

补贴退潮后平台靠什么留住市场

如果外卖界要写大事记,那2025年7月5日必须记上一笔——当天,美团毫无征兆地放出海量免费饮品券和外卖优惠券,瞬间引爆流量,APP忙到闪崩,商家订单满墙。截至5日22时54分,美团即时零售当日订单突破1.2亿单。

美团“闪击”式大促,被广泛解读为对淘宝闪购攻势的回应。此前,淘宝闪购宣布启动500亿元规模的平台直补计划,承诺在未来12个月内,在保障商家利润空间的前提下,全力撬动即时零售市场。

平台开战,消费者“躺赢”。社交网络这两天再度被“薅羊毛”晒单刷屏,“3000块花出1万块感觉”的感慨比比皆是。商家和外卖小哥单量暴增,有的骑手日收入破千元。

质疑声也有。在公众对平台竞争合规性愈加敏感的今天,难免产生疑问:巨头们如此“撒钱”,真的健康吗?对此,淘宝、美团均承诺此轮补贴由平台承担,不转嫁成本,不挤压商家。这一点需要社会监督。

补贴换市场是互联网企业的竞争策略,

此轮角逐虽为争夺即时零售市场,但若平台能坚持用真金白银拉动消费,重构利益分配,带动就业,真正做到“卷自己不卷商家,补用户也补骑手”,那不仅有利于促消费,也有利于激发社会活力。

而竞争本身就是市场活力的最强注解。正是激烈的市场竞争,淬炼出如今的行业巨头,构建起覆盖电商、外卖、打车、移动支付的庞大基础设施与成熟商业模式。平台企业的竞争,不仅深刻改变了人们的生活方式,更助力我国移动互联网和数字经济全球领跑,为如今角逐人工智能时代奠定了坚实基础。

竞争带来机会。人们渴望那种生机勃勃、热气腾腾,人人有奔头的繁荣气象。但阳光灿烂的日子是等不来的,它需要各行各业敢于投资、勇于拼搏,共同驱动消费、投资、出口“三驾马车”跑起来。

相较中小企业,头部平台企业更有实力率先出手。此轮角逐虽为争夺即时零售市

场,但若平台能坚持用真金白银拉动消费,重构利益分配,带动就业,真正做到“卷自己不卷商家,补用户也补骑手”,那不仅有利于促消费,也有利于激发社会活力。

更关键的是,自从开打外卖战,“闪购”概念迅速普及,消费习惯逐渐养成。7月7日,随着淘宝闪购宣布日订单量突破8000万单,整个即时零售市场正以惊人速度增长,平台投入起到了做大蛋糕的效果。

也要看到,勿促开打的闪击战尚有不足:部分商家“被”参与,免单过多易致浪费;日常促销中,商家分担压力仍大,如果外卖战继续打下去,连锁店尚可支撑,单体店、小店的生存空间可能会被挤压,行业可持续性发展有

待观察。

订单涌来时,汗水比算法更懂得什么叫“即时”;补贴退潮后,健康生态比订单数量更能筑牢根基。未来竞争的关键,不仅在于扩大市场规模,更在于把握平衡:让消费者得实惠,让商家有利润,让骑手增收入,杜绝虚假宣传与不正当竞争。平台还需优化活动机制,引导理性消费,避免食品浪费。在合规的框架下,我们期待这场竞赛能赛出更公平的规则、更健康的生态、更有韧性的供应链。



新能源二手车市场成新蓝海

邓 浩

不久前,商务部发布关于组织开展2025年千县万镇新能源汽车消费季活动的通知,活动时间为7月至12月。通知提出“扩大新能源二手车交易”,将通过优化交易流程、降低交易成本、完善售后服务等措施,进一步激发新能源二手车市场活力。

我国新能源汽车产销量已连续10年位居全球第一。保有量达到一定规模后,大量车辆将进入二手车市场。加上消费品以旧换新等政策的带动,近年来新能源二手车市场发展步入“快车道”,市场渗透率不断提升,从2022年底的3.6%增长到2025年4月的9.1%。中国汽车流通协会数据显示,今年1月至4月,全国新能源二手车共交易42.44万辆,较2024年同期增长32.3%,增幅远超燃油二手车。

不过,相较目前新能源汽车五成以上的市场渗透率,新能源二手车在二手车总交易量中占比仍然较小,不到一成的市场渗透率既代表着这片新蓝海的广阔机遇,也意味着新兴市场在建立健全规则体系过程中面临着诸多挑战。

新能源二手车的消费人群主要集中在“80后”“90后”甚至“00后”,他们

对新事物接受能力较强,对驾驶体验感要求更高,同时消费观念较为理性,更关注综合性价比。但与燃油二手车交易相比,新能源二手车交易在信息透明度、售后保障等方面还存在一定差距,一些现实问题制约着新能源二手车市场的发展,包括电池、电机、电控系统缺乏统一的检测鉴定标准和规范,首任车主终身质保权益而后续车主无法享受等。

如何让客户买得放心、买得安心,是关乎新能源二手车市场长远发展的重要议题。这有赖多方共同努力,特别是经营主体的积极参与。例如,有的头部二手车平台推出“100天电池回购保障”,该保障覆盖的车源若在正常使用情况下电池衰减超过10%,平台将原价回购。这样的“兜底”服务,无疑有助于增强消费信心。

中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》提出,“培育壮大二手车经营主体”。在相关政策的支持下,平台和车企应努力抓住机遇,不断提高服务水平,与政府、协会等一起,着力打造新能源二手车消费保障生态体系,推动标准体系加快完善。

(中国经济网供稿)

打通农业科技瓶颈

随着农业现代化进程不断推进,科技对农业生产提质增效的作用愈加凸显。农业农村部等7部门日前联合印发《关于加快提升农业科技创新体系整体效能的实施意见》,明确提出进一步全面深化农业科技体制改革,加快实现高水平农业科技自立自强,为农业强国建设提供强有力支撑。

一直以来,我国在农业科技创新领域发展迅速,取得了可圈可点的成就。例如,黑龙江省通过与中国科学院开展“黑土粮仓”科技会战,集中力量进行重大关键技术攻关,全省每千克黑土有机质含量比4年前增加4.1克。推动“良田、良种、良法、良机、良制”深度融合,集成组装74个高效增产技术模式并全面推广。浙江省在多年探索应用“农业+信息技术”的基础上,加快推进“智慧农业引领区”建设,今年将建成300个数字农业工厂,实现三大类15种重点品种农产品的重点主体“浙农码”承诺证开具全覆盖,未来将依托一体化智能化公共数据平台,围绕种植业、畜牧业、渔业等核心产业,加快推进以大模型为代表的人工智能(AI)技术在农业领域的深度应用见效。

不过,我国农业科技创新体系建设依然面临一些困难。比如,农业科研力量分散,产学研用协同机制不完善,导致科技成果转化效率不高;基层农业科技推广队伍薄弱,难以将先进技术及时送到农民手中;农业科技创新投入不足,尤其是企业在研发中的主体作用尚

未充分发挥。这些因素制约了农业科技创新体系整体效能的提升,需打通堵点,从体制机制改革、创新资源整合、人才培养等多方面协同发力。

在优化顶层设计与资源配置方面,建立国家级农业科技统筹协调机制,打破部门、地域和学科壁垒。聚焦生物育种、智能农机装备、智慧农业系统等“卡脖子”领域,鼓励优势科研力量联合攻关。完善科技成果转化评价体系,对基础研究、应用研究、技术开发等不同类型成果实施差异化评价,引导科研人员围绕产业实际需求开展研究。

在加强基层农业科技推广体系建设方面,扩大科技特派员队伍规模,吸引更多高校、科研院所专家下沉一线。挖掘和培育农村本土科技人才,依托职业院校、农业龙头企业开展技能培训,还可以利用短视频、直播等新媒体手段,开展线上技术培训与咨询服务,形成线上线下结合的科技推广模式。

在激发创新主体活力方面,树立起抓农业科技须抓领军企业的理念,强化农业企业科技创新主体地位,推动科技创新和产业创新深度融合。制定普惠性政策,对牵头承担国家级农业科技项目的企业给予相应奖励。发挥农业科技创新投资基金引导作用,通过风险补偿、贷款贴息等方式,引导社会资本投向农业科技领域。高水平建设农业高新区和科技创新中心,为初创型企业提供技术研发、成果转化、市场推广等一站式服务。



“银发专列”潜力大

便捷方便的适老化设计、“车随人走、夜行日游”的旅行模式、丰富多彩的文娱活动……近来,“银发专列”成为热词,越来越多银发族以饱满的热情投身旅途,奔向“诗和远方”。聆听、尊重老年游客需求,是“银发专列”赢得老年群体青睐的关键。相较传统的旅游方式,银发人群更喜欢行程相对宽松的旅行,银发旅游列车行程安排宽松,既能玩得高兴,又能休息得好,发展潜力巨大。不过,我国银发旅游列车市场仍处于起步阶段,列车数量和承运量占比相对较低。“开启新程”还应多措并举,开发更多铁路银发旅游精品路线,提供适老化、品质型、舒适型、普惠型的多元产品,不断改进基础配套和服务,让每一次旅程的收获不仅是观光,更是老年人被关怀的幸福体验。(时 锋)

徐 骏作(新华社发)

强化海洋战略科技力量

孙旭武

近日召开的中央财经委员会第六次会议提出,提高海洋科技自主创新能力,强化海洋战略科技力量。这有助于筑牢国家海洋权益与经济安全屏障,催生新兴海洋产业形态,为经济增长注入强劲蓝色动能,推动我国从海洋大国向海洋强国坚实迈进。

多年来,随着海洋强国战略深入推进,我国海洋科技创新从“跟跑”向“领跑”转变,自主创新取得显著突破,实力稳步跃升。深海勘探领域实现钛合金耐压舱核心技术的完全自主化,“奋斗者”号全海深载人潜水器成功实现全球最深海域的载人作业,“深海勇士”号实现深海热液与冷泉采样。一些地方的创新实践亮点纷呈,成绩显著。2018年以来,广东省支持海洋六大产业发展,开展创新项目315个,攻克280项关键技术,25项技术填补了国内空白,20项技术国际领先;山东省依托崂山实验室、中国科学院海洋大科学研究中心等“国字号”科研平台,实施“透明海洋”“蓝色药库”等大科学计划,深海智能浮标、水下无人机等一大批高端装备技术实现突破。

一系列国家战略规划与政策文件为海洋科技自主创新提供了明确指引与强劲动力。《国务院关于“十四五”海洋经济发展规划的批复》中,明确提出要“加

快构建现代海洋产业体系,着力提升海洋科技自主创新能力”,为海洋科技的长远发展铺定了方向。今年《政府工作报告》将“深海科技”纳入国家战略性新兴产业,提出“推动商业航天、低空经济、深海科技等新兴产业发展”,为系统谋划、重点推进国家海洋战略力量建设提供了根本遵循。

也要看到,在提高海洋科技自主创新能力过程中,仍存在一些短板。各创新主体之间缺乏有效的协同合作,海洋科技成果转化效率有待提升,国际合作断档风险日益凸显。未来,要针对关键问题全方位施策。

深化海洋创新主体协同合作。政府层面应发挥关键引导作用,持续加大财政对海洋科技研发的投入强度,设立国家海洋科技创新专项基金,用于支持高校、科研院所与行业领军企业围绕深海探测、海洋新能源、海洋生物医药等重点领域,开展前沿基础研究与核心技术攻关。鼓励和支持海洋领域领军企业加大研发投入,牵头承担重大科技项目,完善企业内部研发机构设置,加强研发团队建设,深化与高校、科研机构合作,建立长期稳定的合作关系。优化高等教育资源配置,推动涉海高校学科交叉融合与课程体系更

新,定向输送具备国际视野、掌握前沿技术的高素质复合型海洋科技人才。

加强海洋科技成果转化。构建完善的海洋科技成果转化平台,通过搭建专业化、市场化的成果发布、评估、交易与孵化集成平台,有效汇聚技术、资本、人才、信息等核心创新要素,破除科技成果与市场需求间的信息壁垒。加强海洋科技产业园区建设,将优秀的海洋科技成果引入园区进行孵化,发挥园区集聚效应,构建“空天地海”一体化监测网络,加速海洋科技产业化和规模化发展进程。推动海洋领域科技创新与产业创新实现“闭环”,将海洋科技创新成果应用到具体产业中,进而转化为现实生产力。

提升海洋经济开放合作水平。积极参与国际海洋科技合作项目和计划,加强与海洋科技强国在海洋基础研究前沿领域的合作。鼓励国内涉海企业和科研机构与国外同行开展合作,共同承担重大海洋科技研发项目,积极拓展“国际蓝色伙伴关系”。整合国内外海洋科技资源,形成全方位、多层次的海洋科技融合创新格局,不断提升我国海洋科技的国际竞争力和有效应对国际合作断链风险的能力,为我国海洋科技的持续发展创造有利外部环境。

内外贸一体化是打破国内市场与国际市场分割、畅通经济双循环的重要途径。今年以来,我国内外贸制度规则加速接轨,重点领域发展成效显著,支持政策日益优化完善,内外贸一体化经营能力显著提升。

内外贸一体化有利于促进生产要素和商品服务在国内国际市场高效流动、良性循环。企业通过内外贸市场并行布局,能够灵活应对国际公共突发事件、地缘政治冲突、贸易保护主义高发的冲击,增强产业链韧性和抗风险能力。一段时间以来,随着逆全球化思潮和贸易保护主义的盛行,加之地缘政治冲突带来的不稳定,我国外贸企业在国际市场存在诸多不确定因素。

对此,从中央到地方持续出台积极措施,推动内外贸一体化实践,打破体制机制障碍,外贸企业开拓内销市场、内贸企业开展国际化经营取得明显成效。不久前,“外贸优品中华行”活动顺利开展,外贸企业内销平台持续完善,各地在推进内外贸一体化方面探索了诸多成功做法,为企业内外贸融合发展提供了更多机会和便利。例如,深圳市出台《深圳市贯彻落实〈关于加快内外贸一体化发展的若干措施〉工作方案》,举办“携手共赢”内外贸一体化拓展市场对接会,吸引了天猫、京东、美团、盒马等11家国内零售批发龙头企业及头部电商平台参与,通过供应链对接、绿色通道、外贸专区、数字赋能等便利化措施为外贸企业搭建了有效内销平台。又如,上海市通过鼓励内外贸品牌和商场加入离境退税和“即买即退”业务试点,为境外旅客境内购物提供便利,促进内外贸一体化融合。北京市举办美好生活博览会,利用数字技术,打造沉浸式体验场景,链接品牌、平台与消费者,让外贸优质产品触达国内消费者,激发消费潜力,促进外贸企业“同线同标同质”发展。

内外贸一体化是我国推进制度型开放、加快建设更高水平开放型经济新体制的必然要求,意在重塑系统性竞争力,将我国超大规模市场优势转化为国内外资源配置主动权,实现“中国市场”与“中国制造”双向赋能。接下来,要从顶层设计、市场驱动、平台建设、国际合作等方面着力。

打破制度壁垒。建立统一内外贸监管规则、质量标准、认证体系,积极推进内外贸产品、经营、服务与渠道标准的相互衔接融合,简化监管流程,整合海关、税务、质检等环节,提高外贸产品国际标准和认证的国内转化效率,缩短认证周期和流程,为内外贸一体化提供便利条件。消除外贸企业开拓国内市场和内贸企业开拓国际市场的显性和隐性壁垒,梳理现有法律法规政策,对阻碍内外贸一体化发展的内容予以废止和修订,帮助外贸企业产品尽快取得国内市场准入资格。

畅通市场循环。推动内外贸产品“同线、同质、同标”,消除市场分割,打通堵点。支持企业灵活切换内外贸市场,降低转型成本。支持跨境电商、海外仓与国内仓储物流网络对接,鼓励大型商超、电商平台设立“外贸优品”专区,降低“入场费”等内销渠道成本,大力支持国内品牌企业和产品“走出去”,多渠道开拓国际市场,扩大品牌影响力。培育具有竞争力、市场开拓力、技术创新力的内外贸供应链协同的品牌制造企业,打造掌握国际国内销售渠道、擅长运用全球市场资源的大型商贸物流企业。

建设平台体系。发挥经营主体和行业协会作用,搭建内外贸融合平台体系,建设面向国内外市场的商品集散中心和商贸集群。举办内外贸融合发展主题展会,精准对接内外贸一体化需求。鼓励地方政府因地制宜探索内外贸一体化发展的平台机制,建设内外贸融合发展示范区,形成先行先试经验做法,在全国复制推广。搭建内外贸一体化第三方服务平台,提供人才培训、信息供给、业务咨询、标准认证、渠道开拓、品牌推广、信保融资、法律援助等集成化服务。

强化国际合作。促进内外贸一体化标准衔接,推动国内标准与国际标准互认,引入并推动跨国公司参与内外贸一体化建设,增强法律法规政策的国际适用性。积极参加国际经贸规则谈判,主导或参与国际经贸规则制定,增强话语权,维护自身经贸利益。

(作者系对外经济贸易大学国际经济法学院教授、博士生导师)