

多措并举扩大消费②

# 大宗商品支撑效果明显

## 智慧建造更宜居

本报记者 杨阳腾

住房问题既是民生问题又是发展问题。如何让新市民、青年人住得起、住得好、留下来、发展好，事关城市活力和竞争力。为此，深圳把解决新市民、青年人等群体住房困难问题提上重要议程。为进一步加大住房保障力度，深圳还对住房发展“十四五”规划作出调整，将原来规划的建设和筹集保障性住房54万套(间)的目标，调整为不少于74万套(间)，大幅增加的20万套(间)均为保障性租赁住房。

目标如何达成?为进一步完善住房保障体系,8月1日起,备受关注的《深圳市公共租赁住房管理办法》《深圳市保障性租赁住房管理办法》《深圳市共有产权住房管理办法》《深圳市保障性住房规划建设管理办法》四个办法正式实施,将住房保障体系与国家住房保障体系全面衔接,保障各类住房困难居民住有所居。

面对紧缺的土地资源,为有效筹集住房用地,保障建设进度,深圳提出保障性住房“跟着产业园区走、跟着大型机构走、跟着轨道交通走、跟着盘活资源走”的“四跟”发展战略,全力开展“六类十五种”渠道建设筹集工作,以国有企事业单位利用自有存量土地建设保障性租赁住房、城中村保障性住房规模化品质化改造提升、“工业上楼”配建保障性住房各渠道为主要

发力点,形成多渠道建设筹集、多主体供应模式。

住有所居的同时,还应住有宜居。深圳在加快建设步伐的同时,还对住房建设与设计标准提出明确要求:户型设计考虑居住需求多样性,努力实现“美而精、精而实”;建造技术全面采用装配式建筑,推广智能建造、装配式装修、绿色建材和集成化模块化建筑部品,打造“绿色、健康、智能”的新一代成品住宅。

如今,深圳智慧建造模式已广泛应用在各保障性住房项目中。深圳市南山区高新公寓项目是目前已封顶的全国最高的装配式住宅,建成后面向周边新兴产业青年从业群体提供保障性住房。中建三局集团(深圳)有限公司高新公寓项目总工程师马得山介绍,项目已进入精装修阶段,即将竣工。项目运用了测量机器人等新技术保障施工质量,并基于风洞试验模拟对建筑结构刚度进行了优化,有效保证了居住品质。

目前,深圳住房保障工作正在加快推进。根据《深圳市住房发展2023年度实施计划》,今年计划建设筹集保障性住房18.5万套(间),供应分配保障性住房6.5万套(间)。截至7月底,深圳已供应分配保障性住房3.4万套(间),完成率52.3%,达到计划目标进度,年底前将完成全年目标任务。

## 汽车市场加速跑

本报记者 谢瑶

绚丽的新车、涌动的人流、丰富的活动……近日,湖南长沙启动“百乡千村”新能源汽车消费季系列活动,将在长沙县、浏阳市、宁乡市开展3场新能源汽车巡展,涵盖新能源汽车品牌惠民促销、新能源汽车配套服务、新能源汽车演示体验等。

“在上半年的汽车促消费活动中,长沙发放7000万元政府消费券撬动汽车消费金额26亿元,带动汽车销售同比增长12%。”长沙市商务局党组书记、局长郑平介绍,在汽车促消费活动的推动下,长沙汽车消费实现两位数增长,其中5月份新能源汽车零售额增长90.6%,拉动汽车类商品零售额增长13.1个百分点。延续上半年汽车消费热度,本次“百乡千村”新能源汽车消费季系列活动将持续至9月30日,并发布相关补贴政策,7月17日至9月30日期间在长沙市内购买家用燃油车、新能源乘用车的个人消费者,最高可获得6000元补贴。

汽车消费体量大、潜力足,产业带动作用强,是提振消费的重要抓手。今年以来,湖南推出系列促进汽车消费政策,接连开展新能源汽车推广和汽车促销活动,通过政策红利、促销活动等多重加持,多方合力,带动汽车消费“跑”起来。

湖南省商务厅联合湖南省财政厅下发《落实“稳增长”20条进一步恢复和扩大消费若干政策措施》,整合资源投入2亿元以上财政资金,支持汽车、家电、家居、餐饮等重点领域促消费,释放消费潜力;湖南省机关事务管理局等5部门日前发布《湖南省行政事业单位大力推广新能源汽车的具体措施》,推进湖南全省行政事业单位新能源汽车推广应用。同时,湖南各市州开展汽车促销补贴活动,发放各类汽车补贴资金近9000万元,全省超20000人申领补贴,带动购车交易超40亿元。

为激活汽车市场活力,升级消费者购车品质和服务,湖南还利用假期开展汽车展会活动。比如,“五一”假期,2023湖南汽车展览会举办。6万平方米的展区面积汇集了100余个品牌的600多辆车,不少参展品牌更是携旗下全系车型集中亮相,品牌数量、首发新车刷新纪录。据不完全统计,6天展会期间,吸引近80万名市民观展,订车、卖车数达3.245万辆,销售金额达70.19亿元,比上届展览增长7.72%。

湖南省商务厅相关负责人表示,今年1月至6月,湖南全省实现社会消费品零售总额9622.22亿元,同比增长6.6%,其中,新能源汽车类商品零售额同比增长57.3%,带动汽车制造业增加值增长44.3%。

## 绿色家居受欢迎

本报记者 梁婧

8月,太原家居消费市场火热。近日,记者在山西省太原市居然之家、黎氏阁、雅阁瑞普等多个家居卖场发现,众多品牌都加入了旺季促销大战。太原红星美凯龙品牌负责人范学翰告诉记者,这段时间以来,市场人气明显旺了,特别是周末2天,导购员忙得嗓子冒烟。“之前积压的家居消费需求正在快速释放。”范学翰说。

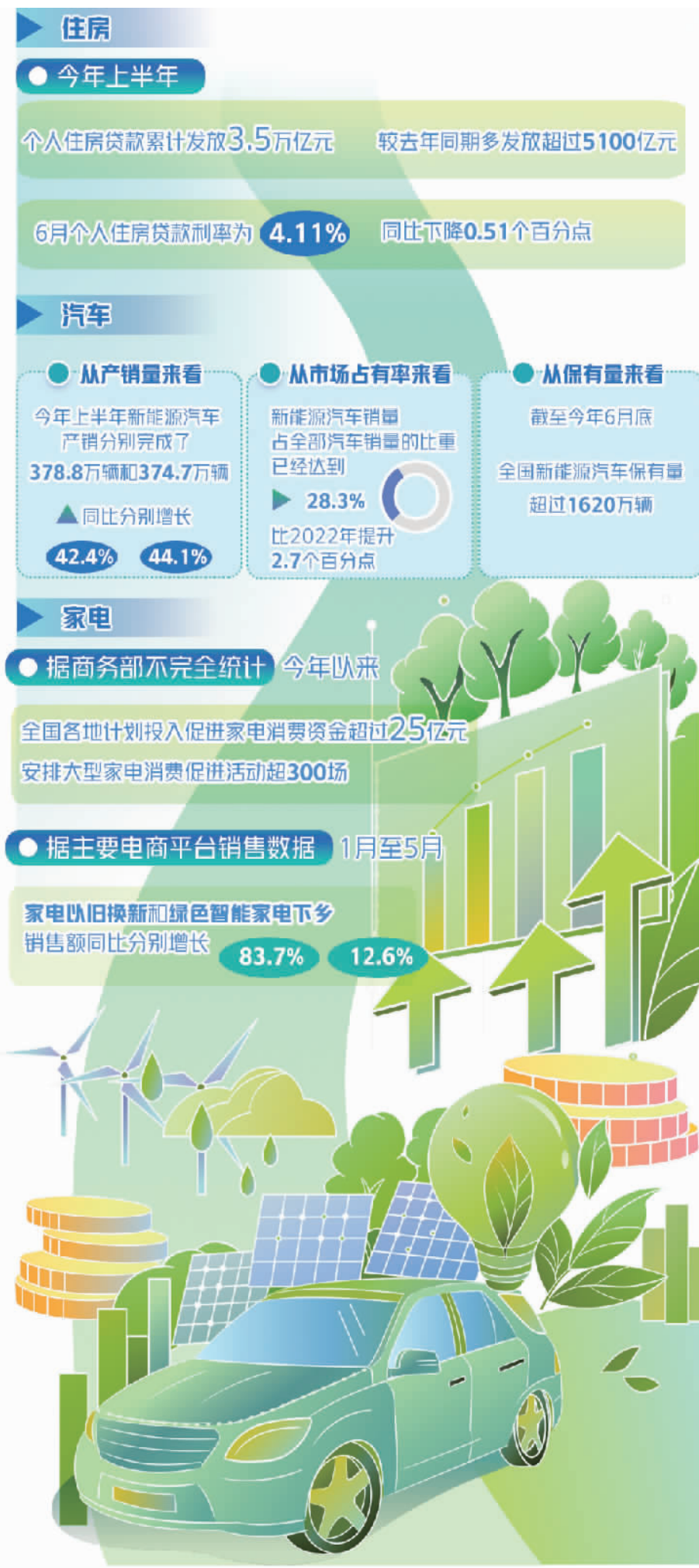
市场回暖,客流、销售成单等核心数据也增长显著。山西本土品牌奇美家居负责人李旗表示,今年以来,奇美家居销售业绩迅猛复苏,销售业绩上涨了30%。特别是随着绿色消费理念逐渐深入人心,绿色家居产品受到更多消费者的欢迎。家居产品的品质、健康、环保都是受欢迎的关键。

市场增量源于需求的增多。在太原,老旧小区改造和住宅适老化改造牵动千家万户,也是家居产业的重要目标市场。据了解,太原老旧小区有3000多个,小区改造正在如火如荼地进行中,新生的消费市场随之壮大。商务部日前发布的《关于促进家居消费若干措施的通知》为太原家居消费提供了有利启示。《通知》提到要打好政策组合拳,促进家居消费的政策要与老旧小区改造、住宅适老化改造、便民生活圈建设、完善废旧物资回收网络等政策衔接配合、协同发力,形成

促消费的合力。这既迎合了当下的新消费需求,又可缓解消费者的支出压力。

家居消费火爆离不开政策红利。今年以来,山西省商务厅联合相关厅局,以家电、家具、家装、建材等消费为重点,组织开展系列活动。活动概括为“1+3+N”,即“幸福暖家”1条主线,“夏日有行、金秋有惠、冬日有礼”3个分主题,N场促消费活动,山西将重点推进29场活动。据了解,促消费活动由山西省零售商业协会、山西省家电行业服务协会以及各大家居零售企业、家具品牌商、电器品牌商等承办,以绿色智能家电消费、家电以旧换新、家居进社区进农村进百县为内容,以家居节、年货节、厨房电器美食节、智能家居体验季、软装装饰节为载体,顺应数字家庭发展趋势,探索家电、家居一体化融合消费。目前,不少相关企业已围绕“家场景”,在步行街、商圈、一刻钟便民生活圈开设体验馆,开展新店首秀新品首发等,从多维度提升消费体验。

记者在采访中发现,不少家居企业都将无甲醛、无异味作为产品的卖点,一些商家还推出了具有空气净化功能的“负离子”“净醛”产品,顺应家居消费健康、新智慧、集成化、多场景的新趋势。越来越多的企业在国家绿色政策和绿色消费市场的双引擎驱动下坚持绿色发展,为消费者带来更健康、更便捷、更智能的消费体验。



加强逆周期调节,结构性货币政策工具的精准导向作用不可或缺。中国人民银行近日发布的报告显示,截至6月末,我国结构性货币政策工具余额6.9万亿元,约占央行总资产的16%,与欧元区、英国和日本等相似金融体系基本处于同一水平,将持续支持重点领域和薄弱环节。

在实体经济恢复发展面临困难之时,货币金融支持不能只“撒胡椒面”,更要靶向发力。近年来,中国人民银行创设了一系列结构性货币政策工具。结构性货币政策工具兼具总量调节和结构性调节双重功能,通过结构性政策功能能够实现精准滴灌的效果,同时又能对总量调控做出贡献。一系列结构性政策工具的落地,有效引导了金融活水向重点企业、薄弱环节倾斜,精准惠及实体经济,为经营主体发展提供了助力。

结构性货币政策工具优先用于最需银行资金支持的地方,应不断调整和完善结构性货币政策工具体系。一方面,要看到经济运行中较为突出的结构性矛盾。比如,小微企业往往面临融资难融资贵的问题,人民银行为此创设了多项结构性工具,既有再贷款、再贴现等长期性工具,又有普惠小微贷款支持工具等阶段性工具。另一方面,要致力于提升金融机构对特定领域金融服务的意愿和能力。比如,金融机构支持绿色低碳、科技创新等领域,仍面临较高的绿色溢价和风险溢价,人民银行为此创设碳减排支持工具、科技创新再贷款等予以撬动引导。值得注意的是,由于这两方面因素可能随着经济发展、政策引导而发生变化,多数结构性工具都是阶段性工具。

结构性货币政策工具应努力把握好“进”“退”两方面的平衡,在激励和引导金融机构优化信贷资源配置方面继续发挥积极作用。“进”的方面主要是将总量维持在合理水平。首先,持续支持普惠金融。小微企业是经济活力的体现,需要持续稳对小微等普惠金融的支持力度。其次,继续支持绿色低碳、科技创新等领域发展。绿色和科创是经济增长动能的着力点,需要有效加大融资支持力度。再次,支持房地产市场平稳运行。精准施策,满足房地产行业合理融资需求,助力稳定消费、投资和宏观经济大盘。

“退”的方面要注重稳妥有序。结构性工具到期时,中国人民银行将对其进行评估。有的工具实现了预期目标,就会按期退出。例如,2020年初增加的用于支持抗疫保供和复工复产的3000亿元、5000亿元再贷款额度,已于2020年6月末到期退出。有的工具到期后通过存量资金适当展期使用实现“缓退坡”。2022年设立的科技创新再贷款、设备更新改造专项再贷款、交通物流专项再贷款等工具,今年以来面临陆续到期情况,这些工具退出后,存量资金可展期,最长可使用3年至5年,最大限度实现“缓退坡”。对于仍有必要支持或需要持续支持的领域,如普惠金融、绿色低碳发展等领域,中国人民银行将延续实施相关工具。

接下来,结构性货币政策工具将进一步聚焦点、合理适度、有进有退,根据经济金融形势需要调整优化,持续引导金融机构加大对重点领域和薄弱环节的支持力度,更好服务经济高质量发展。

# 人工智能生成内容版权该归谁

中国经济网记者 董家朋

目前,市场上有大量人工智能软件的平台,生成文字、图像、音频和视频等内容,并通过互联网渠道分发,用户有时难以分辨内容是由自然人创作完成的还是由人工智能生成的。一个不容忽视的问题也随之浮出水面:谁拥有人工智能生成内容的版权?这一问题涉及知识产权保护、创作者权益以及法律法规等多个方面。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁表示,目前大多数人工智能生成内容是AI工具在人类智力劳动参与下生成的,如果具有独创性,就可以构成著作权法保护的作品。著作权法保护的是人类的智力劳动成果,因此人工智能生成内容的版权应当归属于对该作品生成具有贡献的主体,可能是软件开发者、所有者或者使用者(用户)。具体可以通过合同约定,比如约定归属于付费用户,软件开发者或者所有者享有一定的使用权;或者约定归属于软件开发者或者所有者,付费用户享有一定的使用权。在没有合同约定的情况下,应当根据在作品生成过程中投入的创作程度来判断谁是作者,从而达到鼓励创新的目。

由国家网信办等7部门联合发布的《生成式人工智能服务管理暂行办法》已施行,其中第七条规定,提供者应当对生成式人工智能产品的预训练数据、优化训练数据来源的合法性负责。用于生成式人工智能产品的预训练、优化训练数据,不应含有侵犯知识产权的内容。

中国音像与数字出版协会理事宛楠认为,人工智能生成有3种路径:完全由人工智能独立生成,自然人辅助生成和按自然人指令生成。只有最后一种方式能够成为作品,并且还要考虑自然人指令是否有足够的“独创性”,才能被认定为智力成果。“目前各国均未授予人工智能民事主体资格,著作权法保护的客体是作品,单纯的人工智能生成内容并非著作权法意义上的作品。设立知识产权制度的目的是保护和激励创新,而生成式人工智能是一种前沿创新手段,可能需要行政力量进行监管。《生成式人工智能服务管理暂行办法》的实施还需进一步确定具体细则。同时,人工智能还可能涉及侵犯公民肖像、声音等其他权利,因此相关的立法工作计划中应充分考虑对人工智能的约束范围。”宛楠表示。

对于人工智能生成内容的版权问题,创作者群体也非常关注。AI创作者、北京元一畅享首席运营官李楠认为,AI绘画是一种辅助工具,为创造力的扩展提供了新的可能。“现在的矛盾是新的技术影响了原有的绘画和艺术价值体系,有些艺术家在自己的风格创作被人工智能分析和学习后,感到自己的作品被剽窃了。期望未来有一个更细致的创作权归属界定。”李楠说。

记者致电中国版权保护中心电话客服了解到,中国版权保护中心现已全面实施线上作品

版权登记。在发生纠纷时,著作权登记可以作为证据证明著作权的存在。以图像作品登记为例,利用非人工智能类软件创作的图像,通过线上审查后,就可以完成著作权登记。但是,对于人工智能类软件生成的图像,目前是不予登记的。

据了解,我国的著作权登记制度采用自愿登记制,办理著作权登记并不意味着享有著作权。如果在著作权登记过程中,没有说明或隐瞒是由人工智能生成的,即使完成了著作权登记,在发生争议时法院也依然会继续对著作权的问题进行审查,因此登记证书上登记的作者并不必然是作品的实际作者,最终以司法判决结果为准。

百度法律研究中心主任陈晨表示,目前,我国著作权法对人工智能生成内容和研发人员的权利保护均处于空白地带,建议将人工智能生成内容具体独创性内容的部分纳入著作权法保护范围。“在内容生成过程中,人工智能所做的已经不仅仅是对信息的抓取和整合,而是能够独立抓取相关素材并以一定的创造性方式重新表达,其实质是应用算法、规则和模板的结果,体现的是开发者的思想与脑力劳动,人类能够通过喂数据、调规则等个性化的方式生成具有独创性和可复制性的内容,满足了作品‘可版权性’的要求。随着人工智能的发展和普及,人的创作方式会发生本质的变化。”陈晨表示。