费潜力仍然巨大，具有形成新消费热点的现实性。不过，消费潜力释放还面临多方面挑战。这需要落实中央经济工作会议精神，坚定实施扩大内需战略，以积极举措有效应对需求收缩的挑战。

2022年春节假期消费亮点颇多。比如，北京冬奥会的带动效应明显，冰雪消费这一消费升级新领域正在快速增长。数据显示，从农历除夕到正月初四，天猫滑雪装备销量同比增长超180%，冰上运动品类同比增长超300%。又如，免税购物高速增长。以海南为例，1月30日至2月5日，海南10家离岛免税店总销售额达到19.83亿元，同比增长144%。春节假期的有关消费情况，反映了消费正在持续恢复中，消费升级仍在进行。

出游出游人次同比减少2.0%，按可比口径恢复至2019年春节假期的73.9%；国内旅游收入同比减少3.9%，恢复至2019年春节假日同期的56.3%。应当说，两个恢复率都相对偏低。在旅游结构上，旅游市场仍以本地游、短途游为主，省内游、跨省游比例分别为78.3%、21.7%。又如，在网联平台支付交易方面，数据显示，1月31日至2月6日，全国非现金支付业务量及金额同比分别增长10.0%和16.2%，延续2021年春节以来主要节日持续下滑的趋势。

从虎年春节消费的特点看，一方面，我国居民消费潜力仍然巨大，具有形成新消费热点的现实性；另一方面，消费潜力释放还面临多方面挑战。这需要落实中央经济工作会议精神，坚定实施扩大内需战略，以积极举措有效应对需求收缩的挑战。

加注重疫情精准防控，减少对以聚集性和接触式特点的服务型消费的冲击，降低居民的预防性储蓄规模。

二是培育和激励冰雪消费等新型消费发展。当前，我国消费的“人、货、场”都处于快速升级中，蕴藏着巨大的新消费潜力，既包括新型消费的形成，也包括传统消费的升级。比如，北京冬奥会带来的冰雪运动及相关消费，已经对餐饮、旅游、住宿等行业带来了重要的带动作用。借类似的东风，加大政策支持力度，推动冰雪消费等新型消费常态化、大众化，推动消费结构快速修复并持续升级。在这方面，需要重点抓住数字技术与实体经济融合的趋势，为消费者带来更多新消费体验，推动形成新的产业。

三是加大新消费的基础设施建设。着眼于中长期消费热点的培育与壮大，以适应服务型消费的基础设施为重点，适度超前开展基础设施建设投资。所谓适度超前，就是在时间上适度提速、规模上适度扩大。比如，在推进城区充电桩建设的同时，也要加快推进农村充电桩体系建设，解决农村新能源汽车充电不便的问题，助力新能源汽车下乡。由此，既能扩大有效投资，又能形成消费释放的重要基础。

[作者系中国(海南)改革发展研究院经济研究中心研究员]

图① 2月8日，工人在江苏省启东市一家北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”特许生产商的车间里忙碌。

新华社记者 季春鹏摄

图② 2月13日，工人在检查刚刚从货车上卸下的“冰墩墩”毛绒玩具。当日，新一批2000只“冰墩墩”毛绒玩具抵达位于北京市顺义区的金马工业园仓库，将迅速投放市场，满足大众购买需求。

新华社记者 陈钟昊摄

图③ 2月8日晚，北京王府井商业街，工美大厦北京2022官方特许商品旗舰店外，市民们正在排队等待购买“冰墩墩”“雪容融”等冬奥纪念品。

胡庆明摄(中经视觉)