

## G【敢当头条】

## 消费复苏具备诸多有利条件

旅游景区摩肩接踵、车站机场人流涌动、电影院线又见火热、餐饮小吃重现排队……春节假期,国内消费回暖态势明显。随着疫情防控政策不断优化以及扩内需促消费政策措施持续发力,今年我国消费有望呈现稳步发展态势。

2022年,我国经济运行受到多重超预期因素冲击,特别是疫情导致聚集性、接触性消费受限,给整个消费市场带来了明显冲击。面对多重压力,我国及时出台一系列促消费政策,稳住了国内消费市场,年底消费市场已经出现边际改善。国家统计局数据显示,去年12月社会消费品零售总额降幅比11月收窄了4.1个百分点。春节期间消费延续了回暖态势,这反映出我国消费复苏仍具备诸多有利条件。

首先,我国消费发展长期向好的基本面没有改变。我国有14亿多人口,消费市场空间广阔。尽管去年受疫情多发频发影响,消费市场复苏承压,但消费对经济发展的重要支撑作用没有改变,在较大压力下展现出强劲韧性。去年,最终消费支出超过60万亿元,占GDP的比重保持在50%以上,对经济增长贡献率为32.8%,拉动GDP增长1.0个百分点。随着疫情防控政策优化落实,消费场景正在有序恢复。从长期发展看,我国城镇化率稳步提升,乡村市场蕴藏较大潜力,能够为我国消费市场稳定恢复发展提供有力支撑。

其次,消费结构优化升级趋势未变,新的消费模式保持较快发展。我国人均GDP已经超过1.2万美元,正处在消费结构升级加快发展时期。当

前,居民品质化需求持续增加,绿色环保理念更加深入人心,服务消费意愿依然强烈。伴随消费场景创新拓展,居民收入稳步增长及市场供给不断完善,消费结构有望持续优化升级。数据显示,去年限额以上单位书报杂志类和文化办公用品类零售额增速明显高于商品零售平均水平。新能源汽车销售呈高速增长态势,新能源乘用车零售比上年增长90%。同时,消费模式发展不断提速。去年我国实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重较上年提高2.7个百分点。

再次,我国县乡消费市场潜力进一步凸显。去年乡村市场销售恢复好于城镇,乡村消费品零售额与上年基本持平。同时,随着乡村市场体系逐步完善,农村居民收入持续增长,包含

镇区和乡村地区的县乡消费市场得到发展,市场占比有所提升。去年,包含镇区和乡村的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的比重为38.1%,比上年提高0.1个百分点。

此外,随着疫情形势好转,扩大内需战略深入实施,消费市场稳定恢复的基础将更加牢固,消费市场有望恢复向好。随着经济加快恢复,将逐步带动就业扩大和居民收入增加,也有利于增强居民的消费能力和消费意愿。当前,要继续按照去年底召开的中央经济工作会议有关部署,把恢复和扩大消费摆在优先位置,重点围绕改善消费条件、创新消费场景、营造消费氛围、提振消费信心,促进消费向绿色、智能、健康、品牌、时尚方向发展,进一步增强消费的基础性作用。(据新华网)

## J【金玉良言】

## 瞧,手机屏幕之外的风景

“云旅游”“云灯会”“云冰雕”“云拜年”“云祈福”……兔年春节,许多地方和媒介平台通过直播的方式展示春节文化场景,极大丰富了我们的休闲娱乐和精神生活。

互联网信息技术为中国年带来了新气象。智能手机不断更新换代,即时通信、社交媒体、短视频、网络直播等互联网应用蓬勃发展,5G技术的应用、网络基础设施和硬件设备不断升级,无人机、人工智能机器人、VR、AR、元宇宙等新兴技术投入应用,这些,使我们生活的每一个精彩片段都能被实时记录,人生的每一个感动时刻都能即刻共享。过年,“事关休戚已成空,万里相思一夜中”成为过去,“海内存知己,天涯若比邻”变成现实。

但虚拟世界的便利,也带来生活世界的疏离。人人都有麦克风、人人都有摄像机,小小手机,六寸空间,塑造了人们几乎全部的生活世界。中国互联网络信息中心发布的第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年6月,我国短视频的用户

规模达9.62亿,占网民整体的91.5%;即时通信用户规模达10.27亿,占网民整体的97.7%;网络直播用户规模达7.16亿,占网民整体的68.1%;网民人均每周上网时长为29.5个小时,使用手机上网的比例达99.6%。有研究显示,成人每天查看手机60至110次。有些人甚至除了睡觉,全天泡在网上。机不离手、机不离身,使不少人成了“低头族”;精准画像、算法分发的内容传播,制造了束缚人们的“信息蛛网”;短视频、朋友圈成为“信息瓜子”,一刷就是几个小时。许多家庭成员身处一室却相对无言,唯有默默刷手机;屏幕成了将人与人隔离开来的坚固壁垒。

过年,恰恰应该是突破人心之间网络鸿沟的契机。年,是内涵极为丰富的中国文化意象。“寒随一夜去,春逐五更来”的岁月流变,“愿得长如此,年年物候新”的人事更始,都在一个“年”字之中。“田家占气候,共说此年丰”,年,意味着丰收喜悦;“律转鸿钧佳气同,肩摩毂击乐融融”,年,意味着

普天同庆;“生盆火烈轰鸣竹,守岁筵开听颂椒”;年,意味着欢聚相守;“万物迎春送残腊,一年结局在今宵”,年,意味着吐故纳新;“努力尽今夕,少年犹可夸”,年,意味着遥想未来。对中国人而言,年,包含着收获与总结、除旧与纳新,团聚与相守、欢乐与憧憬。情感融通、心灵沟通是中国年最鲜明的文化符号。

网络丰富多彩,仍是虚拟世界。视频赏心悦目,怎比得烟火气息;直播精致酷炫,远不如身临其境。春节,是万家团圆、辞旧迎新的喜庆日子。且看此时万里神州,张灯结彩迎新春。大江南北,火树银花;举国上下,春潮涌动。或舞龙或舞狮或社戏,或民俗或庙会或非遗,遍地可观可赏的文化景观,呼唤我们放下手机与家人一起切身感受浓浓年味,走出屏幕与亲人共赏丰富文化景观。办年货、烹大餐、品美酒、叙亲情,看看朋友、逛逛庙会、走走村巷、赏赏景观,“不须迎向东郊去,春在千门万户中”。这就是中国年,这就是中国味儿。(据新华网)

## Y【有此一说】

## 奏响中国经济“春之曲”

多个旅游景点“人从众”,春节档电影票房突破60亿元,不少餐饮门店重现排队叫号……刚刚过去的春节假期,全国线上线下需求同步提振,假日经济红红火火。人们在感受浓浓年味之余,也愈发坚定信心:只要尽最大努力、干出更大实效,中国经济这艘巨轮一定能劈波斩浪、行稳致远。

坚定信心从何而来?需要看到,我国拥有社会主义市场经济的体制优势,超大规模市场的需求优势,产业体系配套完善的供给优势,勤劳智慧的广大劳动者和企业家等人力优势。这些战略性有利条件和发展优势,不会因经济数据短期波动而改变。

中国经济遭遇多次“压力测试”,在党中央的坚强领导下,中国不仅稳住经济大盘,保持产业链供应链基本稳定,还在新能源、电动汽车等新兴产业领域实现了新突破、迈上了新台阶。这种“走上坡路、开顶风船”的表现,充分证明了中国韧性经济、潜力大、活力足,长期向好的基本面依然不变,中国完全有条件、有能力战胜困难挑战,赢得长远发展。

当前我国经济恢复的基础尚不牢固,需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大,外部环境动荡不安,给我国经济带来的影响加深。直面问题矛盾,从中央到地方,出台了一系列政策举措,解痛点、疏堵点、破难点。比如制定普惠性政策给市场主体减税降费、纾困解难,出台升级版优化营商环境方案让企业心无旁骛谋发展,大力支持科技创新培育新增长点。随着改革创新的活力加速释放,干事创业的激情也在涌动澎湃。

在中国传统文化中,兔子是活力和机敏的象征。只要大家同心同向,以奋发有为的精神状态把经济发展的战略蓝图变成“施工图”“实景图”,就一定能够奏响中国经济“春之曲”。(据新华网)

## J【金玉良言】

## 被约谈

记者近日从国家网信办获悉,2022年,全国网信系统持续加大网络执法力度,规范网络执法行为,全年累计依法约谈网站平台8608家,警告6767家,罚款处罚512家,暂停功能或更新621家,下架移动应用程序420款,会同电信主管部门取消违法网站许可或备案、关闭违法网站25233家,移送相关案件线索11229件。

(据新华网)

