

数说经济
中国新闻奖名专栏

了不起的“超级卖家+超级买家”

世界工厂,更是世界市场。今年前三季度,我国货物进出口总额同比增长18.8%,规模创历史同期新高,出口、进口分别同比增长16.4%、22.3%,进口增速快于出口5.9个百分点。这种既是“超级卖家”也是“超级买家”的双重角色,在全球主要经济体中并不多见,成为中国开放型经济的鲜明特征。

作为“超级卖家”,我国的竞争力早已跳出低成本优势的旧标签,转向高质量供给的新优势。从基础零部件、日用消费品到新能源汽车、锂电池、光伏产品“新三样”,我国已形成了门类齐全、配套协同、规模与柔性兼具的制造底盘。我国稳定的产能、持续升级的产品结构,既通过充裕的优质商品供给平抑全球物价,缓解各国居民生活成本上涨压力,又能让各国生产者获得高性价比的中间品与设备,为全球产业转型提供可靠支撑。

我国出口增长既源于规模经济与创新能力提升,也来自各国绿色转型和工业化发展的需求。数据显示,前三季度,装备制造业贡献了近九成的出口增量,中间品占出口总值比重超过一半,出口集成电路增长99.1%,电脑零附件增长2.1倍。作为“超级卖家”,我国带来的不只是商品,更是成本的确定性和预期的稳定性。这种确定性,不是靠低价竞争换来的短期优势,而是依托全产业链协同、持续技术迭代形成的长期能力。特别是在全球经济前景不明、多重风险交织

一个能够持续向世界提供高质量供给的制造体系,必然也是一个大规模吸纳全球要素的需求体系。“超级卖家+超级买家”的中国,带给世界的机遇是普惠性的。

的背景下,供给不中断、价格不失控、升级不停步的中国制造,本身就是一种稀缺的公共品。

“超级卖家”的另一面,是“超级买家”。一个能够持续向世界提供高质量供给的制造体系,必然也是一个大规模吸纳全球要素的需求体系。我国坚定实施扩大内需战略,坚定不移扩大对外开放,连续17年成为世界第二大进口市场,今年自3月起进口增速连续7个月超过两成,9月进口规模首次突破2万亿元。14亿多人的超大规模市场敞开大门,意味着更多国家可以搭上中国经济的快车,分享发展机遇。

前三季度16.74万亿元的进口额,拆开来查看有两层。生产端,我国加快发展新质生产力,对优质原材料、关键零部件和先进技术设备的需求持续攀升,前三季度我国进口存储部件增长1.5倍,集成电路增长56.6%,航空器零部件增长17.6%,铁、铝、镍

等金属矿砂进口量超过12亿吨;需求端,居民消费升级,对海外优质商品、特色服务的需求稳步释放,马来西亚鲜榴莲、法罗群岛三文鱼、意大利橄榄油等商品进口规模大幅增长。

作为对外开放的两大标志性展会,广交会与进博会是观察我国经济的重要窗口。正在举行的第140届广交会的3万多家参展企业中,专精特新、单项冠军等优质企业超过1.1万家;展出的新产品和绿色产品占比分别达23.2%、26%,双双创下历史新高。11月5日,第九届进博会又将如约而至,参展的世界500强和行业龙头企业首次超过300家,九届进博会“全勤”的企业和机构近200家;首次参展的“新面孔”企业超2000家;全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品预计超过480件,创历年新高。两场展会前后衔接、功能互补、展商踊跃,正是全球企业用脚投票、认可中国双重价值的最好证明。

“超级卖家+超级买家”的中国,带给世界的机遇是普惠性的。对资源型国家而言,持续扩容的中国进口需求,有助于对冲大宗商品周期波动;对发达国家企业而言,中国完备的产业体系、海量的应用场景,能够有效摊薄企业创新成本,促进迭代升级;对广大发展中国家而言,既可以借进博会等平台将特色商品销往中国,也可以接入我国的产业链配套体系,获得工业化加快发展的机会。绿色、数字等新兴领域的双向贸易增长,更带动跨国标准对接、技术协同,为全球绿色转型和数字合作搭建通道。

一个持续升级的“超级卖家+超级买家”,既发展自己,也造福世界。这是我国经济的韧性与底气所在,也是我国与各国相互成就的生动写照。



国家统计局数据显示,今年前三季度我国第一产业增加值为58994亿元,同比增长3.7%。根据世界银行公布的全球农林牧渔业增加值数据,中国第一产业规模持续居全球首位。但生产规模和市场容量并不能自动转化为企业的国际竞争力,能否将分散的生产主体、多样的消费需求与全球资源有效衔接,形成稳定的供应链、持续的创新能力和可靠的品牌信誉,才是农业企业成长的关键。

从生产端看,目前我国农业以小农户为基础,区域差异大、产品种类多,流通体系具有产地集散、批发交易与多级配送相衔接的特点。美国大宗农产品生产则更多依托规模化农场,在机械化、标准化和专业化分工方面形成较强优势。这些差异与资源禀赋、人口规模和市场结构密切相关。中国农业企业的发展,应立足自身生产和消费特点,通过订单采购、社会化服务、加工物流和质量

管理,将小农户连接到更大的市场,在提高组织效率的同时保障农民合理分享产业增值收益。全球农业竞争早已超出种植养殖环节。大型粮贸企业以及肉禽、果蔬、种业、农资和农机领域的跨国公司,通过采购网络、加工设施、物流体系和技术服务组织全球资源。我国粮食、乳业、畜牧和食品加工等领域也已形成一批骨干企业。随着农业价值链延伸,无人机、智能装备、数字服务等企业进入生产环节,新零售、新茶饮和连锁餐饮则从消费端推动原料采购、产品加工与供应链建设。观察农业企业的竞争力,需要将视野拓展到整个农业系统以及相关技术和服务领域。

我国农业企业参与国际分工已有较为坚实的市场基础,消费结构变化为企业沿产业链拓展提供了新空间。高价值农产品需求有利于企业从采购和销售向产地合作、分选加工、冷链物流和品牌经营延伸。但进口规模扩大并不意味着企业自然具备全球运营能力,稳定控制品质、损耗和交付成本的能力仍需长期积累。

咖啡和茶饮等产业也体现了消费端对农业供应链的带动作用。随着国内市场发展,相关企业对原料品质、采购稳定性和加工标准提出更高要求,推动采购关系向产地延伸。对企业而言,长期竞争力来自对原料、加工和消费需求的协同组织。只有建立稳定的产地合作关系、质量追溯机制和供应链管理

能力,消费市场优势才可能转化为国际经营优势。新技术正在拓展农业企业的竞争空间。人工智能、无人机和智能装备,可以在田间监测、精准作业和生产管理等环节提高效率;育种和生物技术则有助于改善生产性能与提高资源利用效率。原有技术与投入品配套的商业模式,将与算法、模型和专业服务等新模式并存。对“技物分离”应作具体分析:部分技术可以通过服务独立输出,但仍需与种子、农资、装备和田间条件协同应用。我国企业应重视将单项技术转化为可验证、可推广的生产解决方案,并完善海外服务、知识产权保护和本地适配能力。

今年中央一号文件明确提出“培育具有国际竞争力的农业企业”,并将其与进口多元化、扩大优势特色农产品出口和参与国际粮农治理相衔接。企业应在稳固国内农业基础、维护粮食和重要农产品供给安全的前提下,通过科技创新、产业升级和国际合作提升竞争力,使海外经营与国内产业发展形成相互支撑的关系。

培育具有国际竞争力的农业企业,需要更具针对性的政策支持。完善贸易、投资、检验检疫和技术标准等公共信息服务,支持企业加强产地合作、加工物流和海外营销服务网络建设;根据农业生产周期和跨境经营特点,改善融资、保险和风险管理服务;鼓励企业与农户、合作社和科研机构形成稳定合作机制。政策评价既可关注企业经营绩效,也可关注其技术贡献、供应链韧性和带动增收效果。通过企业能力的持续提升,依托国内大市场塑造全球资源配置优势,才能为农业现代化和更高水平开放提供坚实支撑。

(作者系中国社会科学院农村发展研究所研究员)

陪诊行业迈向规范化

臧梦雅

国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布的《社会化陪同就医服务基本要求》,将于今年11月1日起正式实施。这是国内陪诊行业首个国家级标准,标志着长期无序发展的陪诊行业即将迈入规范化发展新阶段。

当前,有陪诊需求的主要是老年群体,第一代独生子女逐渐步入照护主力期,其家庭内部可调用的亲属资源较少。同时,医院数字化转型持续深化,提升管理效率的同时也提高了就医操作门槛。这些问题都让陪诊服务从“可选”逐步走向“刚需”。未来,伴随独居、空巢老人规模不断扩大,跨省市异地就医群体持续增长,陪诊市场还将继续升温。天眼查数据显示,目前全国经营范围包含陪诊服务的相关企业已经超过2000家。

在市场需求增长的同时,乱象也随之而来。一方面,由于行业标准缺失、监管与培训体系不足,一些人员未经系统培训就上岗。有的对医疗知识一知半解,有的越界给出诊疗建议,甚至代替患者作出治疗决策。另一方面,合规运营的陪诊机构承受着低价无序竞争的挤压。此外,供需信息不对称等问题也导致消费者难以核验从

业者的正规资质。

今年1月,民政部、国家发展改革委等8部门联合印发《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》,明确提出“支持培育专业化陪诊助医机构,规范开展老年人陪同诊治等服务”。地方层面的探索也已先行,上海、成都、浙江等地此前也陆续出台了地方服务标准和专项能力认证政策,为全国标准的落地积累了实践经验。

此次国家级标准出台,从人员资质、服务边界、流程规范等方面为行业提供了统一依据,回应了群众长期以来民生诉求。国标实施之后,正规机构能更好凭借标准化服务和专业人才扩大优势,市场也将从“拼价格”走向“拼质量”。对于消费者而言,选择有实体、有资质、签协议的正规机构,正在成为共识;对于从业者而言,系统培训、持证上岗、提升专业能力,才是长期发展的唯一路径。

从缺乏规范到国标覆盖,陪诊行业之路才刚刚开始。除了持续强化行业监管与规范治理,有关部门、行业协会不妨进一步搭建和完善相关公共信息服务平台,以便核验从业者资质与服务能力。

(中国经济网供稿)

日前,国家金融监督管理总局、大连市委金融办等7部门联合印发《关于大连市加快海洋经济保险服务体系建设推进海洋经济高质量发展的若干举措》,对当地构建多层次、广覆盖、韧性强的现代海洋经济保险服务体系进行了系统部署。除了辽宁大连,山东青岛、福建福州、广东珠海等地也纷纷出台相关举措,深耕海洋保险,护航蓝色经济。

发达的海洋经济是建设海洋强国的重要支撑。如今,我国海洋经济发展势头强劲,正加快构建现代海洋产业体系。不过,由于海洋环境复杂多变,且海洋产业具有投入长周期、高风险等特征,海洋经济高质量发展还面临不少瓶颈。而保险业在服务海洋强国建设、护航海洋经济高质量发展中扮演着重要角色,能有效发挥补短板作用。接下来,可多措并举为海洋经济上好“蓝色保险”。

加强部门协同联动,推进海洋经济保险体系建设。海洋经济涵盖海洋牧场渔业、海上风电、海工船舶等诸多领域,海洋保险工作涉及金融、农业渔业、工信、气象等多个监管部门,单靠保险机构“单兵作战”难以形成合力。需强化地方政府推动,出台相关支持政策,加强多部门、多领域协同联动,实施规划引导、扩大风险供给和强化组织保障,有效提升海洋经济保险体系建设。发挥好行业协

为海洋经济保驾护航。通过“风险共担、合作共赢”机制整合行业资源,提升保险业承保能力与服务质效。

创新产品和服务,筑牢海洋经济“防波堤”。我国现有的保险产品已覆盖海洋产业的大多数领域,但仍以传统险种为主。海洋经济的风险形态多样且特殊,传统保险产品难以有效覆盖,迫切需要有针对性的产品和服务创新。例如,在海洋生态环保领域,海洋碳汇保险是新兴险种,保险业可通过碳汇价值开发、污染防治等路径,构建起一道蓝色生态屏障。又如,指数保险是以预先设定的客观外在参数(如海温、风速、气温等)作为赔付依据的财产保险产品。指数保险选取易观测、与海水养殖高度相关的指标作为触发赔付标准,可解决定损难、理赔慢等痛点。

科技赋能,实现风险“防赔结合”。加大金融科技赋能力度,推动大数据、物联网等科技在信贷融资、保险定损中的应用。对接海洋多样化风险管理需求,搭建以海洋大数据为支撑、以蓝色保险为载体的涉海专业服务平台。通过科技手段加强风险监测和预警,推动保险服务从“灾后赔付”向“灾前预防”延伸。推行风险减量管理模式,组织保险专业团队深入海洋产业一线,协助客户完善防灾设施、提升防灾能力,有效提升海洋经济整体抗风险能力。



网络测评不是流量“把戏”



更多内容 扫码观看

针对网络上持续数月的纸尿裤含甲酰胺伪测评,多部门开展全面核查,用科学结论平息社会焦虑。此类行为不仅引发民众恐慌,还会扰乱市场秩序。网络监督不能任性而为,面对民生关切,既要规范网络测评行业,也要及时辟谣,以专业和法治筑牢社会信任基石。



“飞起来”不应止于新鲜感

陈朋

从直升机俯瞰太行山的巍峨脊梁、搭载载人飞行器在珠江玩“贴面飞行”、于千米高空一跃而下”体验跳伞乐趣、在城市烟火中欣赏无人机灯光秀……继City Walk(城市漫步)爆火之后, City Fly(城市飞翔)正在成为一种新潮流。

与传统文旅项目主要依靠步道、观景台等地面空间不同, City Fly以航空科技为底座,以山川风光、城市风貌、人文底蕴等为支撑,以体验感强、打卡属性突出为“卖点”。一些市场敏感感强的地方迅速捕捉这一先机,花样迭出高频引流。比如,广东、重庆等地依托丰富的海洋、大湾区、山峦等资源 and 成熟配套的产业体系,多元布局城市观光、山水体验、低空研学、灯光秀等文旅新场景,让游客从“地面看风景”走向“空中寻体验”,为文旅消费注入新的想象空间。河南、贵州、湖北等地则依托当地独有的山地、河湖资源,推出滑翔伞、热气球、直升机观光赏景等项目,让过去电影里的桥段成为新晋的流量密码。这些新场景、新观赏方式打破了传统地面观光的局限,把单一的平面观光升级为高空立体的三维沉浸式体验。

正是这一新奇特性,使其深受亲子家庭、青年群体的青睐,迅速实现了聚拢人气、激发市场活力的双重目标,也为一些地方盘活文旅资源、激活消费潜能

提供了新空间。

应当看到,文旅新项目的发展不能停留于博取眼球的新鲜感。新鲜感固然可以作为撬动市场的起点,但是并不足以支撑其长远发展。这些文旅项目的价值在于以“空中对话”的方式,搭建参与者与大自然和当地特有历史文化底蕴对话交流的纽带,进而实现自然观光、文化感知、感官刺激和情感共鸣的同频共振。否则,参与者初次升空的新鲜感一旦褪去、热度消散,就很难产生“再来一次”的意愿。因此,要想让这些文旅新项目从网红走向长红,需要从多方面协同发力。

树立系统思维尤为重要。一些地方的成功经验表明,文旅产业的发展并不局限于某一个领域、某一个环节,而是要告别“起飞—降落”这种简单线性的流程,将空中体验与文化创意、体育赛事、教育科普、研学游等地面活动深度融合。因此,可将这些新项目的发展纳入地区整体发展规划,打造“航空服务+文旅创意”的立体化和多产业融合的发展格局,让参与者在高空赏景之后还想深入城市街巷、山谷村落进行沉浸式探访,以“由空入地、由表及里”的完整体验,带动短途旅游和跨城联动的蓬勃发展。还可推动文旅与航空飞行等节庆赛事活动融合、绑定,通

过丰富的产品供给满足年轻群体的个性化需求。

文旅项目应当给游客独特的文化体验。可结合当地已有的历史文化底蕴设计独特的主题,让每一次体验都成为一次有故事、有温度、有感悟的文化之旅。比如,当游客乘坐飞行器俯瞰黄河时,看到的不仅仅是黄河的壮阔,还能感悟生命的奔腾不息和伟大的民族精神。当游客飞越平遥上空时,既能领略古城风光,还能感受晋商票号汇通天下的商业执着。只有让每一次“飞行”都成为留在记忆深处的文化之旅,才能避免低空文旅转瞬即逝。

延长产业链是文旅项目从“一次性打卡体验”转化为“可持续长效价值”的内在要求。因此,可通过延伸产业链推动文旅关联产业协同发展。总体上看,“低空文旅”项目的产业链比较广泛,涵盖制造业、运营服务和文旅产品开发。在上游制造业领域,可以带动飞行器、导航系统等设备的研发与生产;在中游运营服务领域,可以激活飞行活动组织、酒店餐饮、住宿交通、商品零售等关联产业;在下游文旅产品开发领域,可以将游览线路设计、文化创意活动、周边服务、研学教育、婚庆纪念、企业团建等个性化需求深度融合,拉长产业链,丰富消费层次。

(作者系江苏省社会科学院研究员)