

让平台经济承载更多民生温度

让平台经济承载更多民生温度，这不是“要不要”的选择题，而是“要办好”的必答题。近年来，在市场和监管的双重推动下，平台找到了务实路径。也期待着未来有更多探索。

说起来容易做起来难。为骑手缴纳社保，远比想象中复杂。

你或许想不到，仅美团平台上，接单记录的骑手就超过700万人。其中，只有约10%是全年奔波的全职骑手，近一半人一年跑单不到30天。不少人把送外卖当作“过渡站”，今天在美团，明天跑饿了么，晚上还能接个闪送。而且，骑手中八成以上是外来务工人员，跑几个月换一个地方是常态。

这就带来一连串问题：他们的社保该在哪个平台交？是回老家交，还是在工作地交？如果不在这个城市干了，回老家怎么转接？

比制度障碍更棘手的，是骑手的现实选择。很多骑手觉得，几十年后的社保意义不大，他们更想现在多赚点钱。当眼前的房租、孩子的学费都等着用钱时，未来的养老

确实显得遥远。

对企业而言，这同样是笔“天文账”。即便只是补贴，每年几十亿元支出也绝非小数目。

既然如此，平台为何还要推进？

一方面，这是市场竞争的结果。今年“外卖大战”开打，运力成了比补贴更关键的筹码。用餐高峰时，“半小时达”和“两小时无人接单”的体验天壤之别。社保补贴成了留住骑手、锁定运力的“稳定器”。

另一方面，这源于国家政策的引导与监管的持续推进。人社部、市场监管总局等部门近年来持续推进新就业形态劳动者权益保障，各地也陆续出台配套政策，为企业探索社保路径提供了清晰的制度框架。提高灵活就业人员、农民工、新就业形态人员参保率，仍是“十五五”时期的一项重要

任务。

在市场与监管的双重推动下，平台找到了务实路径。比如美团的方案是“骑手自愿缴，平台补一半”。从试点情况看，这种设计既尊重了骑手意愿，又降低了参保门槛，那种“错过补贴就亏了”的心理效应也撬动了骑手的参保意愿。

让平台经济承载更多民生温度，这不是“要不要”的选择题，而是“要办好”的必答题。当经济发展的车轮滚滚向前，托起那些默默推动车轮的人，不仅关乎公平正义，更关乎可持续发展。骑手社保“全国版”的落地只是一个开始，期待更多平台加入这一温暖的行动。



《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划的建议》将拉动内需明确为“十五五”时期推动经济增长的关键抓手，提出促进形成更多由内需主导、消费拉动、内生增长的经济发展模式。回望“十四五”，金融作为实体经济的血脉，在提振消费、释放内需潜力中发挥了关键作用。新的阶段，通过政策引导、工具创新与服务生态构建，金融支持消费实现多维度跃升，将成为稳增长、惠民生的重要引擎。

政策工具精准滴灌是带动消费市场快速复苏的重要抓手。中央财政持续加大财政补贴力度，与金融贴息协同发力，推动汽车、家电、数码产品、家装厨卫等大宗消费更新换代；设备更新改造专项再贷款政策落地，引导金融机构向符合条件的企业和项目提供低成本贷款；首创个人消费贷款财政贴息政策，覆盖购物、旅游、养老、家装等高频场景；服务消费与养老再贷款定向支持文娱、教育、养老等服务业，惠及约4000家经营主体，为服务业消费注入了强劲动力。

消费信贷量质同增，成为金融提振消费的重要支撑。5年来，消费信贷市场在规范中实现总量与结构的同步优化，不含个人住房贷款的全国住户消费贷款余额较“十四五”初期大幅增长。信贷服务领域不断拓展，从传统的住房、汽车等大额消费，逐步拓展至教育、医疗、文旅、绿色消费等领域。面对消费结构向智能化、服务化、个性化升级的趋势，金融机构主动创新，推出“专精特新贷”“苏知贷”等定向产品，为消费新业态、新模式提供了精准资金支持。

消费金融数字化转型加速推进，为消费服务场景拓展提供了坚实支撑。移动支付、数字人民币等金融基础设施不断完善，推动消费场景向“线上+线下”“城市+乡村”全面渗透。2024年，我国移动支付交易规模达到563.7万亿元，用户规模突破10亿；数字人民币应用场景覆盖餐饮、零售、文旅等细分领域，形成了全场景、全天候的金融服务生态。

也要看到，城乡区域金融服务不均衡、信贷模式与消费需求错配等问题仍然存在，成为制约消费潜力释放的堵点。这些正是新阶段深化金融支持消费改革的发力点。

针对城乡区域金融服务不均衡，完善普惠金融机制是首要发力点。构建县域消费金融生态圈，推动国有大行与农村信用社合作，打通服务末梢。健全农村信用体系，依托“数字乡村”建设，整合社保、医疗、消费数据，建立农村居民信用评价体系，对信用良好的农村消费者给予消费贷款利率优惠和额度提升。因地制宜发展特色消费金融，鼓励东部地区探索“科技+消费+金融”模式，支持中西部地区发展“文旅+消费+金融”，对乡村旅游、非遗体验等项目提供专项贷款。

解决信贷模式与消费需求错配，关键在于推动消费信贷从总量调控向结构优化转型。既要合理调控住房信贷增速，逐步提升支持服务消费、绿色消费的额度，也要发展场景化、小额化、短期化消费信贷，针对新市民、低收入群体推出“信用+收入”双维度评估模型。

进一步激活消费新增长点，强化金融与产业政策的协同联动必不可少。要建立跨部门产融协作平台，打通消费数据与金融授信链条，推动金融机构深度嵌入绿色家电、节能建筑、新能源汽车等产业链前端，提供“支付+融资+保险”一体化服务。鼓励设立消费金融专项引导基金，重点支持养老服务、智慧医疗、体育休闲等民生服务领域创新项目，形成“政策引导—金融支持—产业落地”良性循环，让金融更好赋能消费新业态发展。

在此过程中，防范系统性风险、筑牢监管底线不能忽视。要构建“科技+监管”新型治理体系，建立“中央+地方”双层监管协调机制，明确互联网平台“助贷”业务的资金要求、风险准备金计提标准。加强个人信息保护，严禁无场景、无用途的消费信贷投放，严控大数据杀熟与过度授信行为。实时监测信贷资金流向，对“套路贷”、虚假交易等行为实施零容忍打击，保障消费者权益，为内需持续释放和经济高质量发展提供坚实支撑。

展望“十五五”，只要以长效机制推动金融精准对接消费需求、护航消费升级，必能激活内需这个经济增长第一拉动力，让金融“活水”真正滋养民生福祉。

（作者系清华大学国家金融研究院院长、教育部“长江学者”特聘教授）

守住私域消费信任防线

邱燕

“断联”。尤其是食品类商品，食品经营许可、生产许可等资质难以核实，食品安全风险增高。若商家关闭交易链接、拒绝回复消息，消费者便陷入投诉无门的僵局，合法权益难以维护。

“不留痕”的交易特性，进一步给消费者维权带来阻碍。无论是向监管部门投诉，还是通过法律途径维权，都需要完整的证据链支撑。而在私域交易中，普遍存在“一次一链接”“专属客服对接下单”的情况，这就导致交易记录极易消失；聊天记录可能被随意删除、直播无法回放、收款方与发货方主体不一致等问题，使得取证和追责难度倍增，消费者往往只能“吃哑巴亏”。

规范私域消费交易行为，需多主体协同发力。监管部门需加快将私域消费交易纳入日常监管，建立健全全流程追溯机制，填补监管真空。私域平台要压实主体责任，完善商家入驻审核、商品质量抽检、售后纠纷处理等机制。商家则需摒弃短期逐利思维，主动公开商品信息与资质，守住诚信经营底线。消费者也应提高警惕，留存交易证据，遇到纠纷及时向监管部门反馈。

唯有各方共同发力，才能清除私域消费乱象，既保障消费者的合法权益，也为经营者营造规范良性的市场环境，让私域消费真正实现“信任交易”。

赛场外激情四射，赛场外火朝天，从国际知名赛事境内落地到本土赛事蓬勃发展，赛事经济正以其独特的魅力和强大的带动效应，成为推动消费增长、促进经济繁荣的新引擎。今年上半年，河北、福建等7地监测的511场重点赛事活动，带动体育及相关消费超160亿元，场均带动消费超3000万元。赛事经济为国民经济增长和地方经济转型增添了新的动力，成为激活消费市场、扩大内需的重要力量。

体育比赛天然具有凝聚不同年龄观众的能量、可以汇聚人气的特征。看球、聚餐、住宿、游览，赛事成功串起服务消费全链条，有效带动体育产业及周边产业的消费增长，成为城市塑造形象的金名片、拉动消费的新引擎、发展经济的增长极，更是让群众共享发展成果的新场景。“跟着赛事去旅行”成为一种新的消费风尚，观众在观赛之余，还能欣赏举办地的自然风光和人文景观，不仅延长了消费者的停留时间，也增加了消费的深度和广度。此外，大型赛事的举办，往往需要大量的基础设施建设和公共服务投入，这不仅改善了城市的硬件条件，也为城市的长期发展奠定了基础，为地方产业的转型升级提供了契机。

作为近年来体育产业中的一个亮点，本土赛事和草根赛事取得的成绩让人印象深刻，不论是贵州“村超”“村BA”带来的巨大流量，还是“苏超”一票

踩急刹车赛事经济

本土赛事和草根赛事具有很强的参与主体性，观赛者深度介入其中，运动的热情融入日常生活，激发出强大的消费潜能。本土赛事和草根赛事兼具“注意力经济”和“体验经济”的特征，与地域文化深度嵌套，消费不再是单纯的“买票观赛”，而是一场沉浸式的文化认同与情感消费。

赛事经济的繁荣离不开政策的支持和引导。近年来，国家体育总局出台了一系列措施，推动赛事经济发展。从冰雪经济到户外运动，再到体育赛事进景区、进街区、进商圈，为赛事经济的发展提供了有利条件。政府积极作为、主动服务，让“政府想做的”与“群众想要的”同向而行，用政府的积极作为激发普通群众和经营主体的参与热情。

赛事经济的繁荣离不开当地实际。只有深植本土、大众参与的文商旅融合项目，才能成为激活内循环的密钥。结合各地禀赋，以赛事为入口，以文化为纽带，构建“观赛—体验—消费”闭环，才能创造出打动人心的“顶流”。

从“比赛日”到“狂欢日”，从“一季火”到“全年热”，赛事经济正在重构消费者与运动场的连接方式。要让“一时爆红”沉淀为“长久红火”，把赛事流量转化为体育产业增量。



规范商业体检行业秩序

沈海涛作

伴随居民健康意识提升，我国健康体检需求持续增长，商业体检机构不断发展壮大。然而，近日有调查发现，一些商业体检机构会通过制造健康焦虑、模糊套餐内容，引导消费者增加检查项目。此外，过度检查、漏诊误诊、售后缺位等现象也时有发生，不断地消耗着消费者的信任。如何规范行业秩序、筑牢健康体检防线，成为亟待解决的课题。现行健康体检管理相关法规需进一步完善，明确体检机构的责任、义务及违规处罚标准，为主管部门监管与消费者维权提供清晰依据。有关部门需填补体检机构资质审核、日常运营监管等方面的空白，强化执业监督管理。体检机构应加强流程管理，提升售后服务水平，为体检质量构建制度保障。

（时锋）

补短板高质量共建“一带一路”

黄友星

从硬联通到“软硬双通”，从项目合作到产业生态共建，从经济导向到多目标协同的多维升级……这些年，共建“一带一路”与全球可持续发展的潮流相契合，彰显了中国推动构建人类命运共同体的时代担当。

党的二十届四中全会提出“高质量共建‘一带一路’”。近5年来，基础设施硬联通与规则标准软联通协同发力，中欧班列累计开行超10万列，中国已与69个国家和组织签署113份标准化合作文件。产业生态共建成效显著，以产业园区为载体的平台产业生态日趋完善。多目标协同落地生根，中老铁路、黑山莫茹拉风力场等一批标杆项目通过经济赋能、环境改善与社会发展协同共赢，生动诠释了共建“一带一路”的多目标平衡实践。

高质量共建“一带一路”离不开政策创新赋能。2022年我国《关于推进共建“一带一路”绿色发展的意见》鼓励企业以超越东道国的严格环境标准开展经贸活动，让绿色成为共建“一带一路”的底色。2024年《关于数字贸易改革创新发展的意见》对数据跨境流动便利化的推动，带动了共建国家的产业数字化转型。

也要看到，共建“一带一路”在向高质量跃升的过程中仍面临部分结构性短板。在“软硬双通”上，各国规则标准的碎片化依然明显，绿色认证、跨境数据流动等软联通明显滞后于基础设施硬联通。在产业生态共建上，部分共建国家本土化配套率偏低，产业链协同效应有限。在多目标协同上，绿色转型的成本与融资困境、部分民生项目与当地需求的错配、潜在生态风险的压力依然对高质量共建“一带一路”带来挑战。

在产业层面，应聚焦数字经济、绿色发展等关键领域，联合各国共同制定统一规范，推动建立“一带一路”规则标准互认联盟，加强各国在软联通上的协调。围绕“一带一路”产业生态建设形成常态化跨国协同机制，通过亚投行、新开发银行等多边金融机构及丝路基金等区域专项基金，加大对合作园区“上下游配套+产学研联动”生态的融资支持，推动光伏、储能、人工智能等新兴产业集群出海，推广“班列+园区+电商”模式与“数智+绿色”路径相融合的发展架构，促进产业生态深度重构。通过共建国家的政策协调，提升绿色低碳、民生效益在项目评估体系中的权重，增强融资工具的绿色属性和普惠属性。

企业层面，应尽早完成从“走出去”到“融进去”的转变，优势企业应积极参与国际标准制定，助力中国与共建国家的标准对接，可借助“丝路电商”等合作机制拓展市场，推动产品标准互认。拥有丰富园区运营经验的企业应加大对“一带一路”方向的布局，助力形成产业新生态。在企业本土化过程中，鼓励形成“鲁班工坊+企业”的新模式，满足企业对职业技能人才的需求。将高水平ESG（环境、社会和公司治理）视为核心竞争优势，积极响应“超越东道国原则”。消费者层面，以数字消费联通为软联通重点，将数字支付与人民币国际化相结合，扩大数字人民币跨境应用场景，适时推广“数字人民币+跨境电商”模式试点。对购买绿色产品的消费者给予政策优惠，通过“丝路电商”直播带货等模式助力共建国家特色产品进入中国市场，以消费端绿色转型促进“一带一路”产业生态重塑。深化“一带一路”人文交流，传播共建共享理念，关注面向“Z世代”等新型世代的消费体验，使消费更具包容性、普惠性。