

推动经济增长,消费主引擎如何发力?

○新华社记者

一季度收官之际,中国经济运行态势备受瞩目。

消费是拉动经济增长的主引擎。今年以来,中国市场销售持续恢复,服务消费较快增长,与此同时,部分商品消费增速放缓,居民消费价格低位运行,个别外媒片面渲染所谓“中国消费恢复乏力”“中国消费失去潜力”,甚至恶意鼓噪中国消费主引擎“熄火”。

事实果真如此吗?新华社记者深入调研,多维度审视中国消费态势,客观分析中国庞大市场的韧性与潜力。

消费态势稳中向好

如何看待当前消费运行态势?4月5日,记者来到北京颐和园景区看到,六个门区全面开启入园通道,增设订单二维码快捷入园,并在玉澜堂、乐寿堂增加坡道,设置软质隔离带,引导客流。

北京市公园管理中心数据显示,包括颐和园在内的北京市属11家公园和中国园林博物馆清明节共接待游客近220万人次,较2019年同期增长16%。

放眼全国,清明节,消费市场热闹红火:全社会跨区域人员流动量超7亿人次,日均24679.5万人次,比2023年同期日均增长53.5%;国内旅游出游1.19亿人次,国内游客出游花费539.5亿元,按可比口径较2019年同期分别增长11.5%、12.7%。

彭博社报道称,这是自疫情暴发以来,中国游客的人均假期旅行支出首次超过2019年,这进一步表明世界第二大经济体的消费正在复苏。打开更多观察窗口,中国的消费活力可见一斑。

先看商品消费。前2个月社会消费品零售总额仍保持在5%以上的较高增速。限额以上单位中八成以上商品类别零售额实现增长,部分升级类和大宗商品消费需求较快释放,其中汽车类零售额增长8.7%。

再看服务消费。前2个月,服务零售额同比增长12.3%,其中全国餐饮收入增长12.5%。

从“尔滨”冰雪游火热、甘肃天水麻辣烫走红,到云南芒市等“小机场”城市旅游火爆,其背后是人们对于美好生活的期盼,也是服务消费持续回升的支撑所在。

最后看物价运行。3月份,受春节后消费需求季节性回落等因素影响,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.1%,但扣除食品和能源价格的核心CPI上涨0.6%,仍保持温和上涨。

亚洲开发银行发布的《2024年亚洲发展展望(4月版)》报告指出,随着经济持续改善,预计今年中国CPI涨幅将升至1.1%,2025年将升至1.5%。

细分来看,中国消费还涌现出一些新的结构亮点,居民消费观念也更趋理性。

日前,记者穿行在北京胡同、天

津五大道、贵阳曹状元街等景点周边,总能看到成群结队的“City Walk”(城市漫步)爱好者。

“跟家人在城市中漫游闲逛,深度体验当地风土人情,也是个不错的选择。”在天津五大道景区,来自安徽的游客陈女士告诉记者。

顾名思义,“City Walk”就是以徒步方式走街串巷,其背后是更加看重性价比和消费体验。

记者在调研中发现,随着中国人消费观念变化,新模式新业态消费正在不断涌现,比如从热衷奢侈品到去折扣店购物、从追求进口转向国产;健身、旅游等服务消费明显增加;平替消费、反向消费受到追捧等等。

从统计数据看,这种趋势更加明显:前2个月,数字音乐、节能洗衣机和滑雪装备等数字、绿色和健康类商品同比分别增长95.1%、167.5%和66.4%。马面裙、国风香水和新中式首饰等国货“潮品”网络零售额分别增长6.3倍、4.2倍和1.7倍。

美团、大众点评最新数据显示,3月份以来,反映赏花经济的全国“实时花讯”相关笔记环比增长近70%,清明节“汉服妆造”搜索热度同比增长2.3倍。

消费潜力大有可控

在北京西城区,1990年开业的长安商场正迎来新的转型:地下一层更新为“银发金街”,推出社区食堂、健康驿站、药店等老年人消费服务;在三层营造儿童亲子陪伴空间。

在地下二层,长安商场总经理李春晖热情地向记者介绍转型后的成绩:去年商场日均客流量1.6万人次,总客流量同比增长23%;与转型前的2018年相比,日均客流增幅近一倍。

“消费者的需求变化中,藏着无限商机。”李春晖说。14亿多人口的超大市场规模、完备的产业体系、要素禀赋总量优势明显,这是超大规模经济具有的显著特征,也是中国消费潜力的动力源泉。

当下,中国新的消费增长点正在不断涌现。春暖花开,正是户外锻炼的好时节。记者日前走访北京、上海、南京等部分商场发现,跑鞋、速干衣裤等户外运动装备品牌销售火爆,新款式很受市场欢迎。

国家体育总局数据显示,2012年以来,我国体育产业增加值年均增长15.4%。预计到2025年,我国经常参加体育锻炼人数比例将达到38.5%,体育消费正步入快速发展车道。

拉长观察镜头,可见消费市场更多新动能新空间。

看数字消费,截至去年12月,网民规模增至10.92亿人;截至今年2月末,5G基站总数达350.9万个,数字消费群体壮大,数字技术不断夯实,推动数字消费持续升级。

致一些塑料回收企业“吃不饱”。在天津市静海区一家主营废弃电器电子产品回收处理及塑料再生利用的企业,公司顾问王春林告诉记者,企业设计产能年处理量为500万台废旧电器,去年一整年实际回收量为270多万台,产能还有释放空间。

根据中国物资再生协会再生塑料分会统计,2022年我国产生废弃塑料6300万吨,其中被回收处置的仅有约30%,而填埋量为2016万吨、焚烧量为1953万吨,分别占比32%和31%。

废弃塑料回收难 再生塑料推不开

记者走访发现,外卖塑料餐盒大多数带有可回收标志,虽然很多小区都有拾捡废品人员,可他们的目标大多是纸壳等垃圾,餐盒、泡沫等体积大、运输需要压缩的塑料垃圾几乎无人问津。

中国物资再生协会副会长高延莉解释,由于低值再生资源利润低、成本高,回收者收集的积极性不高。

“塑料垃圾体积大,需要压缩,

看国潮消费,2020年以来,国潮品牌快速崛起。随着人文与经济深度融合,必将催生更多文旅新业态、文创新产品。

看养老消费,截至2023年末,我国65岁及以上人口数量达2.17亿人。有关研究显示,我国银发经济正处在加快发展阶段,银发经济规模约7万亿元,预计到2035年将增至30万亿元左右,家庭护理、智能陪伴等银发需求广阔。

中国宏观经济研究院经济研究所副所长郭丽岩说,与部分发达经济体相比,我国发展享受型消费支出占比仍有20%左右的提升空间。

新消费成长壮大之时,传统消费仍有空间,潜在消费需求正在不断释放。

城镇化仍是中国消费潜力所在。继2022年首次上线新疆包邮后,拼多多再次升级快递服务,在新疆地区推行免费包邮送货进村,将末端配送网点与消费者的距离进一步缩短至2公里内。

当前,诸如如拼多多的企业加速在三四线城市及县乡村布局,看重的正是中国推进新型城镇化带来的市场机遇。

一组数据很有说服力:2023年末,中国常住人口城镇化率为66.2%,仍低于发达国家80%左右的平均水平。据估算,城镇化率每提高1个百分点,将拉动2000多亿元消费需求。

目前,我国仍有1.7亿进城农民工和随迁家属尚未在城镇落户。有关研究显示,若这部分人拥有城市户籍并享有与城市居民相同的基本公共服务,其实际消费水平或能提高30%左右。

放眼全球,中国仍是增长空间巨大、发展持续性较强的消费市场。“中国经济正迈向消费驱动稳步转型。”麦肯锡亚洲消费品与零售业务负责人泽沛达说,未来5年,中国包括商品和服务在内的零售额将增加10万亿元。

消费引擎如何做强?

送洗衣物、剪头发、喝杯咖啡、看书,下楼遛一圈就能办好多件事,正是福建省福州市鼓楼区军民社区推进一刻钟便民生活圈建设的重要内容。

“当前,正有序打造线上便民服务平台,支持瀑布酒吧、厚汉堡等网红店落地开业,促进社区服务提档升级。”军民社区党委书记林丹说。

有研究显示,城市居民50%以上的日常消费支出,都集中在社区周边1公里范围内,也就是步行15分钟的距离。

自2021年开始,商务部等多部门联合推动一刻钟便民生活圈建设。今年将推动70%以上的城市启动便民生活圈工作,有望打造更多便民消费业态。

五吨载量的车装不下一吨,运输成本比回收利润还要高。”辛军说,“泡沫其实是很好的可回收利用材料,但其实是行业内现在基本都不收。”

记者调查发现,成本、技术等要素也制约着塑料循环再生利用。浙江省固废利用处置与土壤修复行业协会会员周竺说,为符合环保标准,一些塑料再加工时,要经过脱硫、过滤等程序,电费等方面成本每吨要增加2000元。

据了解,人工智能等数字技术已经融入小件固废的前端回收中,可以进行自动挑选、单独收集,替代大部分的人工,降低分拣拆解成本,但真正做智能分拣垃圾的企业较少。

此外,再生塑料制品的推广使用有待提升。目前,全国范围内还没有政策对再生塑料制品的使用比例作出规定,再生塑料的大规模应用难以开展。

提高再生产品使用意愿 推动行业关键技术突破

塑料循环产业联合绿色行动联盟2022年绿色行动白皮书指出,随

记者在调研中发现,向内挖潜力、向外增活力,推动形成消费引导供给、供给创造需求的良性循环,是当前扩消费的主要方向。

就业增收,是提升居民消费能力、挖掘消费潜力的根本。中国正探索以有力有效政策弥补市场不足,如对招收毕业生的企业给予税收优惠、扩大新就业形态就业人员职业伤害保障试点等,着力稳住就业大盘。

从跨省招工、举办“春风行动”专场招聘会,到密集发布稳企拓岗新政策,加强职业技能培训,加大脱贫人口就业帮扶,各地全力以赴,多渠道促进就业增收。

让老百姓敢消费,既要保就业增收,还要有效“减负”。当前,中国正以更大的决心推进“减负”:提高“一老一小”个人所得税专项附加扣除标准,启动新一轮保障性住房规划建设,进一步扩大医保基金使用范围等等,减少居民消费的“后顾之忧”。

提振消费的另一个重点就是优化消费环境,增强消费活力。

不久前,河南开封万岁山武侠城景区推出的“王婆说媒”相亲活动在网络上引发热议。记者日前来到这里,随处可见街头即兴表演,打铁花、三打祝家庄等表演区座无虚席,虽然“王婆”已下班,但“王婆茶馆”周边仍围满了游客。

从消费发展趋势看,顺应人民群众对高品质生活的新期待,打通制约消费的堵点痛点,是现阶段优化消费环境的重点。

对此,中国在行动:印发《推动消费品以旧换新行动方案》,提出加大财政金融政策支持力度、完善废旧家电回收网络、优化家居市场环境等22条措施举措。

开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动,促进体育健身休闲消费;推动《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》落地落细,激发养老消费需求;公布第三批中华老字号名单,促进国货“潮品”消费。

记者梳理发现,当前,河北、宁夏、福建等多地已明确开展汽车、家电等促消费活动,计划推出政府购车补贴、消费券,激发居民消费潜力。

政策给力、市场发力,各方正协力推动消费持续回暖。“从消费空间看,服务消费稳步扩大,线上线下融合消费趋势更加明显;从供给能力看,新型基础设施快速发展,消费应用场景不断拓展;从支撑基础看,经济持续恢复、就业收入稳定增长,消费积极变化有望持续。”国家统计局新闻发言人刘爱华说。

(据新华社北京4月15日电)

首季中国经济热点问答

神州快报

我国成功发射四维高景三号01星

4月15日12时12分,我国在酒泉卫星发射中心使用长征二号丁运载火箭,成功将四维高景三号01星发射升空,卫星顺利进入预定轨道,发射任务获得圆满成功。

四维高景三号01星主要为

数字农业、城市信息模型、实景三维等新兴市场,以及国土测绘、防灾减灾、海事监测等传统领域提供商业遥感数据服务。

这次任务是长征系列运载火箭的第516次飞行。

全国人大常委会启动农业法执法检查

为促进农业法全面有效实施,加快建设农业强国,加快农业农村现代化,全国人大常委会4月15日正式启动农业法执法检查。

据悉,此次执法检查将重点检查8个方面的内容:强化耕地保护建设,保障国家粮食安全和重要农产品稳定安全供给情况;完善农业支持保护制度情况;保障农民权益,促进农民稳定增收情况;法律实施中存在的主要问题,进一步贯彻实施农业法的意见和建议;对修改完善农业法的意见和建议,以及对加强涉农法治建设的意见建议。

第135届广交会开幕

第135届中国进出口商品交易会4月15日在广州开幕。本届广交会展示先进制造成果,预计现场新品超100万件;境外采购商参会意愿加强。

本届广交会总展览面积155万平方米,展位总数约7.4万个,参展企业2.9万家;截至14日,有215个国家和地区的14.9万名境外采购商预注册,较上

届增长17.4%。

本届广交会展示先进制造成果,预计现场新品超100万件、绿色低碳产品超45万件、自主知识产权产品超25万件。脑机接口智能仿生手、自动驾驶运输设备、人工智能翻译机等智能产品超9万件;超过50%的参展企业积极应用人工智能、大数据分析等数字化技术改造生产运营。



各部队开展全民国家安全教育日主题活动

4月15日是第9个全民国家安全教育日。连日来,各部队结合任务特点,开展形式多样的主题活动,强化使命担当,筑牢安全防线。图为陆军第72集团军某旅开展“百名学子进军营,同心共筑国防梦”国家安全教育主题活动,学生们在官兵指导下近距离体验单兵武器装备。

(本栏均据新华社电)

废弃塑料回收难,再生利用有哪些堵点?

○新华社“新华视点”记者

废弃塑料,是日常生活中常见的垃圾。今年政府工作报告提出,强化塑料污染治理。数据显示,我国废弃塑料回收处置只占少部分,一大半只是简单掩埋或焚烧,对生态环境造成挑战。“新华视点”记者调查发现,提高废弃塑料再利用率,亟待解决回收成本高、技术制约、再生塑料推广难等一系列现实问题。

塑料垃圾随意抛弃 回收处置只占少部分

扫码、投放、积分到账……如今,不少居民发现自家所在的生活小区,开始出现智能化垃圾分类站和再生资源回收站。这些站点由环保科技企业提供成套设备,通常无人值守。记者近期调研时发现,在不少回收站,规范分类并回收的塑料垃圾并不多见。

“塑料回收目前面临很多难解的问题。”海南省一家环保科技有限公司负责人辛军介绍,“在前端环节,塑料垃圾分类未推行到位,不少家庭还没有塑料垃圾分类的习惯。”

前端家庭环节分类不到位,导

致一些塑料回收企业“吃不饱”。在天津市静海区一家主营废弃电器电子产品回收处理及塑料再生利用的企业,公司顾问王春林告诉记者,企业设计产能年处理量为500万台废旧电器,去年一整年实际回收量为270多万台,产能还有释放空间。

根据中国物资再生协会再生塑料分会统计,2022年我国产生废弃塑料6300万吨,其中被回收处置的仅有约30%,而填埋量为2016万吨、焚烧量为1953万吨,分别占比32%和31%。

记者走访发现,外卖塑料餐盒大多数带有可回收标志,虽然很多小区都有拾捡废品人员,可他们的目标大多是纸壳等垃圾,餐盒、泡沫等体积大、运输需要压缩的塑料垃圾几乎无人问津。

中国物资再生协会副会长高延莉解释,由于低值再生资源利润低、成本高,回收者收集的积极性不高。

“塑料垃圾体积大,需要压缩,

五吨载量的车装不下一吨,运输成本比回收利润还要高。”辛军说,“泡沫其实是很好的可回收利用材料,但其实是行业内现在基本都不收。”

记者调查发现,成本、技术等要素也制约着塑料循环再生利用。浙江省固废利用处置与土壤修复行业协会会员周竺说,为符合环保标准,一些塑料再加工时,要经过脱硫、过滤等程序,电费等方面成本每吨要增加2000元。

据了解,人工智能等数字技术已经融入小件固废的前端回收中,可以进行自动挑选、单独收集,替代大部分的人工,降低分拣拆解成本,但真正做智能分拣垃圾的企业较少。

此外,再生塑料制品的推广使用有待提升。目前,全国范围内还没有政策对再生塑料制品的使用比例作出规定,再生塑料的大规模应用难以开展。

提高再生产品使用意愿 推动行业关键技术突破

塑料循环产业联合绿色行动联盟2022年绿色行动白皮书指出,随

着全球废弃塑料回收再生技术提升和产能增加,预计到2030年,全球废弃塑料回收率有望达到50%。

近年来,我国对塑料污染治理和废弃塑料回收再利用越来越重视,有关部门印发关于进一步加强塑料污染治理的意见、“十四五”塑料污染治理行动方案等一系列政策文件。

受访专家和企业表示,可探索制定再生塑料使用比例相关标准,引导社会使用再生塑料制品,打造标准体系、认证体系、检测体系等绿色再生塑料规范体系。

南开大学循环经济低碳发展研究中心副主任张墨建议,加大宣传再生塑料应用,培养废弃塑料回收的社会共识,提高社会使用意识和意愿。

敏感表示,要进一步研发应用塑料回收利用关键技术,特别要注意将废弃塑料回归到分子层级进行重新组织的化学回收。同时,可推动竹材等生物基材料替代传统石油基材料,减少塑料垃圾的产生。

(据新华社北京4月15日电)



“中国AI”当有“中国志向”

○新华社记者 胡喆

近日,有“中国智能科技最高奖”之称的吴文俊人工智能科学技术奖颁发,一批在中国智能科技领域取得突破的项目及个人获奖,折射中国智能科技发展的新动向,彰显当代中国智能科技工作者之志——既要技术上争口气,更要在发展中始终坚持高质量、高水平,坚持向善为民。

随着ChatGPT、Sora等的火热,人工智能备受瞩目。2024年我国首次将“人工智能+”行动写入政府工作报告,标志着人工智能已成为我国加快发展新质生产力的驱动力。

“中国AI”,志向要求快。人工智能是我们赢得全球科技竞争主动权的重要战略抓手,也是实现高水平科技自立自强的“关键一程”。当前,由“算力+数据+模型”形成的第三次人工智能浪潮已经到来,我们既要有勇立潮头的信心,也要有以问题为导向、在关键处落子的清醒,必须主攻关键核心技术,要有快人一步、胜人一子的勇气魄力,确保人工智能发展主动权牢牢掌握在自己手中。

“中国AI”,志向要道高。人工智能要当好“头雁”,为高质量发展

“添薪续力”,人工智能具有多学科综合、高度复杂的特征,是引领新一轮科技革命和产业变革的战略核心技术,应当成为助力产业升级、提高生产效率的“得力助手”。要通过深入开展“人工智能+”行动,赋能智慧交通、智慧医疗、智慧教育等人工智能应用场景,助推新的经济增长点不断迸发。

“中国AI”,志向要奔强。人工智能是技术属性和社会属性高度融合的前沿领域,中国发展人工智能、举行智能科技评选表彰是以凝聚同行共识为主的荣誉鼓励,要为人民创造美好生活的需要出发,加快推动人工智能多场景的深度运用,更多抓住经济社会的重点难点,创造更加智能的生产方式和生活方式。

志不求易者成,事不避难者进。从“人民科学家”吴文俊先生,到一批批获奖的科技工作者,凝聚合力、攻坚克难、勇于创新,拓展理论和技术应用空间。秉承更快更高更强的志向,“中国AI”向善而行,造福人类。

(新华社北京4月15日电)

