

财金视野

优化设计提升消费券拉动效应

洞见

春节期间,智能家电成为亲朋好友的消费新宠和热议话题,智能电视、空调、洗衣机、厨房小家电等产品深受喜爱。有报告预计2023年我国智能家居市场规模将超过7000亿元,智能家居设备出货量约3.3亿台。踏入2024年以来,各大商场、电商平台的智能家电成交额、销量均呈现大幅增长态势。这背后反映的,是科技进步、产业转型和消费升级的新方向。

当然,智能家电行业快速发展的表象之下,仍存在一些瓶颈制约,如同质化竞争较为明显,个性化、智能化水平不足;产品间存在壁垒,大量产品无法实现互联互通;部分智能家电操作过于繁琐,使用的便捷性、友好性不够;数据隐私、信息传输等存在风险,安全问题亟待强化。

要把握数字化机遇,通过深化供给侧结构性改革和着力扩大有效需求协同发力,以供给创新刺激消费需求,推动我国从传统家电制造大国向智能家电制造大国转变。在产品设计上,要更加贴近人们的生活习惯和方式,加快智能家电产品创新和升级,增强消费体验。针对细分市场,开发适应不同人群、不同场景的差异化产品,加速个性化定制、柔性化生产落地,尤其要满足年轻人对新潮科技的需求。提升“一键直达”、语音交互等功能,简化流程步骤,降低操作难度,提升对中老年群体的友好程度。

在产业生态上,要打通产品间和行业间的壁垒,加快智能家电产品标准化建设,实现产品的互联互通、应用的共用共享。同时,推动智能家电与智能家居、智能建筑、智能安全等领域贯通,探索建立智能设备标识机制,更好实现一体化、智慧化的全场景消费模式。加强智能家电对用户信息的保护,保证用户数据和隐私安全,让消费者用得放心。

在企业战略上,要引导智能家电企业加强技术、质量和品牌创新,推出一批高质量、高端化的家电品牌和产品,摆脱传统家电同质化、价格战的发展路径。利用我国家电行业已经形成的全球网络布局,进一步加快国际化步伐,以优质产品质量和良好品牌形象拓展海外市场,赢得全球消费者信赖。

(作者系中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所研究员)

深化个税改革、减轻中低收入人群税负;推进县域商业建设行动、建设新能源汽车充电桩等设施,提升消费服务保障水平。

我国内需潜力巨大,必须发挥超大规模市场和强大生产能力的优势,千方百计支持扩大国内需求,促进消费对经济增长的拉动作用。当然,发放消费券主要还是一项促进消费复苏的短期措施。对消费者来说,消费动力与其收入预期密切相关。在采取消费券等刺激措施的同时,还要通过发展经济、加大社会保障、完善转移支付等调节,增加城乡居民收入,让居民更加敢消费、愿消费。



发放消费券并非简单地“撒钱”。要根据消费需求、行业发展等因素,合理、精准设定消费券使用范围,要加强资金监管,还要和其他财政政策协同配合,打出有力有效“组合拳”。

定消费券使用范围,比如,一方面可用于餐饮、文旅等日常消费,这些消费贴近民生,能够直接提升百姓获得感;另一方面还可以用于购买汽车、家电等“大件”,更能有效提升消费券的乘数效应。消费券的优惠一般通过满减来实现,使用门槛过低会削弱拉动效果,过高则会让人放弃使用,应兼顾效率与公平,科学合理设定使用门槛、优惠力度。此外,还要丰富消费券发放形式和渠道,做到线上线下相结合、多平台发放,覆盖更多人群,使消费券更加易得、方便使用。

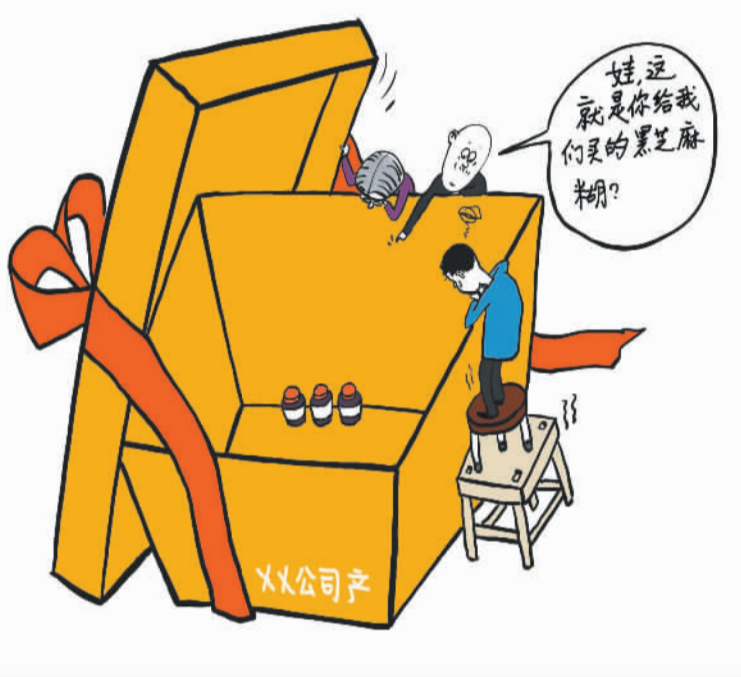
除了机制设计,消费券的运行管理也应引起重视。要加强资金规范管理

使用,增强透明度,严格监管,防止倒卖、套现等现象。同时,还有必要加强对消费券发放后实际效果的跟踪、分析,进行绩效评估,更加精准确定支持的人群、行业。各地发放消费券还要充分考虑财政承受能力,做到量力而行,确保财政运行可持续。

同时,消费券还可以和其他财政政策协同配合,打出有力有效“组合拳”。去年,我国大幅提高3岁以下婴幼儿照护、子女教育、赡养老人个人所得税专项附加扣除标准,这在减轻家庭抚养赡养负担、更好保障和改善民生的同时,有效提高了居民消费意愿和能力。下一步,更多财税措施值得期待,比如

包装“泡沫”几时休

“一件大礼盒,居然就放了3小罐黑芝麻糊,体积不足礼盒的四分之一。”近日媒体报道称,有消费者为家人购买了一套十分豪华的黑芝麻糊礼盒,拿在手上沉甸甸的。可是打开一看,严丝合缝的厚重泡沫塑料里面,只有3罐小小的黑芝麻糊。近年来,精美包装的礼盒大量涌现,不少礼盒里都用泡沫塑料来增大体积。这种过度包装现象并不可取,一方面增加生产、运输成本,造成浪费;另一方面也增加了消费者的购买成本。改善这种“泡沫化”包装现状,需要多方共同努力。有关部门、经营者应当遵守相关法律中关于“反对浪费”“避免过度包装”的规定。广大消费者要注重商品实用性,摒弃华而不实的“面子”,共同反对过度包装的商品。(时锋)



王 铎作

消费券又来了!北京消费者可在线上平台领取最高1600元的“京彩绿色”消费券,湖北省安排财政资金2亿元用于发放“惠购湖北”新春消费券……近期,全国多地再次集中发放消费券,覆盖汽车、家电、餐饮、文旅等多个领域。这些真金白银的举措,让广大消费者增加不少期待。

作为新冠疫情发生后各地促进消费的一个重要举措,发放消费券经常成为热门话题。从实际效果看,消费券发挥出“四两拨千斤”的乘数效应,撬动消费的倍数可观。正因如此,不少地方在近期又启动新一轮消费券的发放,甚至范围更广、力度更大。

消费券为何在活跃市场、促进消费和经济增长上发挥出突出效果?政府以发放消费券的方式扩大公共支出,可以增强居民购买力、带动消费,从而对宏观经济产生扩张效应,推动经济稳步恢复。消费券的使用设计也带有很强的针对性、精准性,明确消费领域,拉动特定领域消费回升,在增加消费的同时对特定行业起到扶持作用。设定使用期限,促进尽快启动消费。比如,北京的“京彩绿色”消费券专门针对绿色智能家居商品,且这轮活动将在不到一个月的时间内完成。

在恢复和扩大消费的基础仍不牢固、居民消费能力和消费信心有待进一步提升的形势下,继续通过发放消费券的方式促进消费,实为必要之举。不过,从近年实践来看,一些地方存在投放管理不规范、发放渠道和使用范围不合理、消费券使用门槛不够科学、消费券核销率偏低等问题,导致消费者获得感不强,也影响了拉动消费的效果。如何把宝贵的财政资金用在刀刃上,实现提质增效,真正起到拉动消费、惠企利民的效果,在新一轮发放消费券中应引起重视。

发放消费券并非简单地“撒钱”,机制设计至关重要。要根据消费需求、行业发展等因素,合理、精准设

本版编辑 梁剑箫 仇莉娜 来稿邮箱 mzzjgc@163.com

新春第一会 奋楫启新程

中国再保召开2024年工作会议



2月22日至23日,中国再保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国再保”)2024年工作会议在京召开。集团公司党委书记、董事长和春雷作题为《锚定世界一流 践行使命担当 奋力谱写中国特色金融发展之路中再新篇章》的讲话,集团公司党委副书记、副董事长、总裁庄乾志作经营管理工作报告,集团公司党委副书记、监事长朱海林主持会议。

2023年,中国再保围绕建设“世界一流综合性再保险集团”战略目标和“三步走”战略安排,坚持党建引领,重塑经营理念,加快改革创新,保费收入稳健增长,承保利润再创新高,经营韧性和发展质量明显增强,整体风险稳定可控,世界一流建设迈出坚实步伐,走稳走实了高质量发展新征程的第一步。

一是高质量发展的政治优势进一步发挥。中国再保始终坚持党中央对金融工作的集中统一领导,全面实施党建“领航工程”,纵深推进全面从严治党,持续深化定点帮扶工作。

二是服务国家战略质效全面提升。中国再保坚持金融工作的政治性和人民性,聚焦

主责主业,发挥保险再保险经济减震器和社会稳定器功能作用,服务国家重大战略、实体经济发展和人民美好生活。2023年,集团系统服务国家战略重点领域风险保额达人民币67万亿元、增长11.3%;助力健康中国服务人群2.1亿人次、增长78.5%;服务中小微企业372万家、增长150.8%,彰显了中央金融企业责任担当。

三是数字化转型提档加速。迭代优化“数字中再”战略,发布数字化转型拓扑图和路线图,完成中再巨灾理赔管理和中再数科设立运营,形成“一体两翼”发展新格局;深耕平台赋能,迭代开发具有自主知识产权的中国地震、台风、洪涝巨灾模型,获6项国家专利,积极助力国家巨灾保险保障体系建设。

四是国际化运营管控能力持续提升。准确把握全球宏观金融周期和国际再保险市场周期,统筹好国际国内两个市场,桥社实现收购以来最好业绩,新加坡分公司实现盈利,在港机构经营管理不断优化,深入推进国际化布局研究,持续加强国际同业交流合作,集团国际影响力进一步提升。

五是精细化管理效能日益增强。持续完善公司治理,切实强化战略引领,制定集团建设世界一流行动纲要和子公司行动方案;深化经营统筹,突出价值创造导向、考核规则导向,提升协同效能,加快推动“世界一流”愿景目标扎实落地。

六是高质量发展队伍基础更为坚实。加强各级领导班子建设,推进干部队伍年轻化,构建全方位、多领域交流体系,推动系统优秀人才交流锻炼,加大培训培养力度,提升中再文化软实力。

七是风险管控更加稳健有效。持之以恒强化风险防控,着力加强风险管理体系建设,全面升级风险偏好体系,不断强化重点领域风险防控,深入推进风险管理数字化建设,积极发挥审计作用,守住不发生系统性风险底线。

会议深入研判集团发展面临的新形势和新要求,指出未来4至5年是中国再保深化改革发展的关键历史时期,立足金融强国建设新征程,集团上下必须增强紧迫感,坚定发展信心,加快建设世界一流综合性再保险集团,在建设金融强国的伟大事业中坚定扛起中国

再保的使命担当。要深刻把握改革发展的4个内在逻辑:一是深刻把握党中央对金融工作的集中统一领导与集团实施党建“领航工程”一体落实的内在逻辑;二是深刻把握服务国家战略与集团实现高质量发展一脉相承的内在逻辑;三是深刻把握发挥保险业经济减震器、社会稳定器功能与集团增强保险再保险功能作用一体推动的内在逻辑;四是深刻把握国有大型金融机构做优做强与集团建设世界一流企业一体谋划的内在逻辑。

会议要求,要坚持以高质量发展成效检验各项工作成果,明确2024年重点做好7方面工作:一是全力推动党的建设再上新台阶,坚决维护党中央对金融工作的集中统一领导,深入实施党建“领航工程”,接续实施“基层党建提升年”,着力加强党的政治建设,持续强化基层党组织建设。二是全力推动服务国家战略彰显新作为,坚守使命担当,完善体制机制发挥功能作用,积极参与再保险市场建设,深化“一带一路”服务,立足主责主业做好“五篇大文章”,聚焦重点领域创新精准发力,加快平台建设促进战略协同。三是全力推动高质量发展迈出新步伐,持续深化战略引领和资本管理,健全完善公司治理运行机制,推进集团治理管控提质增效,切实提升全球化治理能力。四是全力推动数字化转型成为新引擎,推动拓扑图路线图落地见效,重点推进数据中台、业务平台建设,全面启动企业级数据治理体系建设,推动“保险+科技+服务”商业模式创新,积极推动生态圈布局,强化风险减量服

务,着力打造“第二增长曲线”。五是全力推动防范化解风险取得新成效,夯实全面风险管理体系,紧盯重点领域抓好风险防控,不断强化合规经营,优化完善“大监督”体系,持续化解存量风险,坚决遏制增量风险,夯实持续稳健经营基础。六是全力推动人才队伍建设实现新突破,深入实施人才培养和干部梯队建设3年行动,以精准突破带动全面提升,纵深推进干部梯队建设,加快数字化、国际化人才选拔和培养,建好用活人才队伍。七是全力推动严格的氛围呈现新风貌,从严从实开展干部监督管理,持续打造“清廉中再”,大力营造积极向上、奋发有为的文化氛围。

会议指出,集团经营管理工作要着力强化市场化经营理念、推动体制机制创新和加强集团治理管控,2024年要毫不动摇贯彻“发展有规模、承保增效益、投资要稳健”的经营理念,聚焦“六大任务”,加快改革转型,推进创新发展,增强功能作用,实现良好的经营业绩:一是聚焦深化功能定位,围绕主责主业,强化创新引领、市场营销和协同联动;二是聚焦坚持科技引领,着力发挥“两翼”动能,加速推进数字化转型;三是聚焦强化效益提升,加强资本管理和经营统筹,确保经营指标达成;四是聚焦提升全球化发展能力,持续健全全球化经营管理体系;五是聚焦完善风险防控体系,牢牢守住不发生重大风险的底线;六是聚焦提高保障效能,不断优化运营保障水平。

本次年度工作会是中国再保“新春第一会”,是定调指向的动员部署会,绘就集团高质量发展新蓝图,吹响甲辰龙年启航冲锋号。中国再保将锚定“世界一流”建设目标,坚定走好中国特色金融发展之路,全力服务金融强国建设,奋力谱写中再高质量发展新篇章。会后,集团系统全面启动“春耕行动”,集团公司领导将带队赴业务一线开展调研督导,切实推动各项工作任务落地落实、见行见效。

(数据来源:中国再保) ·广告