

一季度经济形势分析 ①

□ 关利欣

消费市场持续回升

作为全面贯彻党的二十大精神开局之年的首个季度,同时也是防疫政策调整后的首个季度,一季度经济形势备受关注。本报即日起推出“一季度经济形势分析”系列报道,选取消费、投资、外贸等方面的数据,研判经济复苏进度与成效。

随着疫情防控政策优化,生产生活秩序逐步恢复,今年一季度消费市场加速回暖。3月份,全国服务业商务活动指数为56.9%,比上月上升1.3个百分点;零售业景气指数为50.6%,持续回升;中国物流业景气指数为55.5%,较上月回升5.4个百分点……各地各部门将恢复和扩大消费摆在优先位置,我国消费市场潜力有望加速释放。

需求集中释放

今年以来,各地因地制宜开展了丰富多彩的促消费活动,步行街、商圈客流量明显增加,消费需求集中释放。据商务部监测,春节期间全国重点零售和餐饮企业销售额与去年同期相比增长6.8%。1月至2月,全国社会消费品零售总额7.7万亿元,同比增长3.5%,除汽车以外的消费品零售额增长5%。

冰雪、文娱、健身、旅游等消费场景创新带动服务消费迅速回升,沉浸式、体验式、互动式消费受到欢迎。餐饮、旅游、电影市场人气旺盛。1月至2月,全国餐饮收入同比增长9.2%,北京一些老字号餐饮企业顾客盈门,收入增长20%以上。一季度全国电影票房收入同比增长13.5%,海南等地的旅游收入增长20%以上。据中国演出行业协会统计,一季度全国演出市场快速升温,营业性演出(不含娱乐场所演出)场次较去年同比增长95.4%。服务消费加快恢复有效激发了消费市场活力。

当前,我国人均GDP超过1.2万美元,正处于消费结构快速升级阶段,品质消费需求不断增加。1月至2月,限额以上单位化妆品、金银珠宝、家具等升级类商品零售额同比分别增长3.8%、5.9%和5.2%;消费品进口额增长2%左右。一季度,海南离岛免税销售额达169亿元,同比增长18%。高品质、国际化消费需求旺盛彰显消费市场潜力。

随着数字化水平不断提升,消费新业态、新模式不断涌现,直播带货、智能货柜、即时零售等新型消费迅速普及,线上线下加快融合发展。1月至2月,全国网上零售额超过2万亿元,同比增长6.2%。其中,实物商品网上零售额达到1.7万亿元,同比增长5.3%,占社会消费品零售总额的比重为22.7%,比上年同期提高0.7个百分点;快递业务量达到164亿件,同比增长4.6%。新型消费较快增长有效带动了消费市场整体增速提升。

县域商业体系建设稳步推进,县乡电商、物流等新型消费基础设施和服务保障能力不断完善,助力乡村消费增速稳中有升。1月至2月,城镇消费品零售额同比增长3.4%。乡村消费品零售额同比增长4.5%。近年来,乡村消费增速高于城镇,且消费增长的波动幅度小于城镇,城乡融合发展推动城乡消费同步恢复。

政策措施发力

今年以来,各地各部门加快落实各项促消费政策措施,着力恢复和扩大消费。

在增强消费能力方面,国家发展改革委提出,将从恢复和扩大消费、扩大有效投资等5方面扩内需,多渠道增加城乡居民收入,特别是提高中低收入居民的消费能力。湖北省印发《2023年湖北省“稳预期、扩内需、促消费”工作方案》,提出通过稳岗促就业、聚力促发展、改革促增收,力争全年城镇新增就业70万人以上。

四川、天津等地印发“十四五”扩大内需规划或实施方案,提出扎实推动共同富裕,厚植内需发展潜力,增加城乡居民可支配收入。此外,北京、浙江、青海等地发放消费券,促进绿色智能商品、餐饮、旅游等消费。

在改善消费条件方面,商务部结合“消费提振年”,将酝酿出台新能源汽车下乡、绿色智能家电下乡和以旧换新等新举措。工信部将研究和明确新能源汽车购置税、车船税、牌照等有关支持政策,适时开展智能网联汽车准入试点工作。广州等5城积极推进国际消费中心城市试点建设,着力优化消费空间品质,提高中心辐射能级,提升消费国际化水平。山东、上海、福建等地发布扩大内需行动计划,扩大消费若干措施或行动方案,积极优化消费环境、提升商业空间品质、部署开展促消费活动,促进城乡消费提质升级。

在创新消费场景方面,商务部组织启动百城联动汽车节、中华美食荟等重点活动,推出绿色美育、美丽时尚、品质生活等消费场景,并指导各地组织举办丰富多彩的促消费活动。北京、天津、河北三地携手打造京津冀消费季,创新推出兼具国际范、中国潮、烟火气的标志性消费活动。重庆、成都成立成渝双城消费服务联盟,联动举办成渝双城消费节等主题消费促进活动。南京市举办家装节、美妆节、茶文化节等春日消费盛宴,并上线“南京消费地图”,为消费者推选100个特色消费新场景。杭州市举办“浙里来消费·2023消费提振年”活动并发布行动计划,为激活和扩大消费注入新的活力。

潜力持续发挥

随着居民消费信心逐步恢复,促消费相关政策持续发力,消费供给创新加快,我国消费潜力将持续发挥,消费对经济增长的基础性作用将更加稳固。

从供给端看,农业保持平稳、工业增长加快、服务业强势复苏,生产改善为消费供给增长奠定了基础,创新步伐加快为提升供给质量创造了条件。数实融合深入发展将推动传统制造业和服务业转型升级,新产业、新产品、新服务加快创新,为消费市场创造更多的有效供给和消费场景。产品和服务标准体系逐步健全,自主品牌竞争力和影响力不断增强,将进一步提升消费供给质量。以县城为重要载体的城镇化建设、城镇老旧小区改造,以及农业农村现代化建设加快推进,将进一步完善城乡流通和消费基础设施,持续改善消费条件。

从需求端看,聚焦稳就业、保市场主体、支持民营经济、加强民生保障等政策持续发力,有助于稳定就业预期和收入预期,提振消费信心。完善分配格局、推动共同富裕等政策实施,将拓宽市场化、社会化就业渠道,更好支持高校毕业生、农民工等重点群体就业,促进中小企业和个体工商户稳定经营、持续增收,支持勤劳致富,实现居民人均可支配收入实际增长和经济增长基本同步,进一步增强居民消费能力。

随着经济发展和居民收入持续增长,消费向多样化、个性化、品质化升级的趋势仍将持续,服务消费、新型消费、绿色消费等需求潜力将逐步释放。我国消费规模将持续扩大、人民生活品质将稳步提升,消费对经济循环的牵引带动作用也将进一步增强。

(作者系商务部研究院流通与消费研究所研究员)



4月9日,安徽省安庆市宿松县属农垦华阳河农场,一台装有北斗终端的卫星平地机对合并的耕地进行平整作业。近年来,该农场充分利用现代农业科技,推进小田并大田工作,推动大面积机械化、规模化生产,提高农业生产效率。
李 龙摄(中经视觉)

本版编辑 辛自强 美 编 高 妍



链接

海南旅游快速复苏

本报记者 潘世鹏

精心种植的山兰梯田错落有致,火山石堆砌而成的展馆别具格调,椰子漂洋过海来到海南的故事在椰子日记5D主题馆里缓缓展开……在位于海南儋州的嘉禾共享农庄,每天前来旅游度假的游客络绎不绝,节假日期间更是“一房难求”。

“今年以来,农庄旅游快速升温。农历正月初一到正月十五,农庄接待游客15.2万人次。随着自贸港建设的深入,我们对未来发展充满信心。”谈起农庄经营,嘉禾共享农庄创始人周金枝信心满满。

从三亚的阳光沙滩到儋州的花花岛,从海口国际免税城到海南热带雨林国家公园,从万宁的冲浪运动基地到昌江的春赏木棉花活动,今年一季度,海南全省预计接待游客2680万人次,同比增长20.2%;实现旅游总收入530亿元,同比增长25%。

为助力旅游消费复苏升温,海南自2022年下半年开始,就发放了5300万元旅游消费券,策划举办了上百场旅游宣传活动,引导鼓励全省景区、酒店、旅游综合体、免税店等经营主体推出丰富的产品套餐,全力以赴扩大旅游消费。围绕国际旅游消费中心建设,海南今年还针对文旅企业,用好

用足“琼旅保贷”10亿元银行贷款额度支持;精准开展旅游宣传营销,助力高端购物、医疗、教育境外消费回流;围绕全域旅游、生态旅游、环岛旅游公路驿站等旅游项目开展重点招商活动。

今年以来,通过重点面向旅游人群推出限时闪购、主题购等系列促销举措,离岛免税店人气快速恢复,消费需求加速回暖。1月份至2月份,离岛免税店总销售额148.35亿元,同比增长15%,预计带动社会消费品零售总额实现446亿元、同比增长6.6%。

“2023年春节海南已实现了旅游市场的快速复苏,游客人次和旅游市场收入恢复态势明显。”海南省旅游和文化广电体育厅副厅长杨新利介绍,为加快市场恢复、拉动旅游消费,海南省政府办公厅印发了《关于促进海南文体旅活动恢复振兴的若干措施》,设立总规模1.1亿元的文体专项奖补资金,加大政府购买服务力度,通过拿出能促进海南文化展演、体育赛事、会展活动快速复苏和市场急需的“干货”,文体会展市场展现了“天天有演出、周周有赛事、月月有会展”的活力。

基于用工管理

权,公司可依法对劳动者个人信息进行收集处理,但是有明确边界。员工对于用人单位处理个人信息的行为,不仅拥有充分的知情权,而且享有撤回同意的自决权。

李万祥

近日,北京市第二中级人民法院公布的一则劳动争议案件中,为了证明员工违反公司规定,某公司提交了该员工与公司同事的微信聊天记录作为证据。结果,因该证据构成对员工个人信息的不当使用,并未被法院采信。该案例提醒用人单位依法处理用工管理权与劳动者个人信息保护权益的关系,不能任性而为。

公司有管人用的规章制度,员工有个人信息受保护的合法权益。不管是手机里的短信以及通讯录,还是办公电脑里的网络聊天记录等,都属于员工的隐私信息,依法受保护。基于用工管理权,公司可依法对劳动者个人信息进行收集处理,但是有明确边界。员工对于用人单位处理个人信息的行为,不仅拥有充分的知情权,而且享有撤回同意的自决权。这是用人单位信息处理的合法性基础。

根据个人信息保护法规定,处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。一方面,用人单位收集劳动者个人信息时,需明确告知劳动者收集信息的目的、原因及收集范围。比如,为支付工资需员工提供身份证、银行卡号等信息。另一方面,信息收集后,员工个人信息不能随意用于其他用途。如果用人单位要将个人信息“挪作他用”,超出正常工作需要,需依法另外获得劳动者明示同意。

大数据时代,海量信息纵横交错,很容易刺穿个人信息保护罩。在劳动关系中,用人单位处于优势地位,与劳动者信息关系并不完全对等。法律对用人单位的信息收集并非鼓励“多多益善”,而是应遵循“点到为止”。然而,为加强管理方便,有的公司在个人信息收集处理方面“动手脚”,甚至过度收集,如监控办公电脑、监听工作手机、GPS跟踪等。这种行为不仅侵害了劳动者的个人信息权益,更是对劳动者隐私权的侵害。劳动者对用人单位一定程度上的信任,容易降低对个人信息保护的警惕性,要发现用人单位侵权行为并不容易,想要举证则难上加难。

保障劳动者个人信息权益,首先要加强用人单位依法合规管理。从成本最小化的实际出发,尽量用较少的数据实现管理目的。作为劳动者个人信息数据的掌控者,用人单位应当通过完善规章制度,堵塞管理漏洞,自觉将法律规定落实到公司管理中。其次要细化劳动者个人信息保护的规定,最大程度降低个人信息泄露的可能性,加强劳动保障监督执法,畅通投诉渠道。再次要增强劳动者个人信息保护意识。一旦发现个人信息权受侵犯,劳动者可及时与用人单位沟通。发生有关劳动争议纠纷,劳动者有权要求用人单位停止侵害行为。

“随心飞”返场热度不减

本报记者 郎竞宁

“随心飞”又回来了。春秋航空3月24日推出“想飞就飞5.0全国版”,商品上架当天下午,官网就发布紧急通知,称因为系统过于繁忙,产品购买入口暂时关闭。3月29日,南方航空因“随心飞”类产品兑换过于集中,导致APP系统崩溃而无法登录。“随心飞”再次返场,热度不减。

疫情期间,“随心飞”类产品为航空公司回笼资金、缓解现金流压力、保持航班有序运转起到了积极作用。此前有观点认为,“随心飞”作为疫情期间民航市场的过渡性产品,会随着市场的逐步恢复而退出。如今,为何它又重新出现在人们的视野?

“乙类乙管”政策实施以来,恰逢春运旺季,叠加旅游市场复苏,民航业得以迅速恢复。但相较于国内航班的持续加密,国际航班的恢复过程则较为漫长。民航新型智库专家韩涛分析称,很多航空公司把原本飞洲际航线的宽体客机投入到了国内航线上,导致了运力供给大量增加。此时推出“随心飞”产品,能拓展客源,提高上座率,缓解运力过剩的问题。

3月26日,民航正式开启了夏秋航季。国内

航空市场计划执行航班的大规模恢复,也在一定程度上增加了运力供给。从需求层面看,每年的3月份、4月份及11月份、12月份,是民航传统淡季,在高铁等运输方式竞争下,为争取到更多旅客,航空公司往往会通过出售价格低廉的“随心飞”产品,刺激价格敏感人群,吸引潜在旅客,进而增加上座率,提升收入。

不过,随着“随心飞”系列产品发售量的增加,不少旅客发现航班放出名额有限,部分航线存在兑换难、临时取消等情况。对此,民航局要求相关航空公司在多个方面做出改进,包括明确或优化产品的使用规则、加强信息告知、完善后续的消费者服务保障措施等。

为此,不少航空公司对产品服务进行了改进。春秋航空相关负责人表示,旗下“想飞就飞”系列产品推出了“未回本退差价”原则,即无论用户是否兑换,只要用户乘机金额没回本,可以随时退还余款。此外,针对热门航线兑换难的问题,也相应推出“候补预约”服务,当用户想要的航班已无余位,可以使用此项服务,当航班限额调整或有人退票出现空余座位,系统将为用户自动兑换出票。“目前已有数以万计的用户通过候补系统兑换到了热门航线

机票,这项服务既最大限度满足乘客需要,也避免了黄牛倒票产生的座位资源浪费。”该负责人表示。

也有细心的消费者发现,每年航空公司在机票兑换规则上都有所变化。旅客赵茜曾多次购买某航空公司“随心飞”系列产品,据她观察,“今年的风险提示更细化,比如之前兑票后取消不收取任何费用,今年规则里提到还要再扣除20元”。

尽管“随心飞”产品价格诱人,但如果服务质量和消费体验跟不上,很容易激起消费者的不满情绪甚至引发纠纷。广州民航职业技术学院副教授慕琦表示,“随心飞”属于预售权益类产品,任何权益类产品本身都有一些相关限制或使用条件,并不是说权益一定能够变现。实际上,任何航空公司的“随心飞”产品都会面向特定的目标画像客群。用户能不能买到航空公司的“羊毛”,要看旅客自身实际需求。慕琦建议,旅客在购买相关产品前最好全面了解兑换规则,并与自己真实需求进行对比和绑定,没必要“为了飞而飞”。同时,航空公司也应不断总结经验,推出更适合市场、更满足旅客期待的“随心飞”产品。