

今年以旧换新消费市场潜能释放

国家统计局数据显示,4月份,社会消费品零售总额35699亿元,同比增长2.3%。多位专家在接受记者采访时表示,今年以来,在扩内需、促消费相关政策带动下,各地区、各领域不断创新消费场景,优化消费环境,消费市场呈现持续恢复态势。

总体回升向好

从数据看,4月份社会消费品零售总额同比增速比上月有所回落。有关专家表示,这主要是受到假期天数比上年同月减少2天、同期基数较高等因素的影响。

“扣除高基数效应,消费需求仍在持续恢复扩张之中。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东表示,基本生活类和部分升级类商品销售保持良好态势,出行和数字服务消费持续回升,反映出我国消费潜力稳步释放。

国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长刘爱华指出,当前消费领域呈现出基本生活类和部分升级类商品消费稳定增长、服务消费增势良好、线上消费带动作用明显等特点,从年初的冰雪经济到假日经济,文旅消费、数字消费、绿色消费、健康消费等热点为消费市场的恢复增添了新动力。

数据显示,服务消费需求持续释放,前4个月,服务零售额同比增长8.4%,继续保持较快增长。消费新动能不断成长,文旅消费等新型消费持续释放。即时零售、直播带货等新模式快速发展,带动前4个月实物商品网上零售额同比增长11.1%。

国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵表示,今年以来,我国消费总体延续回升向好态势,服务消费带动作用明显,假日消费热度明显增强。“服务消费正从餐饮、旅游等不同品类服务消费单独发展加速转向融合发展、多元复合发展。高融合、科技化融合打造形成的沉浸式消费场景更受欢迎。”此外,消费市场出现向中小城市及县域地区下沉等特点,消费增长出现新动力。



5月19日,游客乘坐画舫游览江苏省南京市秦淮区夫子庙秦淮风光带。近年来,秦淮区深化文商旅融合,充分挖潜历史文化资源,拓展文旅新场景、新业态,激发城市消费活力。

加强品牌建设,是适应我国消费结构升级、满足人民群众日益增长的美好生活需要的重要途径,也是建设现代化经济体系、构建新发展格局的内在要求。近年来,我国出现了一股由原创品牌和“老字号”合力形成的“新国潮”,成为消费增长的新引擎。从电子科技到潮流玩具,从日常用品到国之重器,从老品牌到“新三样”,国货“潮品”频频“出圈”,传递着中国经济发展的强劲脉动。当前,国货市场已进入新的发展阶段,需要进一步提升品质,不断进行研发创新,以更富创新性的内涵展现“国潮”魅力,乘势而上提升中国品牌的竞争力和影响力。

折射中国创新活力

“国潮”以国产品牌为载体,以传统文化为标识,体现时尚审美观念,引领时尚消费潮流,既反映了我国经济发展水平和综合国力的提升,也是中华优秀传统文化重新被激活的产物。“国潮”品牌的兴起,折射出中国制造、中国品牌、中国文化创新力的全面提升。

中国制造创新力大幅提升。经过改革开放40多年的发展,我国已形成规模庞大、配套齐全的产业体系,是全世界唯一拥有联合国产业分类中所列全部工业门类的国家,制造业竞争力、创新力大幅提升。人工智能和制造业的深度融合,在研发设计、生产制造等领域崭露头角,

当前,消费品以旧换新活动加快落地,已产生积极成效。

各地区各领域创新场景

“推动消费品以旧换新工作正取得积极成效,各地结合各自消费场景加快推动消费品以旧换新。”刘向东表示,预计随着政策逐步落实,商品消费增速会呈现持续回升态势。

商务部国际贸易经济合作研究院服贸所研究员高宝华表示,目前全国多个省份已发布以旧换新实施方案和细则,在政府、企业和商家等多方推动下,一些电商平台以旧换新的订单量大幅增加,政策初见成效。

刘向东认为,接下来促消费的重点除了消费品以旧换新外,更多在于服务消费领域,要加快培育消费新业态新场景,制定相关扩大服务消费的政策举措,切实满足人民群众日益增长的高品质消费需要。

在具体操作过程中,消费品以旧换新活动涉及的回收企业、拆解企业还存在一定顾虑,如盈利微薄影响回收企业积极性、补贴资金到账慢等问题。高宝华表示,为进一步推动政策效力完全释放,还需在加强优惠政策落实、打通“回收+换新”全链条通道、总结推广典型案例等方面持续加以推进。

邹蕴涵表示,当前消费品以旧换新活动正处于产供销、上下游、政企民协同联动、综合施策的落地落实阶段,中央和地方政府联动通过购买补贴等激励措施充分调动企业和居民积极性。相关企业也结合自身实际,积极推动开展以旧换新活动。下一步,应在生产、销售等不同环节深度挖掘自身资源,以更市场化的方式、更便捷的程序环节设计推动以旧换新更有效率、更可持续。

需求持续恢复

展望未来,专家表示,随着高基数效应逐步减弱,消费增速将呈现稳步回升态势。

习近平就伊朗总统莱希在直升机事故中遇难向伊朗第一副总统穆赫贝尔致唁电

新华社北京5月20日电 5月20日,国家主席习近平就伊朗伊斯兰共和国总统莱希在直升机事故中不幸遇难向伊朗第一副总统穆赫贝尔致唁电。习近平代表中国政府和中国人民表示深切哀悼,向穆赫贝尔第一副总统、莱希总统亲属以及伊朗政府和人民表示诚挚慰问。

习近平指出,莱希总统就任以来,为维护伊朗安全稳定、促进国家发展繁荣作出重要贡献,也为巩固和深化中伊全面战略合作伙伴关系作出积极努力。他的不幸遇难是伊朗人民的巨大损失,也使中国人民失去了一位好朋友。中国政府和中国人民十分珍视中伊传统友谊,相信在双方共同努力下,中伊全面战略合作伙伴关系一定会不断巩固和发展。

力。他的不幸遇难是伊朗人民的巨大损失,也使中国人民失去了一位好朋友。中国政府和中国人民十分珍视中伊传统友谊,相信在双方共同努力下,中伊全面战略合作伙伴关系一定会不断巩固和发展。

经济论坛

不断开创旅游发展新局面

习近平总书记近日对旅游工作作出重要指示强调,着力完善现代旅游产业体系,加快建设旅游强国,让旅游业更好服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴。这为推动旅游业高质量发展作出了全面部署、指明了前进方向。

改革开放特别是党的十八大以来,我国旅游业快速发展,成为推动高质量发展的重要着力点。旅游行为可以串联吃、住、行、购、娱,发挥“一业兴、百业旺”的“乘数效应”。通过“旅游+”“+旅游”,旅游业可实现与文化、体育、农业等其他产业跨界融合、协同发展,并在社会、文化、生态等领域发挥强大的综合带动作用。

作为传承弘扬中华文化、践行“绿水青山就是金山银山”理念的重要载体,旅

旅游业在融入乡村振兴、新型城镇化等国家战略,助力东北全面振兴、中部地区崛起、西部大开发等区域发展战略方面扮演着重要角色,是具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。发展旅游的效益是宏观的,也是具象的。人们在旅途中放松心情、感受快乐,享受旅行带来的情绪价值,也有越来越多人吃上“旅游饭”。数据显示,2023年,全国A级旅游景区直接就业人数超过160万人,带动就业总数超过1000万人。旅游成为扩大就业、富民惠民的有效手段。

新时代新征程,旅游发展面临新机遇新挑战。随着旅游消费需求从低层次向高品质和多样化转变,旅游业未来发展空间依然广阔。当前,科技革命和产业变革的影响正在持续深化,数字技术等作为新的生产力,也将推动旅游生

产方式、传播方式、体验方式等深度变革。但也要看到,当前旅游业发展不平衡不充分问题仍然突出,距离满足人民对美好生活的新期待还有一定差距,旅游业在基础设施、产品创新、管理水平、服务效率等方面依然存在不少短板。

各地区各部门既要着眼当前,抓住市场需求变化,紧跟消费新趋势,解决发展过程中的现实问题,更要谋划长远,研究通过旅游热带动经济全面复苏、持续热。要坚持守正创新、提质增效,融合发展,围绕旅游业服务美好生活、促进经济发展、构筑精神家园、展示中国形象、增进文明互鉴的使命任务,强化系统谋划和科学布局,保护文化遗产和生态资源,提升供给水平和服务质量,深化国际旅游交流合作,不断开创旅游发展新局面,为经济发展注入新动力。

前4个月全国一般公共预算收入80926亿元——

财政收入保持恢复性增长

本报记者 曾金华

5月20日,财政部发布统计数据表示,前4个月,全国一般公共预算收入80926亿元,同比下降2.7%,扣除2022年制造业中小微企业部分缓税在2023年前几个月入库抬高基数,以及2023年年中出台的4项减税政策对今年财政收入形成翘尾减收等特殊因素影响后,同比增长2%左右,继续保持恢复性增长态势;全国一般公共预算支出同比增长3.5%。

北京国家会计学院副院长、教授李旭红表示,财政收入在剔除特殊因素后保持恢复性增长态势,与宏观经济稳中向好的态势基本一致,同时财政支出继续保持较高强度,财政收支结构总体趋于平衡。

中国社会科学院财经战略研究院财政研究室主任何庆欣认为,前4个月财政收入保持恢复性增长,与经济运行延续回升向好态势直接关联。分税种看,国内增值税下降7.6%,

主要受2022年部分中小微企业缓税于2023年入库、抬高基数等因素影响。国内消费税增长8.3%,主要是卷烟、酒、成品油等消费品产销增长。此外,进口货物增值税、消费税增长1%;企业所得税增长0.9%;车辆购置税同比增长6.2%。

“企业所得税呈现出增长态势,表明经营主体活力得到恢复,盈利能力有所提高,经济活跃程度不断提升。”李旭红分析,消费税和车辆购置税同比增长较快,反映出随着我国经济回升向好,居民购买力在逐渐恢复,消费潜力不断释放,同时也体现出车辆购置税减免政策等税收优惠政策通过降低消费者购买成本,有效发挥了对消费的引导与激励作用,对扩大内需具有积极作用。

统计显示,前4个月个人所得税下降7%,主要受2023年年中出台的提个人所得税专项附加扣除标准政策翘尾减收等影响。出口退税8101亿元,

同比多退1280亿元,增长18.8%,有力支持外贸出口增长。

财政支出方面,各级财政部门加强财政资源统筹,加快预算下达和增发国债资金使用,强化国家重大战略任务和基本民生财力保障。同时优化财政支出结构,严格落实党中央关于过紧日子要求,集中财力办大事。

统计显示,前4个月,全国一般公共预算支出89483亿元,同比增长3.5%,增幅比一季度提高0.6个百分点。全国一般公共预算支出完成预算的31.3%,高于近3年的平均水平。

何庆欣分析,支出端的增速合理加快,显示积极的财政政策保持扩张态势,将有效稳定经济和财政运行。李旭红认为,财政支出保持较高强度,并与国家发展战略、民生保障密切相关,有利于稳定宏观经济和提高财政资金使用绩效。

导读

- 4版 发展中经济体提升全球增长韧性
- 5版 筑牢数字乡村发展底座
- 6版 造车新势力寻求差异化突破
- 7版 资金支持更新换新要精准直达
- 8版 土特产需在“链”上拓展
- 12版 研发投入要找准创新赛道

乘势而上提升“国潮”品牌竞争力

王一鸣

“5G+工业互联网”孕育智能制造新的应用场景,从研发设计、生产制造、品牌打造等方面为制造业提供科技支撑,推动“国潮”品牌焕发生机与活力。

中国品牌创新力大幅提升。近年来,随着国产品牌研发设计能力提升,很多传统品牌正在不断发展壮大,逐步实现从中国产品向中国品牌的转变。“老字号”加快适应新的消费模式变化,如健力宝、飞跃、大白兔奶糖等老品牌借“国潮”风重新回到年轻人的视野中。同时,更多新品牌加快兴起,用中华优秀传统文化激活市场。多项全球品牌排行榜显示,中国品牌上榜数量和品牌价值都已位居世界前列,在国际市场的影响力与日俱增。

中国文化创新力大幅提升。“国潮”设计追求视觉形象和文化内涵的和谐统一,在赋予商品实用性功能的同时,激发消费者内在的文化自信,彰显文化创造力。而随着中国传统文化在世界的影响力与日俱增,相关的文创、动漫、综艺等爆火,中国文化成为一种时尚潮流,受到

年轻人的喜爱,也转化为新的消费趋势。

抓住新机遇走向未来

“国潮”品牌的兴起具有鲜明的时代特征。当前,新一轮科技革命和产业变革迅猛发展,人民群众更加追求高品质生活,人口结构变化带来消费主体年轻化趋势,这些都为“国潮”品牌发展带来新机遇。

“国潮”品牌兴起与新科技革命形成交汇。“国潮”品牌在销售渠道、品牌传播等方面依托于各类电商、社交平台,借助新技术、新模式、新业态焕发新生机。走向未来,要抓住数字智能技术发展的新机遇,通过数字化转型、智能化改造赋能,研发更多新品、名品、精品,提升“国潮”品牌的用户黏性和知名度。利用大数据、人工智能等技术,分析不同消费群体需求,构建供求对接机制,促进“国潮”品牌消费模式创新与供给迭代升级。

“国潮”品牌兴起与追求高品质生活形成交汇。随着人们收入水平提高和中

等收入群体扩大,居民消费从注重量的满足转向追求质的提升,时尚、品质、节能、智能等升级类产品广受市场欢迎。走向未来,要抓住消费结构升级的新机遇,推动“国潮”产品高端化、品质化,挖掘“国潮”品牌市场潜力,增强市场成长性,更好满足人民群众的高品质生活需求。

“国潮”品牌兴起与消费群体年轻化形成交汇。“90后”“00后”为主体的新生代消费群体呈现出更加个性化、多元化的消费倾向,乐于尝试新鲜事物,将买“国潮”、晒“国货”作为新的时尚。走向未来,要抓住消费时尚变化的新机遇,满足他们追求时尚、注重情感、凸显自信的消费心理,使其在“国潮”消费中获得独特的情感体验,挖掘和激活新生代消费群体的巨大消费潜力。

释放“国潮”品牌潜能

进一步释放“国潮”品牌的发展潜能,要聚焦科技、质量、文化、机制等领

域发力,立足市场需求持续创新,增强“国潮”品牌影响力和市场竞争力。

强化科技创新赋能作用。科技创新是“国潮”品牌竞争力的源泉。要推广应用智能制造新模式,实现产品的个性化定制和柔性生产。促进产品迭代更新,推出更多科技含量高、引领消费时尚的产品。更加注重发挥企业创新主体作用,加强技术研发与产品创新,提高“国潮”品牌的科技含量,赢得更多国内外消费者的认同和信任。

增强“国潮”品牌质量优势。质量是“国潮”品牌的生命。要引导“国潮”品牌牢固树立质量意识,提升“国潮”品牌质量内涵,用过硬的产品质量留住消费者、赢得市场口碑。企业是提升产品质量的主体。要推动企业持续开展质量提升行动,鼓励企业加快提升产品标准和质量,增强质量稳定性与可靠性,持续提升“国潮”品牌质量水平,树立“中国质量”形象。

进一步挖掘传统文化内涵。品牌以文化为载体。提升“国潮”品牌的文化内

涵,就要注重挖掘、提炼和传播中华优秀传统文化,为“国潮”品牌注入更多中华优秀传统文化元素,增强国内外消费者对“国潮”品牌的文化认同。以“国潮”品牌促进跨文化沟通,提升中国品牌文化影响力。通过融通中外的传播方式,展示“国潮”品牌形象,提高国内外市场对“国潮”品牌的认同感,增强“国潮”品牌的国际传播力。

更好满足新生代消费群体需求。新生代消费群体正在成为消费的主力军。要推动国潮国货的传统文化元素和年轻一代消费者多元化、个性化的独特消费潮流深度融合,不断创新产品设计和营销方式,丰富品牌文化元素,促进产品迭代创新。充分适应新生代消费群体对消费社交属性的需求,灵活运用社交平台首发“国潮”产品,促进互动体验式消费,提升对新生代消费群体的吸引力。

完善“国潮”品牌培育机制。品牌需要长期精心培育和良好成长环境。要完善“国潮”品牌培育机制和支持政策,加强企业品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设,提高品牌全生命周期管理运营能力。支持企业加强品牌保护和维权,依法严厉打击品牌仿冒、商标侵权等违法行为,为优质“国潮”品牌培育创造良好生态和发展环境。

(作者系中国国际经济交流中心副理事长)