

每周经济观察

发放算力券要算好“两本账”

必须把长三角一体化放到国家发展大局中定位思考,放到引领带动全国高质量发展中统筹谋划,不断增强内生发展动力,取得更大突破。

近日召开的中共中央政治局会议审议《关于持续深入推进长三角一体化高质量发展若干政策措施的意见》,强调要始终紧抓一体化和高质量两个关键,着力推进长三角一体化发展重点任务。推动长三角一体化发展是加快发展新质生产力、不断优化改革开放空间布局、积极打造发展强劲活跃增长极的重大战略举措。“一体化”和“高质量”是一体两面,既相互依存,又互促互进。新时代新征程,必须把长三角一体化放到国家发展大局中定位思考,放到引领带动全国高质量发展中统筹谋划,不断增强内生发展动力。因地制宜发展新质生产力,着力打造高质量发展动力源,推动长三角一体化发展取得更大突破,更好发挥先行探路、引领示范、辐射带动作用。

长三角地区以全国4%的国土面积,集聚了全国17%的人口,创造了约24%的经济总量,是我国高质量发展的重要动力源。这一地区拥有我国领先的现代化产业体系、丰富的科技资源和优质的公共服务资源,拥有45个先进制造业集群中的18个,147所“双一流”高校中的36所,居民人均可支配收入是全国平均水平的1.4倍。要充分发挥创新“第一动力”作用,加快突破关键核心技术,以科学技术革命性突破带动生产要素创新性配置,进而推动产业深度转型升级,在加快发展新质生产力上走在前、做表率。要将科技创新深深根植在产业发展的“沃土”之中,充分利用科技创新为现代化产业体系蓄赋能,统筹推进传统产业转型升级、新兴产业壮大、未来产业培育,在更大范围推动创新链、产业链、供应链、人才链等深度融合。

增强一体化意识,坚持一盘棋思想,长三角地区还要加大体制机制创新力度,在重点领域重点区域实现更大突破,加强各项改革举措的系统集成和协同配合,推动一体化向更深层次更宽领域拓展。上海市要更好发挥龙头带动作用,江苏、浙江、安徽三省应各扬所长,三省一市加快完善一体化发展的体制机制,不断打破行政壁垒和政策藩篱,携手提高政策协同性,通过深化合作相互赋能,不断形成一体化发展的有效模式,凝聚高质量发展的强大合力,使长三角地区真正成为区域发展共同体。深入推进改革试点和制度创新,加快从区域项目协同走向区域一体化制度创新,发挥好一体化“试验田”和高质量“育苗圃”的作用,加快推进“盆景”变“风景”。不断深化基础设施、生态环境、科技创新、产业发展、社会治理、民生保障等相关领域一体化发展的体制机制,在优势互补中把各地优势变为长三角地区的整体优势,在共襄盛举中不断提升长三角地区高质量发展的整体效能。

长三角拥有通江达海、联南接北、辐射中西部的区位优势,可以通过高水平协同开放增强对全国的带动作用,率先对接国际高标准经贸规则,推进高层次协同开放,塑造更高水平开放型经济新优势。应不断深化商品和要素流动型开放,积极引领制度型开放,探索形成更多可推广可复制的高水平开放经验,促进长三角一体化发展和共建“一带一路”深度融合,推动长三角优势产能、优质装备、适用技术和标准高质量“走出去”,大力发展数字贸易、服务贸易,促进外贸外资扩增量、稳存量、增质量,不断在高水平对外开放上先行探路,提供示范。

未来,要进一步发挥长三角地区产业体系完备和配套能力强的优势,坚持底线思维,统筹好发展和安全,盯住关系国家和区域安全的科技、产业、金融等领域和重大基础设施,加强风险防控体系和能力建设。同时,充分发挥我国区域空间回旋余地大的优势,加强与中西部地区产业合作,推动高质量发展梯次向中西部地区拓展,不断提升产业链供应链韧性和安全水平。

贾若祥

算力资源本身是一种有限资源,很大程度上依赖于软硬件建设水平。正因为此,发放算力券要算好“两本账”,科学评估算力券发放带来的经济效益和社会效益,充分发挥算力券的调节作用,用好用足有限的算力资源,真正让好钢用在刀刃上。

需要指出的是,算力本质上是数据的处理能力,算力资源本身也是一种有限资源,很大程度上依赖于软硬件建设水平。正因为此,发放算力券要算好“两本账”,科学评估算力券发放带来的经济效益和社会效益,充分发挥算力券的调节作用,用好用足有限的算力资源,真正让好钢用在刀刃上。

发放算力券要量力而行,不能一哄而上、盲目跟风。地方主管部门要明确算力券的发放对象、使用范围,建立算力供需有效对接机制,确保算力券发放给真正需要的企业和机构。还应加快构建算力券的管理使用机制,从申请、审核、发放、使用、监督等各个环节,确保算力券的合理使用和实际效果,不能把算力券异化为在市场上流通的有价证券或金融工具,确保算力市场的公平竞争和可持续发展。



一个地区的发展潜力与后劲。有市场调查显示,超过九成的企业正在使用或计划在未来3年内使用人工智能,由于建设算力硬件成本高昂,有74.5%的企业期望未来可以采用具备公用设施意义的人工智能公共算力基础设施。显然,发放算力券的方式填补了市场需求与供给之间的沟壑,契合了当前算力市场发展的实际,也有利于广大企业尽快“上云用数赋智”,促进市场竞争力的提升。

从部分地方的实践看,算力券对推动数字经济发展的效果可谓“立竿见影”,受到供需两端企业的欢迎。以算力券政策为引导,北京市已有10余家算力服务商参与算力互联互通和运行服务平台的建设运营,12家算

力服务商入选“北京市通用人工智能产业创新伙伴计划”,数字经济发展的基础进一步夯实。将大数据作为未来发展新名片的贵州,算力券计划启动不到3个月,已有百余企业申请到算力券,其中民营中小企业申请尤为踊跃。

加快盘活和促进数据要素的创新性配置,体现了因地制宜发展新质生产力的内在要求。当前,算力券已成为地方推动算力产业发展的一个新抓手,有助于进一步调动广大经营主体尤其是中小企业运用算力资源的积极性,在为算力产业注入更多活力的同时,加快新型要素的高效流通与优化配置。

扎紧养老钱袋子

梁瑜

随着我国养老服务业快速发展,一些养老机构为了迅速回笼资金,增加客户黏性,采取预收费用模式运营。这种模式能让消费者享受一定程度优惠,但也存在风险。民政部等7部门近日出台《关于加强养老机构预收费监管的指导意见》(以下简称《指导意见》),规范和监管养老机构预收费行为,旨在为养老钱袋子扎上安全绳。

时下,在养老机构安享晚年生活是不少老年人的选择。截至2023年三季度,全国各类养老机构和服务设施总数已达40万个。考虑到养老产业前期投资大、回报周期长,养老机构实行预收费模式可以理解。但是,个别养老机构擅自挪用消费者预交的费用,资金链一旦断裂就选择“跑路”;甚至有不法分子动机不纯,打着养老服务的幌子圈钱,令一些老年消费者的养老钱血本无归。

老年群体患有基础性疾病的比例较大,向机构预交的费用不仅是他们日常生活所需的养老钱,还可能是看病吃药的救命钱。对养老机构预收费加强收取、管理、使用、退费等环节的监管,净化养老服务市场生态,保障老年人合法权益,是当下推动银发经济高质量发展的必然要求。

2019年,国务院办公厅印发的《关于推进养老服务发展的意见》就提出,加强老

年人消费权益保护和养老服务领域非法集资整治工作。江西、湖北、山东等多个省份也相继出台文件,对养老机构的会员费管理、资金监管等作出明确规定。此次《指导意见》为养老机构预收费行为划红线、立标尺,将养老服务费、押金和会员费全口径纳入监管,对“一床多卖”“超长期预收费”“退费难”等现象精准出招,进一步给老年人支付的费用加上“安全阀”。

例如,《指导意见》提出,不得以承诺还本付息、给予其他投资回报等方式,诱导老年人或者其代理人交纳预收费。这有利于严防养老机构商事行为异化为非法集资活动。此外,《指导意见》明确了部门职责分工,要求强化多元监督管理,有助于形成全面覆盖、常态长效的监管合力,让“跑路”者没出路。

接下来,严把市场准入关,强化全链条监管,引领养老服务业规范健康发展,是题中应有之义。对养老机构来说,要老老实实经营,莫动“套路”老年人钱财的歪脑筋。只有以用户需求为导向,不断优化老年用品和服务供给,才能真正抓住养老行业发展的新机遇。此外,也要提醒老年人及其家属擦亮眼睛,高额定诱背后往往隐藏着巨大风险,不妨多看看机构是否合法、收费是否公开、协议是否合理、交费是否合规,避免自身权益受到侵害。

(中国经济网供稿)



王鹏作(新华社发)

谨防加油机“作弊”

在加油站加油,加油机每次少加2%,消费者浑然不觉……一段时间以来,一些加油站经营人员通过非法安装加油机计价主板,让加油机既可“偷油”又可偷税,严重侵害了消费者利益和国家税收权益。当前,加油机作弊呈现出科技化、团伙化、链条化等特点,不少问题加油机具有一键作弊、一键复位或断电清零功能,执法人员面临违法行为发现难、取证难和固证难。对此,市场监管总局会同公安部、商务部、国家税务总局等部门在全国开展综合治理加油机作弊专项行动,全面开展集中排查整治,严厉打击加油机计量作弊、偷逃税等违法行为,切实维护成品油零售市场秩序。

(时锋)

善用电商营销

作为互联网经济下的新型商业模式,农产品电商营销降低了新农人的创业成本,拓宽了农产品销售渠道,简化了农产品从田间地头到消费者餐桌的多渠道运转,实现了原产地与消费者直接沟通,能够缓解农产品滞销等问题,在推进乡村全面振兴进程中日益发挥重要作用。

商务部此前发布的《2023年中国网络零售市场发展报告》显示,2023年全国农产品网络零售额达到5870.3亿元,农产品电商营销成效显著,社交媒体已成为推广农产品的重要平台,短视频和直播则成为发展农村产业的“新农具”。通过短视频和直播,用户可以更加清楚地了解农产品的产地、生产等信息,提升对产品质量的信心,而主播的详细讲解和实时互动则进一步增强用户的购买意愿,促进用户转化为农产品消费者。

不过,农产品电商营销在发展过程中也存在一些问题。比如,大部分新农人对电商营销的认知不够深入,短视频和直播专业技能欠缺。农产品直播大多是在田间地头进行,对初级农产品直接销售,缺乏品牌包装与深加工,导致产品质量化明显。此外,大量农产品未能将自然、历史、文化等价值禀赋融入其中,导致产品缺乏足够的吸引力,品牌建设高度不足。基于此,新农人在用好社交媒体平台,着力壮大乡村富民产业的道路上,优化“新农具”的营销策略尤为重要。

农产品电商营销中,要考虑如何实现产品差异化。随着居民收入水平增长和消费水平提高,消费者购买产品不再只满足对物的需求,而更看重产品的个性化特征。例如,可以与一些知名IP进行联名,定制农产品与知名IP的联名产品;对农产品深加工,将初级农产品升级为高附加值的特色农产品,提高农产品竞争力,增加利润率,延伸农业的产业链。

讲好农产品故事,强化品牌赋能。消费者购买农产品时,不仅注重产品的质量,还有对其的情感共鸣和价值认同。农产品的短视频和直播营销要合理利用本地的自然人文资源,展示产品背后的生产理念和人文氛围,赋能增效。不断增强消费者的独特体验,丰富他们的感受,打造强体验感的消费场景,增强对乡土文化的理解和认同,以情感打动消费者,提高农产品的成交率。

提升购物体验,增强用户黏性。短视频和直播带货是一种双向深度沟通的营销方式,不仅需要向用户展示农产品如何加工、味道如何,还要及时对用户的提问等作出反馈,增强用户的参与感。

定时开展直播、持续更新短视频的行为,都是增强用户黏性的有效举措。此外,还可以建立农产品用户的专属社群,开展私域流量运营,提升消费者的关注度和复购率。

提升国潮品牌国际竞争力

程程

第八届中国品牌日活动日前在上海举行,近千家国货企业汇聚一堂,向海内外观众展现中国品牌的独特魅力。眼下,国货美妆、非遗文创、“新中式”服饰和中华“老字号”等不同领域的“国潮”品牌不断涌现,凭借优良的产品质量和实惠的价格,在众多销售平台出现畅销乃至脱销的情况。《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》显示,2023年“国潮”经济市场规模为2.05万亿元,同比增长9.44%,预计2028年将突破3万亿元。同时,伴随越来越多的国货主动走向海外,中国品牌的硬实力亦得到有力彰显。

今年《政府工作报告》提出,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。加快“国潮”品牌发展,打造极具优势的国货品牌,势头如火如荼。也要看到,时下广受欢迎的诸多“国潮”品牌在设计生产和销售推广等方面,仍存在较大提升空间。比如,较为粗糙的研发和代工模式容易造成产品质量不稳定,影响消费者的体验和复购率;某些品牌的设计存在堆砌文化符号和盲目跟风的现象;对外交流上仍有品牌文化定位、销售策略不清晰等问题。对此,应进一步加快“国

潮”品牌高质量发展,不断增强国货的创造活力和品牌竞争力,推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。

丰富文化内涵,讲好“国潮”品牌的中国故事。“国潮热”的关键元素在于各具特色的中式图案和历史题材等,既反映出中华优秀传统文化的深刻内涵,也体现了传统文化与当代消费者精神生活追求的契合。应继续深耕于中华传统文化的土壤,不断挖掘优秀传统文化的思想观念和精神内核,将其巧妙融入国货产品设计。老牌国货企业也要充分盘活文化资产,推动中华“老字号”与时俱进。

加大创新研发,提升“国潮”品牌的综合品质。为解决当前部分国货生产存在的品控参差不齐、同质化严重等问题,企业要加大对产品的创新研发,适时设立品牌研发中心,推动传统工艺传承发展的同时,引进先进技术材料,灵活运用合作开发等方式,提高国货的质量和性能。深度挖掘市场需求,增强企业市场多元化、差异化发展的反应和适应能力,合理细化不同类型产品的市场定位,也可应消费者需求,实现“国潮”品牌的个性化定制,形成配套成熟的产业链。

完善多元营销,增强“国潮”品牌的用户黏度。一方面,推进线上销售渠道规范升级,充分发挥各大电商平台、新媒体的影响力优势,加大对国货优质内容的宣传力度。利用“兴趣电商”新业态的技术优势,洞察各类“国潮”品牌消费者的喜好,促使线上平台完成对其目标用户的精准把握,增加复购率。另一方面,改善线下销售布局,除持续扩大商超、会展中心、写字楼等不同场景的销售渠道外,还需增强用户的互动式、沉浸式消费,大力打造品牌体验店旗舰店。增强不同销售模式下的用户黏度,有助于推动“国潮”品牌实现产品销量的更替增长。

优化出海路径,提高“国潮”品牌的国际竞争力。面对广阔的国际市场,国货企业要在深入了解当地地域文化的前提下,及时更新产品的设计理念。密切关注海外市场的竞争态势和相关法律法规,视实际情况设立海外研发和生产基地、开设品牌专卖店以及培养专业和规模化的人才队伍等。以高端化产品作为提升国际竞争力的关键,与国际知名企业开展深度合作,打造具有高性价比的“国潮”品牌。