

长短兼顾 加力扩内需

扩大内需是当前经济工作的重中之重。7月底召开的中央政治局会议明确要求“加力扩大内需”“有效扩大国内需求”，部署了挖掘服务消费潜力、扎实推进“六张网”规划建设等工作。当前，内需总量承压与结构优化并存，加力扩内需并不是简单地扩规模上项目，而是既靠政策及时发力稳住当下，更靠深化改革打开长期空间。

看形势，内需恢复基础尚不牢固。1月份至7月份，社会消费品零售总额同比增长1.2%，全国固定资产投资同比下降6.7%。亮点同样不容忽视，服务消费增势良好，新赛道投资扩围提质。1月份至7月份，服务零售额增长5%，明显快于商品零售额增速，旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额增速均超过10%；高新技术产业投资同比增长5.0%，其中电子电路制造业投资增长57.7%、信息服务业投资增长19.2%。

看挑战，外部不确定性传导与内部结构性矛盾交织。全球经济增长放缓，地缘政治风险加剧；居民收入预期不稳、“一老一小”后顾之忧尚存，制约消费潜力释放；民间投资信心不足，市场预期有待改善。但挑战之中亦有机遇：我国服务消费占居民消费支出比重仍远低于发达经济体，未来发展空间广阔；“六张网”建设投资规模大、产业链带动强，仅新型电网投资“十五五”时期就预计起

当前，内需总量承压与结构优化并存，加力扩内需并不是简单地扩规模上项目，而是既靠政策及时发力稳住当下，更靠深化改革打开长期空间。政策加力与改革发力协同推进，为经济持续向新向优向好发展筑牢内需根基。

5万亿元。

当前，最突出的症结是供需错配：一头是居民消费意愿和能力未能充分释放，另一头是国内市场能提供的优质产品和服务还不够丰富。从消费看，居民消费倾向修复偏慢，背后既有收入预期偏弱的因素，也有“想买的买不到、想体验的体验不了”的结构性矛盾。高品质商品、个性化服务和新型消费供给仍存在较大缺口，导致相当一部分需求外溢或被压抑。中央政治局会议强调“适应不同群体消费需求扩大优质供给，挖掘服务消费潜力”，正是针对这一矛盾的科学部署。

从投资看，并非市场缺乏投资机会，而是投资意愿与投资能力之间存在落差。房地产和传统基建投资的回报率走低，企业对此类项目越发谨慎；新兴产业、绿色转型、数字化改造等领域虽前景广阔，但部分领域技

术路线尚在演进之中，商业模式仍需市场验证，加之投入大、周期长，企业往往持观望态度，不敢轻易布局。此外，民间资本在融资可得性、项目信息对称性等方面仍面临隐性壁垒。因此，扩大有效投资既要加大优质项目推介，也要着力降低制度性交易成本，明确参与模式、回报机制、退出机制，让民营企业“敢投、能投、愿投”，将潜在投资需求转化为现实增长动力。

加力扩内需，短期要“快”字当头，抢抓时间窗口。投资端要抓住三季度施工旺季，加快政策性金融工具和专项债资金投放，尽快形成更多实物工作量。消费端要围绕文旅康养、体育演艺、数字消费等重点领域，丰富消费场景，扩大优质供给，促进智能终端、绿色家电等升级类消费。但短期政策不能只盯着“花钱”，更要注重“精准”，让扩大内需与民生改善、产业升级同频共振。

加力扩内需，长期要“深”字着力，靠改革释放潜能。深化收入分配改革，深入实施就业优先战略，缩小城乡差距，让人们“有钱花”；完善社会保障体系，特别是抓好“一老一小”服务，让人们“敢花钱”；加快建设全国统一大市场，持续优化营商环境，提振民间投资信心，让企业“愿投资”；扎实推进“六张网”规划建设，加力支持科技创新、现代化产业体系建设，持续提升供给质量。

扩大内需不是权宜之计，而是关系经济长远发展的战略选择。我国正处于新旧动能转换的关键期，既要有“等不起”的紧迫感，果断出手、精准施策；也要有“急不得”的战略定力，深化改革、久久为功。政策加力与改革发力协同推进，为经济持续向新向优向好发展筑牢内需根基。



殷成东

挖掘地铁空间公共服务新场景

赵光辉

哈尔滨市香坊区人社局积极拓宽工作思路，在地铁站附近举办专场招聘活动，提供一站式便民就业服务；合肥市肥西县委民政局婚姻登记处入驻合肥轨交3号线幸福坝站，成为全国首个设在地铁站内的婚姻登记点……如今，城市发展进入以存量提质增效为主的阶段，地铁站的价值不能只靠客流量、票务收入来衡量。把婚姻登记、政务服务、文旅咨询、劳动者驿站等嵌入通勤动线，看似只是增加几个窗口、几项功能，实质上体现出“空间增量有边界，价值增量无边界”的城市治理思路。

更值得关注的是，地铁空间的价值远不止于此。一些地方已经开始探索政务服务落地地铁、地下文化空间、户外劳动者休憩区等新场景。

然而，从实际情况看，不少探索仍停留在单点“盆景”，距离形成可复制、可持续、全线网覆盖的“风景”还有距离。问题并不只是有没有闲置空间，更在于有没有一套适配的治理机制。

比如，公共服务短期难以产生经营收益，而轨道运营评价往往更加看重票务、广告和商业租金；一些老线路建设之初主要考虑通行和疏散，公共服务空间预留不足，新建线路又面临轨道交通、地下空间、市政设施等规划衔接问题；地下空间开发涉及

多个部门，如果权责不清、标准不一，创新就容易止步于试点，等等。

由此看，地铁空间开发不能停留在“加项目、摆终端、设窗口”，更不能简单理解为多开几家店、多增加几种业态。功能叠加只是表象，治理协同才是内核。

要把规划做在前面。新建轨道线路应加强统筹，在满足安全和通行要求基础上，为公共服务和城市基础设施预留弹性空间；对既有线路可因地制宜开展微更新，盘活闲置通廊、夹层和边角空间。

完善价值评价方式。政务服务窗口、劳动者驿站、游客服务点等，很难简单用租金收益衡量。如果只算经济账，一些有公共价值的空间就可能因“不赚钱”而难以持续。可探索更加综合的评价机制，既看经营收益，也看政务办件、公共服务、城市保障等社会效益，推动公益服务与便民商业形成良性互动。

强化跨部门协同。轨道站点连接的是一条线路，背后往往连接多个管理部门。只有进一步理顺规划、建设、管理和运营机制，推动数据、设施、标准相互衔接，才能减少重复建设和重复改造，让好的试点从“一站创新”走向“一网共享”。应分类施策、因站布局，把最需要的服务放在最合适的地方。精准比齐全更重要，适配比准叠更有效。

当前，我国新能源汽车正走向规模化应用，成为汽车产业新的增长点。今年上半年，新能源商用车国内销量达49.6万辆，同比增长40.2%，占商用车国内销量的比重提高至30.4%；新能源重卡销量同比增长接近80%，进入快速普及推广的新阶段。

与乘用车主要满足个人消费不同，商用车既是交通工具，也是生产资料，其市场需求与物流运输、工程建设、城市运行、产业发展密切相关。进一步释放新能源商用车市场潜力，不仅能够带动汽车消费和设备更新，还可以促进动力电池、补能设施、智慧物流、能源服务等产业协同发展，为扩大有效投资、降低物流成本、推动产业升级注入新动能。

推进商用车新能源化，也是交通运输领域降碳减排必须啃下的“硬骨头”。我国提出新一轮国家自主贡献目标，明确到2035年全经济范围温室气体净排放量比峰值下降7%至10%。实现这一目标，既要巩固乘用车电动化优势，更要加快高能耗、高排放商用车辆的绿色替代。

新能源商用车市场扩容还将带动新一轮基础设施建设。商用车辆运营里程长、出勤频率高，对补能速度、设施可靠性和跨区域衔接能力要求更高，由此形成大功率充电、快速换电、配电网扩容以及综合能源服务设施的投资需求。零碳运输走廊建设还可推动交通网、补能网与电网融合

积极拓展新能源商用车市场

增量。不过，基础设施建设不能简单追求数量，还应根据货运流量、车辆运行轨迹和区域能源条件合理布局，避免重复建设。

近年来，我国对新能源商用车的政策支持不断增强。2026年老旧营运货车报废更新政策将国三、国四排放标准营运货车纳入支持范围，并优先支持更新为新能源货车。公交、环卫、城市配送等公共领域车辆电动化持续推进，港口、矿区和物流园区则形成了换电重卡集中应用模式。政策着力点也从补贴车辆购置，逐步拓展到补能设施、路权保障、金融保险、售后维修和标准体系建设，推动形成覆盖车辆全生命周期的支持体系。

接下来，新能源商用车还应从场内运输和中短途运输向跨区域干线物流拓展。一方面，保持政策稳定性和连续性，落实好老旧营运货车报废更新政策，发展车电分离、电池租赁、融资租赁和绿色信贷，降低经营主体初始投入；另一方面，立足真实运输场景，推动技术创新，在城市配送、短途倒运和长途干线等不同领域形成差异化技术方案，不能简单以一种技术路线覆盖所有需求。加快跨区域补能网络 and 标准体系建设，推动充换电设施与电网、货源和车辆运营协同规划，逐步构建“车辆—货源—补能”高效衔接的运营生态。



斩断影视行业背后敲诈黑手



更多内容 扫码观看

近期，公安机关网安部门侦破多起影视行业舆情敲诈案件。不法团伙操控网络账号制造虚假负面舆论，以删帖控评为交易筹码，胁迫影视从业者付费“消灾”。该行为扰乱文娱产业正常经营秩序，触犯刑法敲诈勒索罪。要严厉打击此类违法行为，压实平台审核责任，不给网络敲诈可乘之机。



放大演唱会经济乘数效应

孔钰钦

今年上半年，我国演唱会市场场次、票房、人次3项核心指标均实现增长，演唱会经济对城市消费的带动作用日益凸显。测算显示，演唱会跨城观演比例超55%，观众人均停留2.5天以上，附加消费近3500元，约为普通游客消费水平的3倍。演唱会经济的辐射半径已超越场馆围墙，延伸至交通、住宿、餐饮、旅游、零售等多元业态。票面营收之外，需进一步探索的是如何持续传导这种乘数效应，打造经济发展新引擎。

演唱会经济的乘数效应正在渐次释放。其一，来自空间维度的跨城辐射。跨城观演让演唱会不再是孤立的文化事件，而是成为城市间客流再分配的“中转站”。国铁成都局为泸州音乐节和重庆演唱会加开夜间动车；国铁沈阳局在演唱会后组织返程专列，营造音乐主题车厢。这些“歌迷专列”解决了出行刚需，更将旅途出行、观演体验、城市消费串联融合。

其二，来自产业维度的跨界融合。乘数效应的本质是消费在不同业态间形成多轮次潜力释放。这种“接力效应”在今年上半年得到进一步深化，如

三亚将演唱会票根升级为串联吃、住、行、游、购、娱全链条的“城市惠游通行证”，联动近20家企业推出超150款专属文旅产品，带动4家离岛免税店销售额达1.55亿元。青岛、南宁、阳泉等地也尝试将演唱会与特色节庆、文化展览打包推出。各地开始探索从“销售一场演出”到“经营一座城市”的思路升级。

其三，来自社会维度的文化普惠。演唱会经济的乘数效应具有地域文化传播与资源均衡配置等社会价值，有效促进了各地文化资源尤其是二、三线城市文化的宣传推广。如太原自2023年至今先后落地大型演唱会超70场，相关话题全网播放量突破50亿次，省外观众占比超60%。此外，二、三线城市乃至县城市场逐渐成为演唱会经济的重要增量。今年上半年，众多巡演安排延伸至河北唐山、山东临沂、广东湛江等城市，降低观众欣赏演出的门槛。

演唱会市场自发释放的乘数效应生态初显，呼唤制度化的引导与治理转型及时跟进。首先，是票务规则的标准化。退票难、转票乱、定价黑箱长期困扰消费者。不同演出项目的退改政策各

壮大耐心资本，完善支持中长期资金入市政策体系，是“十五五”时期需要完成的一项重要任务。基本养老保险基金、企业年金是一笔规模达10万亿元级的“长钱”，充分激活养老金“长钱长投”新动能，对于更好实现保值增值具有重要意义。

基本养老保险基金承载亿万群众养老保障功能，资金来源稳定、存续期较长，具备开展长期投资的禀赋。企业年金是企业 and 职工共同缴费形成的补充养老金，资金锁定期与职工退休周期匹配，适合跨周期配置权益资产。两类资金一头连着广大群众养老福祉，一头连着资本市场改革发展，兼顾安全性、收益性、长期性三重目标，既是守护民生保障的“养老钱”，也是赋能产业创新的“长钱”。

近些年，我国养老金入市已形成制度性框架，但长钱短投、配置保守、考核错配等卡点堵点，制约了这类资金把期限优势转化为收益优势、把规模优势转化为市场稳定优势。比如，受考核机制短期化惯性影响，投资管理机构配置于低收益类的固收资产——银行存款、国债等品类的比例依然偏高，不敢加大高收益类权益资产配置力度，难以践行价值投资、长期投资理念；企业年金覆盖面有待拓宽，资金整体规模增长潜力尚未完全释放；与养老金长期投资相匹配的优质供给、风险管理工具等也要进一步完善。

推动养老金实现“长钱长投”很重要，也很紧迫。养老金对应的是数十年后的支付需求，理论上可承载较高权益波动、获取长期股权溢价。海外主要养老基金权益资产配置普遍比较高，正是依靠跨周期持股分享了产业升级的巨大红利。从我国的情况看，把这笔“时间的钱”用好，既能助力产业升级与创新，为资本市场注入低换手、高稳定的增量资金，也能增厚养老金收益、缓解人口老龄化的压力。这是壮大耐心资本的双向红利。从这个意义上看，应充分激活养老金“长钱长投”新动能。

重点是“改标尺”。加快完善长周期考核机制，把跨周期收益、风险控制纳入评价体系。只有将评价标尺锚定较长周期，养老金的管理机构才敢于在低估值区间布局高股息蓝筹、国家级重大项目，真正回归“战略配置者”的定位。国际经验表明，考核周期每拉长一档，权益类实际配置比例可系统性上移5个至10个百分点，这对于庞大的养老资产而言，意味着巨大的收益增厚空间。

完善有关配套措施。稳步拓展投资规模与渠道。持续推动各地扩大养老金投资规模，在严守权益投资比例上限前提下，科学优化资产结构，着力提升权益资产配置水平，特别是加大对国家战略性新兴产业的投入力度。引导养老金积极参与上市公司治理和定向增发，推动完善分红机制，深度分享实体经济成长收益。丰富适配金融产品工具，开发低波动、追求长期复利的权益产品，完善股指期货、国债期货等对冲波动的风险管理工具，匹配养老金“敢投权益、会管波动”的稳健投资需求。夯实长期主义底座，持续提高上市公司质量，完善信息披露，培育一批主业突出、创新能力强、治理规范的优质企业，为养老金提供充足可投资标的，形成“长钱支撑实体、实体反哺长钱”的良性循环。

牢牢守住风险底线，统筹好长期投资与资金安全。养老金是人民群众的养老保障，安全是第一位要求。长周期考核不等于放松风险管控，不是放任高风险投资。养老金开展长期投资，应坚守审慎稳健原则，严格执行投资比例约束，做好大类资产分散配置，健全风险监测预警机制，压实受托机构、托管机构和投资管理机构各方风险责任，完善投资问责机制，在风险可控前提下追求长期合理收益，绝不以牺牲资金安全换取短期收益。

此外，相关部门要协同发力。以基本养老保险基金、企业年金为重要支点，持续打通中长期资金入市卡点堵点，切实推动养老金从“沉睡的资产”变为“耐心的资本”。唯有如此，才能更好实现跨周期保值增值，让时间复利兑现为民生福祉，为我国经济行稳致远提供重要支撑。

行其是，遭遇突发状况时消费者常被简单粗暴地拒之门外。从制度层面探讨全国统一的演出票务退改规则，是演唱会市场健康发展的题中之义。票务平台须提升技术应用水平、升级智能风控能力，营造透明公正的票务环境，方有演唱会市场的稳固底座。应将“招项目”转为“建生态”。不少城市前期以补贴力度和场馆条件力争大型演唱会落地，但演出落幕后，消费链条往往随之冷却，乘数效应难以真正延续。将演艺纳入城市整体消费动线设计，延长观众停留时间，丰富消费触点，演唱会票根至关重要。山东济宁的“票根经济”、海南三亚的“城市惠游通行证”为城市文旅生态化运营提供了有益借鉴。

还应打造差异化内容供给。如何结合地域特色，寻找差异化的运营切口，打造演唱会综合体验，成为破局关键。例如，成都尝试将音乐节与本土潮流文化、非遗元素结合，打造具有地域特色的“蓉城音乐季”IP，收获广泛好评。演唱会市场可在“抢明星”之外，挖掘在地文化资源、创新特色文化IP，在“造体验”上下功夫。