

每周经济观察

促进数据要素赋能经济增长

挖掘经济增长的新动能,是做好今年经济工作的重点任务之一。相较于传统经济业态,数据要素市场的加速发展,正成为最有

可能孕育出发展新动能的领域。当前,世界各国都高度重视数字经济。作为全球最大的实时数据生产国,我国在数字经济的发展上具有显著优势。调查显示,我国有12亿人平均每天移动端上网时长约7小时,这意味着仅消费端数据时长每天可达80亿小时;在生产端,我国拥有全球最大的制造业体系,随着实体经济“上云用数”步伐加快,每天来自生产端的数据也是全球最多的。此外,智慧城市运行也大量产生着城市活动数据,这些共同构筑起我国数字经济发展的根基。

作为新型生产要素,数据是价值创造的重要源泉,而构建以数据为核心要素的数字经济,则是释放数据价值的关键动力。近年来,我国数字经济顺势而为、乘势而上,取得了令人瞩目的成绩。随着数据价值日益凸显,加快数据要素化,让数据要素进入社会化大生产并发挥出赋能千行百业的乘数效应,将是推动数字经济高质量发展的新抓手。

为此,国家数据局等部门近期印发了

从长远看,更好地释放数据要素价值,促进数据要素赋能经济增长,将有助于加快新质生产力培育,成为推动我国经济高质量发展的长期动能。

《“数据要素×”三年行动计划(2024—2026年)》《数字经济促进共同富裕实施方案》等多份重磅文件,提出要“让沉睡的数据‘活起来’‘动起来’”,挖掘拓展数据要素在典型领域的应用场景,并以此为牵引推动数据要素供给与流通使用,加快弥合“数字鸿沟”,以数字经济的高质量发展,推动数据要素的价值实现和数字红利的持续释放。

事实上,我国早在2015年就提出了“互联网+”行动。为何此前的互联网是“+”,而如今的数字经济却变成了“×”?这与数据要素的特点是分不开的。众所周知,数据要素具有多场景重复使用的能力,一组数可以在多次复用中不断挖掘出新价值,促进多元化业务扩张,支撑生态链条生长。推动“数据要素×”行动,就是要通过推动数据在不同场景、不同

领域的重复使用,孕育新产品新服务,创造新兴产业新模式,在提升资源配置效率的基础上培育新动能,实现对经济发展的倍增效应。

尽管数字经济未来发展潜力巨大,但在推进数据要素市场化进程中,要稳妥处理好公共数据的开放共享与资源化开发利用的问题。我国公共数据具有体量大、质量好、结构优的特点,但也存在开放共享不够、数据利用效率不高等短板,同时数据在开发利用中还面临隐私保护等难题,仍有待从法律上寻求突破。为此,要加快完善公共数据开放共享及开发利用的体制机制,进一步拓展公共数据利用的新场景新用途,促进公共数据要素价值最大化。

作为数字经济的重要基础设施,数据要素市场建设有待优化提升。从全国看,虽然各地建设数据交易所的热情高涨,但国际上尚无通

行做法可以借鉴,国内数据交易量目前还十分有限。正因为如此,要强化顶层设计和实践探索的有机结合与良性互动,一方面,要鼓励各地区各部门先行先试、大胆探索,积极探索适应不同行业不同领域的数据要素市场化配置模式。另一方面,要在尊重数字经济发展规律的基础上,加快形成符合我国数据要素市场特点、科学合理高效的数据基础制度体系。

今年是实现“十四五”规划目标的关键一年。按照“十四五”规划要求,到2025年,我国数字经济核心产业增加值占GDP比重要从7.8%增长到10%,未来两年数字经济将迎来广阔发展空间。从长远看,更好地释放数据要素价值,促进数据要素赋能经济增长,将有助于加快新质生产力培育,成为推动我国经济高质量发展的长期动能。



魏琪嘉

国务院办公厅不久前转发国家发展改革委《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》。其中提到,将选择试点城市开展社区嵌入式服务设施建设,进一步实现居民就近就便享有优质普惠服务。方案的一个亮点,是以社区为单位推进优质公共服务便利化、精准化、规模化。把公共服务资源有效嵌入社区,有助于打通优质服务进社区的“最后一公里”,同时也是集社会效益和经济效益于一体的便民举措。

从社会效益看,开展社区嵌入式服务设施建设,提升公共服务精准性和有效性的创新举措。社区是城市治理的基本单元,社区公共服务水平直接决定了人民群众对公共服务的获得感和满意度。当前,公共服务供给总量不断提高,面临的矛盾很大程度上是结构方面的,破解难题首先是提升群众所需所盼的公共服务便利化程度。以托育、养老、家政为例,以社区为中心,服务半径覆盖一定范围,加之完善的设施配套和管理,就能有效解决难题,降低养老托育等相关成本。

从经济效益看,开展社区嵌入式服务设施建设,也是精准扩大有效投资的一条重要路径。有效投资关键在精准,解决群众急难愁盼的“关键小事”。《城市社区嵌入式服务设施建设工程实施方案》的落实,也是对社区相关设施短板和短板的一次摸底,针对问题集中有效资源,加快补齐公共服务末端的设施短板,进一步提高投资效率。从产业链的角度看,新增设施以及存量设施的完善,带动的是制造、加工、销售等全链条的发展,特别是涉及老旧小区改造、公共基础设施更新等,对试点城市经济发展和改善城市公共服务供给水平、产业结构优化也都有较强的推动和牵引作用。

做好城市社区嵌入式服务设施建设,落实落细具体细则,推动政策举措持续见效,关键是做好运营层面的配套和制度设计,和居民、经营主体、社区管理良性互动,实现同频共振,让群众“近享”优质社区服务。

根据社区实际情况统筹规划布局服务设施。这直接决定了服务设施的使用效率、运行效果和可持续发展。社区的人口数量、年龄结构、地理位置等因素是统筹布局要考虑的基础因素,设施供给并不是越多越好,而是要与需求规模有效匹配。应摸清试点城市相关社区的基础底数,根据基本情况引导资源投入和确定支持力度,达到高效、集约的标准。在此基础上,确定好新建和改建、扩建的不同标准,既要尽力而为也要量力而行,充分考虑财政可承受能力和资金来源,不盲目追求新求多,平衡好“新”与“旧”、“存量”与“增量”的关系,提升空间资源的利用效率。

做好空间布局调整的机制设计和配套。在设施建设过程中,也涉及空间腾退、产权置换、土地利用等,这就需要设计一套专门针对布局调整的“小程序”,精简流程,提高配套政策针对性和有效性,让各个环节顺畅运转,推动社区公共服务设施和相关主体尽快发挥作用。同时,还要考虑这个阶段投入的资金来源问题。可根据社区实际状况确定融资模式,形成投资规模和潜在需求规模相匹配的格局,发挥好中央预算内投资、地方财政投资、社会资金的作用。注重做好资金投入分成细则约定,把投入产出核算和资金投入匹配好,调动各方投入的积极性。

提升设施运营环节的专业化水平。公共服务设施能不能可持续运行,关键是运营资金能否得到充分保障。因此,发挥好政府和市场的力量,引入专业化的运营主体,统筹好公益服务和合理利润、服务成本之间的关系,直接决定了建设运营的可持续性。鼓励专业化运营主体开展连锁式经营,进行经营模式创新,打造特色服务品牌,与完全市场化的运营模式、服务提供区分开来,形成有特色、可持续、高质量的社区公共服务提供模式。特别是在养老托育、社区助餐、家政便民等领域探索提供高质量的普惠公共服务,让政策红利尽快发挥作用。

(作者系国家信息中心经济预测部研究员)

生态环保督察务必常抓不懈

甄贞

第三轮第一批中央生态环境保护督察组近日全面完成督察进驻阶段工作。据介绍,各督察组深入一线、深入现场,坚持动真碰硬,查出一批突出生态环境问题,核实一批不作为、慢作为,不担当、不碰硬,甚至敷衍应对、弄虚作假等形式主义、官僚主义问题,曝光典型案例25个。

党的十八大以来,中央坚持把生态文明建设作为统筹推进“五位一体”总体布局的重要内容,我国的环保督察工作逐步从区域督查迈向中央督察。已开展的两轮十批中央生态环保督察,覆盖31个省(区、市)和一些重要部门、央企,合计受理举报材料超20万件,追责问责近万人。在这个过程中,坚决查处了一批破坏生态环境的重大典型案件,解决了一批人民群众反映强烈的突出环境问题,备受关注的长江沿岸保护、秦岭违建别墅整治取得明显成效。不过,违规占用耕地、违规取水、“挖湖造景”、整改方案形同虚设等问题仍屡禁不止。这些问题,究其根源在于有关部门未能处理好高质量发展和高水平保护的关系。针对此,应从法规制度、常态化机制等方面着手,把资源环境承载力作为前提,坚定不移地走生态优先、绿色发展之路,持续

推动生态环保督察制度化法治化常态化,在绿色转型中实现质的有效提升和量的合理增长,切实守护好一江碧水。

一方面,健全生态环保法规制度。强化法治保障,统筹推进环境、资源能源等领域相关法律制定修订。保持常态化外部压力,实施最严格的地上地下、陆海统筹、区域联动的生态环境治理制度,完善自然资源资产管理体制,健全国土空间用途管制机制等,构建从山顶到海洋的保护治理格局。

另一方面,形成狠抓制度落实常态化机制。有关部门要紧盯末端,抓好有关水资源保护、耕地保护、自然保护区管理、河道管理等法规制度,加强生态环保监管力度,形成一级抓一级、层层抓落实的常态化长效机制。主动整治督察中不作为、慢作为、乱作为,杜绝敷衍应对、弄虚作假等形式主义、官僚主义问题,一抓到底。积极办理督察组转办的群众来电、来信举报案件,公开办结目标。对督察发现的同类问题做到举一反三,不能“推一步走一步”“督一次改一次”。做好督察整改后半篇文章,确保态度坚决、行动迅速、举措有力,做到全面彻底整改。



朱慧卿作(新华社发)

涉税经营主体活跃向好

国家税务总局近日发布数据显示,2023年前11个月,到税务部门新办涉税种认定、发票领用、申报纳税等涉税事项的经营主体达1515.1万户,同比增长25.4%,两年平均增长11.9%。涉税经营主体是经济运行的一张“晴雨表”,也是感知市场温度的敏锐触角,新办涉税经营主体的稳步增长直观有力地体现了市场复苏、经济回暖和预期改善,证明涉税经营主体活跃向好。近年来,相关部门以持续优化的税费服务举措,充分发挥政策效力,激发经营主体活力,形成推动高质量发展的合力。下一步,税务部门将持续落实好结构性减税降费政策,特别是支持科技创新和制造业发展的各项税费优惠政策,推进新办涉税经营主体发展壮大,为持续推动经济实现质的有效提升和量的合理增长积极贡献力量。(时 锋)

立下直播带货硬规矩

段忠策

当前,直播带货作为一种全新的商业模式,正迅速改变着人们的消费观念。这种带货方式的兴起,打破了传统电商界限,将商品展示、用户互动、即时购买融为一体,为消费者提供了一种更加直观、互动的购物方式。

根据商务大数据监测,2023年前10个月,我国直播带货销售额超2.2万亿元,同比增长58.9%,占网络零售额18.1%,拉动网络零售额增长7.5个百分点。在直播平台上,主播们通过展示商品、解答疑问、分享体验,有效缩短了消费者与商品之间的距离,使得购物体验更加真实和生动。同时,随着直播带货的持续升温和市场规模的迅速扩大,也存在着商品质量参差不齐、虚假宣传、侵犯消费者权益等突出问题,严重影响直播带货市场的健康有序发展。针对此,应在客观认识和理解的基础上,采取多种措施加以解决,立下直播带货行业的“硬规矩”。

规范化是直播带货市场成熟的重要标志。有关部门应研究制定完善直播带货行业规范,通过立法明确直播带货的行业标准,包括对直播带货的定义、主播的资质要求、商品的质量标准、广告内容的真实性、消费者权益保护等方面。尤其针对直播带货中常见的问题,都应有具体规定、处罚措施以及法律指导和规范。还应建立一套强有力的监管机制,设立专门的监管部门,充分利用大数据、人工智能等技术手段加强执法力度,建立信息披露制度,对直播带货市场全面监管,切实维护直播带货市场秩序。

经营主体是直播带货的受益者,也是积极的参与者,应当主动承担起自律的责任。企业作为直播带货市场的重要组成部分,

应建立健全直播带货行业管理体系,包括对产品来源的严格控制、质量检验流程的规范化以及售后服务体系的完善,确保产品和服务质量符合国家标准及行业规范。企业还要致力于诚信经营,保证所提供商品和服务的真实性、可靠性,主动披露相关信息,如供应链情况、产品成分、使用说明等,提高产品和服务信息的透明度,不断增强消费者对企业的信任度。在追求利润的同时,企业也应注意避免采取虚假广告、恶意抹黑竞争对手等不正当竞争手段,积极通过创新和提升用户体验来获取市场竞争优势,主动参与营造健康有序的直播带货市场环境。

从带货主播的角度而言,应自觉遵守基本的商业伦理、法律法规以及平台规则,推进带货直播培训深入化、体系化、规模化,全面提升主播队伍整体素质。充分发挥行业协会作用,宣传带货主播行为规范等相关政策规定,着力培养带货主播正确的世界观、价值观、人生观,着力提升带货主播的政治意识、媒介素养和专业能力,让带货主播承担起社会责任,在直播带货中传播正能量、唱响主旋律。

从消费者视角来讲,应增强消费者自我意识,让他们认识到有了解产品和服务等详细信息的权利,也有选择或拒绝购买某一产品和服务的权利。消费者教育的目的,在于让消费者安全购物、辨别虚假信息、维护自身权益,增强消费者在直播带货市场中的自我保护能力。对此,应建立易于访问且响应迅速的投诉反馈系统,在消费者遭遇欺或不公平对待时,获得及时有效的权益保护。

释放冰雪经济“热”效应

孙 希

近日,“冰城”哈尔滨频受关注,富集独特的冰雪资源以及底蕴厚重的冰雪文化,让这座冰雪资源大市“出尽风头”。而与之相伴的,是冰雪经济话题的持续升温。

冰雪经济是以冰雪资源开放利用为基础的经济关系和经济活动的总称,具有投资相对少、能耗低、污染小、效益高等显著优势。把发展冰雪经济作为新增长点,有助于调整优化产业结构、能源结构、投资结构、消费结构,还有助于促进生态资源转化为生态资本,提高居民生活品质,更有利于推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展。自从2022年北京冬奥会举办以来,老百姓参与冰雪运动的劲头就足了。数据显示,2023年11月份以来,平台上关于“滑雪”的相关搜索环比增长3倍,全国滑雪场门票预订量较2019年同期增长147%;截至2023年底,滑雪场门票订单量环比增长113%,较上年同期增长近两倍。

更好地发展冰雪经济,要深入挖掘资源禀赋,展现冰雪文化魅力。创新冰雪文化展示传播场景,打造“冰雪文化+生活场景”,以市民的日常生活为冰雪文化展示的最优场景,深入挖掘民

族、民俗、民间文化,推出更多“冰雪+美食文化”“冰雪+服饰文化”等附加值高的文化产品。利用直播或短视频等传播方式,发现和创造更多的“网红打卡地”,吸引游客沉浸式融入、深度体验。

加强规划,丰富冰雪旅游体验。重新定位不同景区的核心项目,杜绝相互模仿,采用联票、通滑卡、通雪卡等方式,科学均衡发展布局。在山地、江河、湿地、森林等增设不同的体验性景区,拓展地理空间概念,向大旅游、泛旅游、全域旅游方向发展。促进旅游深度消费,科学布局滑雪场,分阶段、分档次地有序建设或升级,为滑雪旅游提供优质供给。

拓展价值,促进冰雪运动发展。高效普及大众滑雪运动,鼓励青少年参与冰雪运动,推进冰雪进校园、进社区、进机关、进企业等,形成全民参与冰雪体育的意识。增强滑雪项目发展力度,逐步消除“冰强雪弱”现象,促进冰雪项目与雪上项目均衡发展。通过冰雪赛事、冰雪表演进景区等方式,促进“冰雪体育+旅游”体旅融合,助力冰雪旅游,推广冰雪体育运动。推进“冰雪体育+教育”体教融合,培养冰雪竞技后备

人才,培育冰雪后续消费市场;打造冰雪赛事品牌,通过赛事吸引力的提升形成大流量,推动经济效益和社会效益双提升。

补齐短板,做强冰雪装备制造产业。《2022年中国冰雪产业发展研究报告》分析,2025年我国冰雪产业总规模预计将达到1万亿元。应优先用好冰雪运动装备制造产业园,重点扶持具有自主品牌的专业冰雪运动装备制造、大众冰雪运动装备制造等企业,形成产业集群。支持高等院校、科研院所和企业加大协同创新力度,提高研发水平,培育一批拥有自主知识产权、具有较高知名度的冰雪装备制造企业。

完善政策,留住用好冰雪人才。建立完善冰雪人才培养、评估与保障体系,制定人才引进优惠政策,营造良好成长氛围,形成人才公平竞争机制。充分考虑冰雪人才的物质待遇和精神需求,用好现有人才,吸引外来人才,让人才生活舒心、工作顺心。依托高校等研究机构的人才科教优势,成立冰雪旅游研究院、冰雪科技研究中心等专门研究机构,推动建立完整的冰雪产业资料库、数据库,为政府和相关企业提供决策支持。