

巩固增强消费引擎关键动能

消费恢复正在升温。国家统计局数据显示，10月份，社会消费品零售总额45396亿元，同比增长4.8%，比9月份加快1.6个百分点，连续2个月保持快速增长态势。从消费者预期看，消费者信心指数比9月份回升1.2个百分点，是连续6个月回落之后的首次回升。

10月份消费增速超预期回升，受到多重因素的影响。一方面，国庆假期出行活跃，文旅消费旺盛，国内出游人次、总花费同比分别增长5.9%和6.3%，较2019年同期同比分别增长10.2%和7.9%。另一方面，“双11”网购促销提前开启，并与国庆假期无缝衔接。抖音、拼多多于10月8日率先启动大促预热，天猫和京东于10月14日同时开启“双11”活动，超长的促销周期吸引了更多商家参与，也让消费者有了更充分的购物时间与选择空间。

除节假日与市场促销因素外，更显著的利好因素来自于宏观经济政策。当前，我国宏观经济政策的方向正从过去的更多偏向投资，转向消费与投资并重，并更加重视消费。今年以来，中央政治局会议反复强调，“要以提振消费为重点扩大国内

消费一头连着千行百业，一头连着千家万户，在经济发展中发挥着基础性作用，是经济增长的主引擎。消费动能是否强劲，对我国经济有着直接而深远的影响。

需求”“要把促消费和惠民结合起来”，并部署了一系列政策举措。受消费品以旧换新政策带动，文化办公用品类、家具类、汽车类商品零售额增速在9月份均已实现由负转正。在此基础上，10月份增速进一步分别提高至18%、7.4%、3.7%，比上月分别加快8个、7个、3.3个百分点；限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额同比增长39.2%，加快18.7个百分点。据统计，这四类商品共拉动10月份社会消费品零售总额增长1.2个百分点。随着各项政策特别是一揽子增量政策落地见效，资本市场、房地产市场交易活跃，也提振了消费者信心。

消费一头连着千行百业，一头连着千家万户，在经济发展中发挥着基础性作用，是经济增长的主引擎。消费动能是否

强劲，对我国经济有着关键而深远的影响。但相较于投资，消费是经济活动中的“慢变量”，这是由于消费具有主体分散、需求多元、人人决策的特点，并与人们的就业、收入、预期等息息相关。当前，我国消费在持续回暖，但从客观上看，国内有效需求不足的问题仍较突出，消费增长还受居民消费能力和意愿不足等因素制约，人口减少以及少子化、老龄化在中长期内也将对居民消费带来挑战。

我国超大规模市场优势明显，还有巨大的市场需求有待释放。促进消费持续恢复，加快释放消费潜力，需要改革、政策共同发力，需求、供给协同推进。从需求端来看，关键是以提升消费能力、稳定消费预期为重点，提高居民收入在国民收入分配中的比重，强化就业

优先政策，全力促进高校毕业生、农民工等重点群体和困难群体就业，多渠道增加居民收入，促进中低收入群体增收。从供给端来看，关键是要持续优化产品供给，打造更多消费新场景新亮点，支持文旅、养老、育幼、家政等消费，促进县乡消费提质扩容，不断提升商品和服务质量，改善消费环境。

四季度是生产和消费旺季。进一步巩固消费恢复的基础，要扎实推动促消费系列政策落实落地。据商务大数据监测，11月上旬，重点监测零售企业家电、通信器材、服装销售额同比分别增长45%、28%和6%，部分老字号产品销售额翻番。展望下一阶段，随着消费品以旧换新及一揽子增量政策进一步显效，消费市场将有望继续保持回升向好态势。

近年来，我国跨境电商贸易持续稳定增长，成为推动我国外贸高质量发展的有生力量和企业转型升级的新渠道。海关初步测算数据显示，今年前三季度，跨境电商进出口1.88万亿元，同比增长11.5%，高于同期我国外贸整体增速6.2个百分点。

如今，随着5G技术、大数据的广泛运用，我国跨境电商产业蓬勃发展，国内一些外贸企业更易获取国外订单信息，实现了国内的服装、化工产品、电子产品等商品“借船出海”。我国需要的俄罗斯亚麻籽、巴西大豆、澳大利亚奶制品等优质商品也更容易进入国内市场，更好地满足了国内消费者多元化高品质的生活需求。越来越多的国内跨境电商企业进入国际市场，为用户提供线上支付、免费配送、虚拟商城等一体式综合服务。

不过，一些问题也是客观存在的。例如，小批量、高频率、碎片化的特征对于跨境电商产业发展有所制约。此外，主体能力也有待提升，融资渠道亟待拓宽。对此，应积极总结推广跨境电商综合试验区建设经验，推动跨境电商与特色产业集群、物流枢纽融合发展，提升跨境电商贸易能级，努力拓展跨境电商经营主体新发展空间，实现“造船出海”。

坚持试点引领，打造跨境电商电子商务发展先行区。鼓励跨境电商电子商务发展基础好、意愿强、前景广的地区积极申报跨境电商综合试验区，推动全国165个跨境电商综合试验区在信息化建设、业务流程、监管模式等方面先行先试，不断催生外贸增长新动能，增强其辐射带动能力。依托综合保税区、保税物流中心等平台，加快电子商务零售进口试点建设，拓展零售进口业务。加强贸易政策和财税、金融、产业政策协同，更大力度畅通跨境电商领域融资，统筹用好现有资金渠道，对符合条件的跨境电商项目给予资金支持。鼓励符合条件的地区申报进口商品落地加工试点，增加落地加工商品种类，制定重点产品目录清单和统一标准，积极利用跨境电商赋能本地特色产业。

坚持产贸融合，推进跨境电商产业加快聚集。立足我国优势特色产业，顺应贸易数字化、绿色化趋势，通过跨境电商赋能龙头企业、零售企业加快数字化转型，强化电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务等传统产业深度融合。开展“跨境电商+产业带”培育工程，加快构建适应跨境电商发展需要的产业链和生态圈，打造集采购、加工、交易、配送等功能于一体的跨境电商产业集聚区。坚持“走出去”和“引进来”相结合，鼓励龙头企业建立海外仓和生产基地，推动中小外贸企业“抱团出海”，支持跨境电商企业“借展出海”，实现全球化品牌战略和供应链管理。

坚持政府引导，构建跨境电商高质量发展的生态体系。为进一步强化跨境电商主体培育，各地各部门要持续完善跨境电商综合试验区公共服务配套政策，进一步降低区内服务企业运营成本，提升监管便利化水平，吸引更多跨境电商相关企业和项目入驻。简化跨境电商出口报关程序，形成线上线下协同运作模式，提升大宗商品配置效率。鼓励国内跨境电商龙头企业进入国际市场，支持各类主体有序布局海外流通设施，引导跨境电商主动对标高标准国际经贸规则，打造跨境电商自主品牌。

刘景芝

高艳



积极创新数字消费场景

乔瑞庆

中国互联网络信息中心发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示，我国网络购物用户规模已超过9亿人，“90后”“00后”网络购物使用率分别达到95.1%、88.5%，成为数字消费主力军，并在个性化消费、国货消费、智能消费等领域较为活跃。

数字消费不仅仅是消费者对数字产品的消费，更广泛意义上是消费者依托互联网进行的具有数字化特征的消费，是线上线下结合在一起的消费。数字消费离不开互联网。正是因为我国互联网的广泛普及和信息技术的快速发展，为数字消费创造了越来越大的空间。中国互联网络信息中心发布的第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至今年6月份，中国网民规模近11亿人，较2023年12月份增长742万人，互联网普及率达78.0%。如此庞大的网民规模为数字消费发展提供了无限可能性。

数字消费发展则为扩大内需、促进消费持续贡献着力量。“一机在手，生活无忧”是数字消费助力人们追求美好生活的生动注脚。数字消费的即时性、便捷性、广泛性大大降低了居民消费的交易成本。从这个意义上讲，数字消费有助于居民消费规模的增加和结构的优化。

诚然，数字消费发展离不开信息技术的持续进步，但更依赖于消费场景的持续创新。没有消费场景的持续创新，数字消费发展就会活力不足，缺乏生命力。而一个新的消费场景，可能引发消费习惯更新，也可能催生消费新模式、新业态。无论是直播电商还是短视频电商，其火爆的一个重要原因就是盯住消费者行为特征的变化，不断适应新的消费场景，有力推动潜在消费向现实消费转化。

为此，市场要在消费场景创新中发挥主导作用。作为供给方，基于对利润和市场地位的追求，优秀企业往往善于捕捉需求的变化并及时满足。利用市场机制，促使供需两端不断互动，新的消费场景就会持续出现。因此，推动消费场景创新，最重要的是依靠市场力量。企业应围绕数字消费智能化需求，大胆探索消费场景应用，加强供需双方交流互动，精准把握市场机遇。有为政府和有效市场双向发力，必将推动消费场景持续创新，使消费者获得更好购物体验，不断提升幸福感。

(中国经济网供稿)



朱慧卿作(新华社发)

完善长期护理保障体系

第二届长护险大会近日召开并发布数据显示，自2016年启动试点以来，我国长期护理保险制度已累计惠及260万人，为群众减负超800亿元。截至目前，长护险制度已覆盖49个城市约1.8亿人。近年来，随着我国人口老龄化程度不断加深，失去生活自理能力的失能老人及其家庭日益受到关注。为了积极应对人口老龄化，切实减轻失能老人家庭经济和社会负担，加快建立长护险制度成为重要举措。长护险制度也在破解“一人失能，全家失衡”困局，促进银发经济发展等方面发挥了重要作用。接下来，相关部门应逐步建立以长期护理保险为主体，以商业长期护理保险、相关社会救助制度等为补充的多层次长期护理保障体系，形成家庭、政府、社会责任共担的综合保障格局。

(时锋)

构建知识产权人才

来自国家知识产权局的信息显示，全国在建和已建成运行的国家级知识产权保护中心数量达74家，分布在28个省(自治区、直辖市)。当前，要更好地保护科技创新成果，离不开知识产权保护的支撑。如何通过产学研融合的方式，有效地培养创新型、复合型、应用型的相关人才是关键。

一直以来，党中央高度重视知识产权人才队伍建设工作，印发《知识产权人才“十四五”规划》，明确部署探索由高校、企业和知识产权服务机构共同参与的知识产权人才产学研培养模式。截至2023年底，我国知识产权人才规模从“十三五”时期末的69万人增至86万人。产学研融合培养的知识产权人才，是为科技创新“导航”，为创新成果保护“护航”，为科技成果转化“领航”，为产业转型升级“助航”的高端人才。

目前，产学研融合育人过程中还存在“校热企冷、合而不融”“学非所用、供需脱节”等问题，究其原因，是高校对知识产权人才市场需求把握不准、企业参与合作育人动力不足、产学研融合育人机制不畅。对此，应充分发挥需求导向的“催化剂”作用、企业主导的“推进剂”作用、机制引领的“黏合剂”作用，营造产学研融合育人的良好生态。

建立需求导向的高水平知识产权人才培养体系。围绕知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条，聚焦区域经济社会发展与产业转型升级要求，开展知识产权高端人才需求调研与信息

需求地图，编制人才白皮书，引导高校和科研院所知识产权专业和学科的设置、调整与优化改革。利用人工智能、大数据等技术，挖掘知识产权领域多类型岗位的招聘及需求信息，绘制硬实力与软实力结合的“知识需求地图”和“能力需求清单”。

完善企业主导的产学研融合育人模式。推动企业主导，企校共建“产业+知识产权”学院，实施理事会领导下的院长负责制，鼓励企业主体深度参与知识产权学科设置、培养计划制定、教材课程开发等全过程。通过全过程融合、全要素融入、全方位育人，增强产学研融合深度和广度，培养懂产业、懂科技、懂法律、懂管理的复合高端人才，为产业转型升级和企业创新发展构建高层次知识产权人才“蓄水池”。

健全产学研融合育人的激励机制。鼓励高校与法院、银行、知识产权运营机构等共建人才培养的师资库、教材库、课程库、案例库，搭建产学研融合育人的资源平台和实践基地，推动平台自治和资源共享。政府主导设立专项基金，面向新技术、新业态发展带来的知识产权领域的前沿需求和重大问题，构建“项目制”育人的长效机制。制定创新型、复合型、应用型高水平知识产权人才培养标准，面向标准达成度、高质量就业、用人主体满意度等多维度，建立产学研融合育人的质量监测体系和反馈机制。

探厂视频带来制造业机遇

冯利华

眼下，有些博主将镜头瞄准工厂，开辟一个新的内容赛道——探厂。作为一种以实地探访工厂为主要内容的视频形式，探厂视频可以直观地展示产品的生产制造过程，从原材料的进入到成品的输出，每一个环节都清晰可见。探厂视频密切了企业与消费者之间的互动与沟通，有利于增强消费者对制造业产品的信心，促进消费升级，进而拉动制造业高质量发展。

探厂视频是制造业与新媒体融合发展的必然产物。过去，工厂对大众来说，往往是神秘的、封闭的。人们只能通过产品来间接了解制造业，对于产品的生产过程、工厂的运作模式知之甚少。而探厂视频的出现，打破了这一局面。博主们深入工厂，用镜头记录下生产车间的每一个细节、每一道工序，让观众能够身临其境地感受制造业的魅力。从原材料的筛选到产品的加工组装，再到质量检测与包装，探厂视频完整地呈现了一件产品的诞生过程，让人们对于制造业有了更直观、更深入的认知。

在全球经济一体化的今天，制造业的竞争日益激烈，企业需要不断创新和提高自身的竞争力。通过探厂视频，我们可以看到现代化的工厂车间里，先进的生产设备高速运转，真实感受制造业的强大实力和高效运作。同时，视频中还会展示工厂的研发中心、质量检测部门

等，让我们了解到制造业不仅仅是简单的生产加工，还包含着大量的科技创新和严格的质量把控。

探厂视频对制造业高质量发展具有重要的推动作用。长期以来，中国制造在国际上一直面临着“低端制造”“廉价产品”等刻板印象。而探厂视频让世界看到了我国制造业的先进技术、高质量产品和创新能力，有助于提升中国制造的整体形象。同时，探厂视频能够激发制造业的创新活力，有助于提升制造业的品牌形象。企业可以通过展示生产过程、讲述企业故事等方式，塑造自己的品牌形象，增强消费者对品牌的认知和信任。在视频的传播过程中，企业可以接收到观众的反馈和建议，了解市场的需求和趋势，从而有针对性地推进产品创新和技术升级，推动制造业高质量发展。

然而，也不能忽视探厂视频发展过程中所面临的一些挑战。视频内容的真实性与专业性是关键。部分探厂博主可能会为了追求流量和关注度，夸大或虚假宣传工厂的情况。这不仅会误导消费者，也会对中国制造的形象造成损害。因此，要加强对探厂视频内容的审核和监管，确保信息的真实性和准确性。探厂视频的版权保护问题也亟待解决。由于探厂视频涉及企业的生产工艺、技术秘密等敏感信息，容易引发版权纠纷。企业和博主需要加强版权意识，通过签订合同、申请专利等

方式，保护自己的合法权益。另外，目前探厂视频主要集中在一些消费品制造领域和部分热门行业，对于一些基础制造业、小众制造业等关注较少。这会导致这些行业的企业难以通过探厂视频获得展示机会。未来，要进一步拓展探厂视频的覆盖范围，让更多制造业企业受益。

加强政策支持并约束促进探厂视频与制造业良性发展。在政策支持方面，可以出台相关政策，鼓励和支持制造业企业利用探厂视频等新媒体手段进行宣传和推广。通过短视频平台和电商平台可以为探厂视频提供更多的流量支持和推广资源，提高探厂视频的曝光度和影响力。企业和博主可利用先进的拍摄设备、剪辑软件、虚拟现实等技术，提高探厂视频的质量和观赏性。

在约束方面，完善相关的法律法规，明确探厂视频制作和发布过程中的法律责任和义务。对于虚假宣传、侵犯知识产权、泄露商业秘密等行为，要依法进行惩处，保护企业的合法权益。加强行业自律约束。建立探厂视频行业的自律组织，制定行业规范和标准，引导博主和企业遵守职业道德和行业规范，自律组织可以对探厂视频进行审核和监督，对违规行为进行曝光和处理，维护行业的良好秩序。通过加强社会监督，鼓励消费者、媒体和社会组织对探厂视频进行监督和评价。