

消费是经济增长的重要引擎。中办、国办日前印发《提振消费专项行动方案》提出,要支持新型消费加快发展。专家指出,新型消费在消费内容、消费方式、消费场景、消费理念等方面都发生了结构性变化。数字消费、绿色消费、健康消费等新领域,具有广阔发展空间。应加大政策支持,推动产品、服务和应用场景创新,优化供给,释放消费市场潜力。

培育品质电商

今年前2个月,全国网上零售额22763亿元,同比增长7.3%。实物商品网上零售额18633亿元,增长5.0%,占社会消费品零售总额的比重为22.3%。其中,直播成为网上消费增长较快部分。数据显示,截至2024年12月,我国网络直播用户规模为8.33亿,其中收看电商直播、直播带货占比达54.2%。

作为数字消费重要载体,电商平台近年来快速发展,吸引众多商家涌入,难免良莠不齐。随着主播塌房、虚假宣传等问题不断出现,要求加强监管、提升电商品质的呼声越来越高。

在此背景下,《方案》明确提出,要深入实施数字消费提升行动,大力培育品质电商。商务部中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛建议,一方面,政府要加快出台规范文件,强化标准引导、行业自律等,构建多元化治理机制,加大对违规行为的打击力度;另一方面,鼓励平台发展自营品牌,加强团队、供应链建设等,保障产品质量。

“未来,淘宝将持续加码品质直播,让坚持品质直播的机构有更多流量。”淘宝直播运营总经理袁媛介绍,今年淘宝将投入专项补贴建立爆款直播池,充分展示数百万户中小品质商家的特色产品。

“我们将组织开展‘双品网购节’‘数商兴农庆丰收’‘丝路云品电商节’等活动,培育品质电商,引导平台提升品质、

中国经济新看点

激发新型消费活力

创新产品应用

“目前,人工智能技术正全面赋能消费电子电子产品,带来应用场景丰富的新产品。”中国电子信息产业发展研究院电子信息研究所副所长赵燕介绍,例如,AI手机、AI眼镜、智能可穿戴产品、智能车载产品等,具备自主决策与学习、高效算力利用、多模态数据处理、自由交互体验等新功能,深受消费者欢迎。

躺在床上,配戴一副AR眼镜,就可以享受大屏观影体验;登台演讲再也不用提词器,演讲稿就呈现在AR眼镜上……近年来,智能眼镜逐渐走进大众视野。IDC数据显示,2025年全球智能眼镜市场预计出货1205万台,同比增长18.3%。

在消费级AR眼镜市场中,智能XREAL连续3年稳居全球市场份额第一。“凭借自研光机技术和供应链整合能力,我们公司能够生产光学模组,并获得了莱茵眼部舒适度五星认证,确保用户的沉浸式体验更加自然、舒适。”XREAL创始人兼CEO徐驰告诉记者。

我国企业创新步伐不断加快,催生出大模型、人形机器人等新技术、新产品,受到消费者认可,而消费升级也进一步引领产业升级,形成良性循环。

针对《方案》提出的开展“人工智能+”行动,开辟高成长性消费新赛道,李鸣涛认为,“将对生产端和消费端产生变革性影响”。对生产端而言,可以提升效率降低成本,加速市场需求驱动下的生成模式创新,打造新的制造业核心竞争力;对于消费端而言,可以通过产品智能化升级创造出引领消费趋势的新需求和新服务形态,在提升消费体验的同时形成新的消费增量空间,加速新型消费场景落地。

(下转第三版)



友好设施

提升城市人文温度

当地对公共空间进行

适儿化改造

新华社记者

系统打造儿童

陈泽国

摄

习近平向拉美和加勒比国家共同体第九届峰会致贺信

新华社北京4月10日电 4月9日,拉美和加勒比国家共同体第九届峰会在轮值主席国洪都拉斯举行,国家主席习近平向峰会致贺信。

习近平指出,当前世界百年变局加速演进,包括中国及拉美和加勒比国家在内的“全球南方”声势卓然壮大。拉共体坚持独立自主、联合自强,为维护地区和平稳定、促进发展合作、推进区

域一体化发挥了重要作用。衷心祝愿拉美和加勒比国家和人民在发展振兴道路上取得更大成就,为增进“全球南方”团结协作作出更大贡献。

习近平强调,中拉关系历经国际风云变幻考验,已经进入平等、互利、创新、开放、惠民的新阶段。双方政治互信不断深化,务实合作持续拓展,人文交往日益密切,惠及中拉双

方人民,树立起南南合作的典范。中方愿同地区国家一道,推动中拉命运共同体建设不断得到新发展。今年,中方将在北京举办中拉论坛第四届部长级会议,欢迎拉共体各成员国来华参会,共商发展大计、共襄合作盛举,共同为应对全球性挑战、推动全球治理变革、维护世界和平稳定贡献智慧和力量。

国务院、中央军委公布修订后的《中国人民解放军实施〈中华人民共和国药品管理法〉办法》

新华社北京4月10日电 国务院、中央军委日前公布修订后的《中国人民解放军实施〈中华人民共和国药品管理法〉办法》(以下简称《办法》)。《办法》自2025年6月1日起施行,共7章60条,主要修订了以下内容。

一是坚持党的领导,完善工作制度。规定军队药品管理工作坚持中国共产党的领导,坚持风险管理、全程管控、军地协同的原则;明确军地单位职

责分工;加强军地药品管理协作。

二是加强军队药品储备管理,保障药品供应。完善军队药品储备制度,规范军队药品采购管理,完善军队药品供应管理。

三是规范军队医疗机构药事管理,推进合理用药。要求军队医疗机构配备经过资格认定的药师或者其他药学技术人员,明确军队医疗机构制剂许可

证、制剂批准证明文件的发证机关,完

善医疗机构制剂调剂使用制度。

四是细化军队特需药品管理,确保药品质量。明确军队特需药品注册程序,加强军队特需药品生产管理,增加军地技术支持协作机制的规定。

五是强化军队药品监督管理,保障药品安全。明确军队监督检查职责,完善军队药品质量抽查检验制度,增加军队药品安全风险管控规定,健全军地违法行为查处机制,完善相关法律责任规定。

聚焦构建周边命运共同体,努力开创周边工作新局面

——与会代表谈贯彻落实中央周边工作会议精神

新华社记者 温馨 董雪 邵艺博

中央周边工作会议4月8日至9日在北京举行。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表重要讲话,系统总结新时代以来我国周边工作的成就和经验,科学分析形势,明确了今后一个时期周边工作的目标任务和思路举措。

习近平总书记的重要讲话在与会代表中引发热烈反响。他们结合工作实际,畅谈贯彻落实中央周边工作会议精神,表示将深入贯彻总书记重要讲话精神,聚焦构建周边命运共同体,努力开创周边工作新局面。

2013年,在新中国成立以来首次周边外交工作座谈会上,习近平总书记提出亲诚惠容周边外交理念,引领中国同周边国家友好合作开辟新的境界。十多年来,周边工作取得历史性成就、发生历史性变革。如今,中国已同周边17国达成构建命运共同体共识,在中南半岛和中亚

地区形成命运共同体“两大集群”。

“中国始终将周边外交置于外交全局的首要位置,而东盟又是中国周边外交的优先方向。”中国驻马来西亚大使欧阳玉靖表示,在习近平总书记和马来西亚领导人共同引领下,中马两国就共建命运共同体达成重要共识,在政治、经贸、人文交流等领域取得丰富合作成果。中马合作是中国和东盟合作的一个缩影。“在两国领导人的战略引领下,中马关系一定会再上新台阶,中国和东盟合作也将拓展新局面。”

打造全面战略伙伴“中马集群”、创立中国—中亚机制、促进上合组织发展……中国驻哈萨克斯坦大使韩春霖说,中国同中亚国家关系实现历史性跨越、取得历史性成就,根本在于习近平外交思想科学指引和习近平总书记掌舵领航。习近平总书记提出构建人类命运共同体、全球发展倡议、全球安

全倡议、全球文明倡议等重大理念主张,为中国—中亚机制、上合组织发展提供了重要理念指引。

会议指出,当前我国周边关系处于近代以来最好的时期,同时也进入周边格局和世界变局深度联动的重要阶段。我国幅员辽阔、边界线长,周边是实现发展繁荣的重要基础、维护国家安全的重点、运筹外交全局的首要、推动构建人类命运共同体的关键。要以全球视野审视周边,增强做好周边工作的责任感使命感。

“当今世界变乱交织,百年变局加速演进,许多国家陷入了动乱甚至战乱之中。反观中国,政通人和,人民安居乐业,经济企稳向好。以习近平同志为核心的党中央总揽全局,保持高度战略定力,坚定稳妥应对各种挑战,这是我们做好外交工作的最大底气,也是中国在国际舞台上备受尊重、国际影响力日益提高的根本原因。” (下转第二版)

导读

因地制宜发展首发经济
认清依法纳税的账与理
枇杷市场北向拓展

5版 电子信息制造业为何一马当先
6版 建美丽城市需解身边难题
7版 开创乡村全面振兴新局面
8版
9版 11版

经世言

“关税讹诈”阻挡不了中国人民前进步伐

近期,美国政府罔顾基本经济规律和市场原则,罔顾多边贸易谈判达成的利益平衡结果,罔顾自身长期从国际贸易中大量获利的基本事实,以“对等关税”之名行贸易霸凌之实,将全球推向“关税冷战”深渊。中国政府第一时间根据国际法基本原则和法律法规坚决采取反制措施,以行动维护自身权益、反对滥施关税、捍卫国际贸易正义,向世界宣示了反对经济霸凌的坚定立场。

中美经贸关系牵动全球发展大局,合则两利、斗则俱伤。互利共赢应是中美经贸合作的本质,也是双方实现共同发展的最优选择。长期以来,中国秉持合作初心,对稳定和中美经贸关系始终充满诚意。但面对美方将关税武器化,搞极限施压和经济霸凌,中方立场一贯之,核心利益寸步不让。历史证明,任何“极限施压”策略终将反噬自身,唯有平等协商方为正道。

互利共赢利好中美惠及世界

作为世界上最重要的双边关系之一,中美尊重彼此差异、深化互利共赢,不仅关乎两国人民切身利益,关乎世界经济健康发展,更关乎人类社会前途命运。

自1971年双边关系“破冰”以来,互利共赢始终是中美经贸关系的本质。

中国依托庞大市场、完整产业链和人力资源优势,持续为美国企业创造发展机遇;美国通过技术输出、资本投入和高端服务,有效助推中国产业升级。双方通过优势互补不断拓展合作空间,使经贸合作逐步成长为双边关系的“压舱石”。自1979年建交以来,中美双向投资从几乎为零增长到2600亿美元,双边贸易额也从不足25亿美元跃升至2024年的近6883亿美元。中美经贸合作作为美国企业创造了大量商机和利润。美国商务部2024年8月的统计显示,2022年美国在华企业(拥有多数股权且资产、销售或净收入达2500万美元以上)共1961家,总销售额4905.2亿美元,同比增长4.3%。

作为全球最大的发展中国家和发达国家,中美经贸合作产生了广泛而积极的溢出效应,带动相关国家原材料出口、中间品生产以及服务业发展,提升了全球价值链的运行效率,实实在在利好世界经济增长。同时,中美还通过携手应对国际金融危机、阻击埃博拉疫情、达成《巴黎协定》以及完善人工智能治理等领域的务实合作,为全球治理注入正能量。

当前,美国面临一些发展中问题,比如制造业空心化严重、优势产业遭受挑战等,更使部分政客神经敏感,认为中美已进入“零和博弈”阶段,中美合作正使美国“遭受利益损害”。但一个朴素的道理是,如果中美双方是所谓“谁占便宜谁吃亏”的关系,那么中美关系保持总体向前发展就无从谈起。

事实上,分歧和摩擦并未改变中美经济的互补性,中美经贸关系的韧性超乎想象。哪怕面临单边主义、保护主义的阻碍,2024年中美贸易额依然逆势增长3.7%,规模达到6882.8亿美元。今年以来,美国多个产业的企业高管纷纷访华,并将科技创新视为新的合作增长点,继续加码对华投资。

中美两国拥有广泛的共同利益,这是双方绝大多数企业和民众的共同感受。不论是制造业、农业等传统领域,还是应对气候变化、发展人工智能等新兴领域,合作空间广阔。将中国美国商会最新调查显示,近半数美企将中国列为全球前三大投资目的地之一。事实证明,只要中美聚焦共同利益,两国合作的清单能够拉得更长,合作的蛋糕可以

做得更大。

世界期待中美合作带来更多的发展机会。从气候变化到网络安全,从能源转型到公共卫生危机,面对当前此起彼伏的全球性挑战,没有任何国家能够独善其身。世界期待中美两国在完善全球治理体系、维护多边主义框架等方面展现大国担当。

滥施关税冲击全球伤害美国自身

近年来,美方选择性忽视自身长期从国际贸易中获利的基本事实,无视中美经贸关系的本质,单方面打着货物贸易逆差做文章,打着所谓的“对等”“公平”的旗号大搞“零和博弈”,本质上是追求“美国第一”“美国特殊”,背离了中美经贸合作的正常轨道。历史和事实证明,美方提高关税解决不了自身问题,最终只会自食恶果。

巨额贸易逆差让美国“吃亏”的论调站不住脚。中美货物贸易差额既是美国经济结构性问题的必然结果,也是由两国比较优势和国际分工格局决定的。中国并不刻意追求顺差,经常账

户顺差与国内生产总值之比已从2007年的9.9%降至2024年的2.2%。

客观认识和评价中美双边贸易是否平衡,需要全面深入考察,不能只看货物贸易差额。美国在服务贸易方面占有显著优势,是中国服务贸易最大逆差来源地,逆差规模总体呈扩大趋势,2023年为265.7亿美元,占美国服务贸易顺差总额的9.5%左右。综合考虑货物贸易、服务贸易和本国企业在对方国家分支机构的本地销售额3项因素,中美双方经贸往来获益大致平衡。

美方一些人无视事实和数据,奉行单边主义、保护主义,严重干扰中美正常经贸合作。特别是近期,美国以各种借口对包括中国在内的所有贸易伙伴滥施关税,严重侵犯各国正当权益,严重违反世界贸易组织规则,严重损害以规则为基础的多边贸易体制,严重冲击全球经济秩序稳定。贸易协定被单方面任意违背,供应链面临中断风险,市场资源配置扭曲,全球合作根基遭受破坏,世界经济增长前景面临严峻挑战。世界贸易组织总干事伊维拉不久前表示,美国加征关税可能导致2025年全球

商品贸易量总体萎缩约1%,较上次预测下调近4个百分点。

美方声称,经济全球化损害了美国利益,“对等关税”可以保护美国企业和本土产业。这种说法既没有事实依据,也缺乏基本逻辑。美方滥施关税的行径,无助于解决其国内经济问题,无法实现任何“保护”目的,反而会对其自身造成伤害。

滥施关税将推高自身通胀压力,导致消费市场萎缩。耶鲁大学预算实验室预测,所谓“对等关税”实施后,在其他国家采取反制措施的情况下,美国个人消费支出(PCE)价格涨幅将扩大至2.1%、低、中、高收入家庭平均将损失1300美元、2100美元、5400美元,成为关税的最终“买单”者。摩根大通经济学家迈克尔·费罗利表示,在新关税政策影响下,美国个人实际可支配收入可能在今年二季度和三季度收缩并导致消费支出同步减少。

滥施关税将削弱自身产业基础,加剧社会失业问题。美国经济存在一定结构性问题,但是美国并非经济全球化。相反,美国是经济全球化的主要受益者之一。美国企业通过经济全球化,优化资源配置,用较低成本获得较高收益;强化创新能力和管理水平,提升市场竞争力;把产品和服务卖到世界各地,获得大量处于价值链高端的利润。 (下转第二版)