

从产业目录调整洞察新趋势

产业结构的优化调整是一个长期演变的过程,其中蕴含着深刻的经济规律。指导目录的发布,有望引导更多社会资金流向相关领域,促进资源要素在行业上下游汇集。

化、绿色化、融合化特征和符合完整性、先进性、安全性要求的现代化产业体系。新的指导目录明确了鼓励、限制和淘汰的产业和行业,在总体保持此前目录连续性、稳定性的基础上,进一步强化了目录的指导性、可行性,使其不仅是政府项目管理以及制定实施财税、信贷、土地等政策的主要依据,也成为广大企业兴业投资与生产经营的重要参考。

与上一本指导目录相比,调整后的鼓励类目录新增了“智能制造”“农业机械装备”“数控机床”“网络安全”等行业大类,以及相关领域中有利于产业优化升级的条目,限制类目录主要对高耗能、高排放、资源依赖性较强的行业进行约束,淘汰类目录主要针对落后生产工艺装备及产品等。从目

录分类看,只要是符合绿色低碳智能等高质量发展方向的制造业领域,有利于促进形成强大国内大市场的领域,有助于满足人民对美好生活需要的服务业短板领域等,均为受到鼓励且发展潜力较大的行业产业,这也意味着更多的发展机会与市场空间。

不过,对于广大企业来说,指导目录的变化或许也会带来阵痛,对此需要全面客观理性地加以分析。短期看,目录的变化可能会给部分企业带来一些直接影响,比如一些项目的前期已有较大投入,但未来市场需求可能逐步被新产品替代,还有一些行业发展的生态已发生变化,转型升级会导致企业经营成本的攀升,进而对企业利润水平产生不利影响。但从长期看,指导目录变化会倒逼企业加强市场调研、

优化产品结构、提高自身创新能力,最终实现企业竞争力的提升。

产业结构的优化调整是一个长期演变的过程,其中蕴含着深刻的经济规律。指导目录的发布,有望引导更多社会资金流向相关领域,促进资源要素在行业上下游汇集。事实上,未来企业的竞争,不仅仅只是技术或资本的竞争,更多的是对产业链供应链控制能力上的竞争。也就是说,企业与企业的竞争,已不局限于单一的产品与产品之间的竞争,本质上将是其所处产业集群与另外一个产业集群之间的竞争。透过指导目录的变化,广大经营主体要善于洞察产业新趋势,积极把握产业发展规律,努力在全球价值链分工中赢得主动。



虞晓芬

回望2023年,我国房地产市场发展格局有一些新变化,即新房销售规模下行、二手房成交量,总成交量保持平稳。整个市场仍有较大的现实需求支撑,也反映出当前房地产市场存在不少制约因素。对房地产市场的分析与判断,要坚持辩证思维,热中看冷、冷中看热。

我国房地产市场的需求潜力仍然较大。尽管我国已经解决了住房总量不足问题,但不平衡不充分问题依然突出。住房品质与人民群众对美好生活的需要仍存在一定差距,差距就是潜力。“七普”数据显示,2020年我国城镇居民人均住房建筑面积已达38.62平方米,但广东、上海分别只有30.92平方米、31.12平方米;全国城镇常住人口中人均住房建筑面积在8平方米以下家庭户数占2.04%,16平方米以下的家庭户数占11.31%,其中广东、上海、浙江、福建、北京和海南人均建筑面积低于16平方米的占比达20%以上。人民群众对更舒适的居住空间、更现代化的室内设施、更高的建筑品质、更健全的基础设施、更便利的生活配套、更良好的邻里关系和社区文化等“好房子”“好小区”有大量潜在需求。

我国仍处在城镇化发展阶段,新市民规模大,新增房地产需求依然庞大。2022年我国城镇化率仅为65.22%,其中还有不少人口处于人户分离、“半城镇化”状态,户籍人口城镇化率不到48%,而韩国达到82.5%、日本达到94%。特别是每年有数百万大学毕业生从农村、乡镇、小县城等生源地走向大城市工作,对房地产提出较大规模需求。

同时,二手房选择范围广、品质信息透明、即买即住等优势凸显,受到自住型购房者认可。2023年二手房成交量有其内在原因,一是不少房东主动以价换量,价格回归理性,性价比高的优势明显,值得下单。二是购房者对新房交房风险的担忧在一定程度上将部分需求推向了二手房市场。三是可选择范围更广,配套设施更完善,更能满足自住型购房者需求的住房适合下单。另外,政府降低交易税费、推出“带押过户”等政策提高了二手房流动性,对活跃二手房市场成效显著。

新建商品住房市场仍需增信心、促转型。当前,在对已拿地项目加强预售资金合规监管基础上,应全力支持房企合理融资需求,允许房企尊重市场规律、以价换量,确保楼盘如约按质按量交付。在土地出让环节,应预留合理盈利空间,适当提高出让门槛,吸引真正有实力、有风控能力的房企开发项目。

要在推动现房销售上下功夫。应积极探索现房销售模式,以克服期房销售制度存在的产品质量问题多、保交楼风险大等问题,实现“所见即所得、交房即交证”。为推动期房销售向现房销售过渡,建议出台相关政策,比如适当减免增值税和所得税,给予一定财政贴息,减轻房企成本负担,等等。

要在完善生活配套上下功夫。当投资购房者退场、自住刚性改善型客户主导时,住房的功能已经不仅仅局限于资产功能和基本居住功能,而是更需要满足人们对休闲、教育、人文、健康、智能等功能的需求,应当把创造更丰富的生活场景放在突出位置。新建居住社区要按照住建部完整社区的要求,同步规划建设包括医疗、教育、商业、文化、休闲、娱乐等多元功能在内的生活配套体系,真正落实与住宅建设“同步规划、同步建设、同步验收、同步交付”。

要在提升产品品质上下功夫。房企要坚持走创新之路,从“卖房子”向“卖生活”转变,从“数量扩张”向“内容+质量”转变。主管部门应从设计规范源头抓起,确保与最新科学研究和品质需求相符;加强对设计单位、房企、施工单位等的引导、监督与检查,全面推动住房品质迭代、居住品质跃升。

(作者系浙江工业大学中国住房和房地产研究院院长)

壮大文化消费的力量

郭秋晨

在刚刚过去的2023年,我国的文化消费市场呈现出可观的发展潜力。多地演出市场人满为患、演唱会门票供不应求、户外音乐节人头攒动、“博物馆热”不断升温……文化消费成为满足群众精神文化需求、拉动经济增长的重要引擎。

党的十八大以来,我国文化产业迎来发展的黄金期,文化产品和服务供给不断丰富,文化消费全面升级。中央财政大力支持文化产业中具有示范性和引领性的项目,创新生产经营机制,为文化消费市场注入了新活力。从全国范围看,文化消费规模迅速扩大,从2012年到2023年前三季度,我国居民人均教育文化娱乐支出由1262元增加到2084元,占人均消费支出比重从10.5%提升到10.7%。不少省份也纷纷出台相关举措,扎实推进文化消费。比如,北京市加强全国文化中心建设,提升对历史文化资源的保护、传承、利用;浙江省借助数字化、智能化,壮大一批具有较强核心竞争力的大型数字文化产业类企业;等等。

一系列国家层面的政策也先后出台。《国内旅游提升计划(2023—2025年)》《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》……有关政策明确指出,培育文旅、文商旅等融合发展的新业态。通过完善消费惠民政策、鼓励举办文化消费促进活动、优化旅游基础设施投入等一

项措施的扎实落地,相关成本得以有效降低。文化消费这篇大文章切实做“活”了。同时,一些明显存在的问题也不容忽视。产业结构与市场需求结构不适应,产品供给不能满足民众差异化的精神文化需求,消费观念和文化消费水平依旧存异……可见,有必要从产业、企业、消费者等多个层面着手,壮大文化消费的力量。

优化产业政策体系,引领消费品质。完善文化消费激励政策,推进文化事业和文化产业的连接。完善文化市场监管机制,深化文化市场综合执法,规范市场秩序,保障消费者权益。推动产业数字化转型,加大对资金、技术、人才等方面的支持,推动产业向数字化、智能化方向发展。通过搭建文化数据服务体系平台、打造数字化文化消费新场景,提供便捷高效的消费渠道。

培养新型文化企业,创新消费供给。增强供给对需求变化的适应性和灵活性,加强品牌建设和营销推广,提高消费者精神体验。提升产品性价比,通过数字化技术手段提升产品品质和性能,增加消费者黏性和忠诚度。

提升民众文化素养,扩大消费需求。通过宣传教育着力增强民众的文化认知和欣赏能力。让消费者通过参观公共文化场所、参加公共文化活动,选择合适的产品和服务,汲取公共文化资源。



徐骏作(新华社发)

再造外汇业务流程

国家外汇管理局近日发布《银行外汇展业管理办法(试行)》,旨在推动商业银行外汇业务流程再造,为企业办理外汇业务“减负”,为银行开展便利化服务“减压”。近年来,国家外汇管理局积极推动跨境贸易和投融资便利化,但部分银行把握不准展业边界,存在便利化业务“不敢办”和“加码办”情况,影响便利化政策落实和客户体验。《办法》的出台一方面将优化外汇管理制度供给,营造良好外汇环境;另一方面将压实银行风险防范责任,实现既放得开又管得住。接下来,相关部门将稳步推进银行外汇展业改革,指导银行扎实准备、稳妥推进外汇业务流程再造,推动银行建立健全兼顾便利化与防风险的制度性、系统性安排,切实为金融高质量发展和高水平开放保驾护航。(时锋)

要让

下厨房

董超

更有品质

一段时间以来,随着厨房用品的更新迭代升级和居民对品质生活的向往,厨房用品消费呈现良好的发展态势。商务部等13部门前不久印发的《关于促进家居消费若干措施的通知》,明确提出促进企业加大绿色家居产品研发力度、加快智能家电等家居产品研发、鼓励有条件的地区开展家电家具家装下乡等举措,这有利于更好促进包括厨房用品在内的家居消费发展,对助力实现恢复和扩大消费具有积极意义。

当前,厨房用品消费正成为居民消费的新增长点之一。经济日报携手京东发布数据显示,高颜值、高品质与高性价比是当下厨房用品消费的主要特点。从购买评价关键词热度指数看,提升体验是厨房用品消费的一大特点,具有做工精致、颜值颇高、物超所值、使用方便和材质一流等特点的产品受到消费者喜爱。从消费者特征来看,女性消费者青睐购买厨具、烘焙用具和厨房小家电,而男性消费者更偏好酒具、茶具和刀剪菜刀。

然而,当前我国厨房用品消费发展仍然存在一些问题,如潮消费品牌打造有待加强、厨房用品市场监管力度需要提高、绿色消费理念有待提升,等等。未来,要从多个角度入手,持续释放厨房用品消费潜力。

加强打造厨房用品领域的国潮消费品牌。科学利用大数据、人工智能等技术,充分收集和分析家庭消费者多层次、差异化的需求,积极打造“小而美”、个性化的厨房家电家具等产品,推动实现厨房用品在外观设计、功能品质等方面的提档升级,提升厨房

用品品牌的市场认可度和消费者美誉度。鼓励企业增强品牌意识,不断提升技术工艺,加快培育更多新品、精品、名品、优品,聚焦消费者反馈信息优化售后服务体系,提升消费者的购物体验,提高厨房用品及相关服务的价值和软实力。加快发展质量检验检测和认证服务,严格把关厨房用品质量。

进一步优化市场监管手段。健全跨部门联合执法检查工作机制,坚持线上线下治理相结合,严厉打击厨房用品领域假冒伪劣产品销售、虚假宣传等行为。持续推动政府部门、电商平台和征信机构信用信息共享,进一步健全企业信用信息公示制度。完善信用评价和奖惩规则,积极回应厨房用品消费者的投诉举报,加大打击各类不规范服务的力度,对违规商家采取威慑性罚款等措施。进一步完善消费者集体诉讼制度,维护厨房用品消费者权益。

提升厨房用品领域绿色消费发展水平。鼓励厨房用品领域生产和流通企业扩大绿色低碳产品采购,实现低碳化、标准化和品牌化生产,抵制高耗能、高污染、过度包装产品,积极打造绿色低碳供应链。引导厨房用品企业应用绿色节能设备和技术,推动完善厨房用品领域节能和技术认证,推动国内外厨房用品领域的绿色节能标准、认证、认可等相衔接。通过发放消费券等激励措施,鼓励消费者购买具有绿色低碳、节能环保等特征的厨房用品,减少环境污染和资源消耗,提高绿色可持续消费意识。

疏通县域产业转型堵点

刘景芝 王晓霞

县域经济是我国经济发展的基础单元,是产业发展的最前沿,在延续、优化、完善并落实各项工业稳增长政策方面,发挥着“最后一公里”的作用。中国信息通信研究院日前发布的《中国县域工业经济发展报告(2023年)》指出,我国县域经济总量占全国的比重为38%,是支撑全国经济大盘的基石,其中工业经济对县域经济发展起到了核心带动作用。基于此,须加快推进县域传统产业转型升级,激发县域经济活力,推动县域经济高质量发展。

近年来,我国有些县(市)的传统产业,通过智能化改造、数字化转型、绿色化改造等方式,产品技术含量稳步提升,已经由成本和规模驱动转向技术驱动,有效激发了传统支柱产业新的活力。但也要看到,有些县(市)仍普遍存在产业结构不优、特色不足、转型升级后劲较弱、资源要素集聚能力不强等问题,有的企业希望通过产业转型升级,提高经济效益和企业竞争力,但投资意愿不足。有关部门应在发挥企业创新主体作用的基础上,切实破解传统产业转型升级的难点、堵点和痛点,打好政策“组合拳”。

坚持“靶向”施策,持续精准发力。全面改造提升传统产业,从根本上讲必须依靠企业自主创新,但需要政府在尊重市场规律的前提下,制定符合县域产业发展的政策对其加以引导。从实践来看,县域传统产业转型升级较好的地方,都与地方政府政策的积极引导分不开。比如,有的县(市)出台产业集群发展规划等文件,大力实施产业提升、规模再造;有的县(市)出台“领跑者”企业培育计划,对头部企业加大帮扶包联,支持中小微企业融入行业龙头供应链;还有的县(市)根据优势特色产业的产业链供应链上的薄弱环节实行精准招商。可见,相关部门应围绕经营主体需求,瞄准成长潜力大、科技含量高、支撑带动力强的产业精准施策,完善政策实施方式,增强政策的时效性和精准性。

拓宽融资渠道,加大资金投入。县(市)政府要统筹运用财政专项资金、政府投资基金等政策工具,对符合县域产业发展方向的重大项目给予资金倾斜支持,帮助企业降低生产成本,提高利润率,增强竞争力。用足用好国家研发费用加计扣除、减税降费等政策,鼓励企业加大基础技术研发投入规模和强度。搭建

“政银企”合作平台,积极推动符合条件的企业上市直接融资,创新融资支持方式,助力企业提升市场价值,增强发展后劲。

突出人才支撑,推动技术创新。坚持以企业需求为导向,建立企业人才需求库、技术需求库、项目需求库,搭建优质创业平台、政策优惠平台,精准对接专业技术、管理服务等各类人才。同时,以人才支撑增强企业技术创新能力,提升产品创新能力,巩固企业核心技术优势,培育新质生产力。还应加强企业与高校、科研院所等机构协同创新合作,共同研发新技术、新产品,提高产品技术含量和附加值。

优化营商环境,助企降本增效。增强服务意识,践行“有求必应、无事不扰”的服务理念,为企业解难题、办实事。构建基于大数据的企业精准服务能力,通过产业链精准招商、供需对接、政策精准推送等方式为经营主体提供服务和解决方案。推行柔性执法、精准执法,对新技术、新产业、新业态、新模式等实施包容审慎监管。坚持以经营主体需求为导向,有效降低经营主体制度性交易成本,提高企业效益。