

物价回升不改扩内需定力

一季度我国经济实现良好开局,不少指标好于预期。特别是物价数据出现标志性变化:3月份工业生产者出厂价格指数(PPI)同比上涨0.5%,结束了连续41个月的负增长;环比上涨1.0%,创下48个月以来最大涨幅。居民消费价格指数(CPI)同比上涨1.0%,保持温和回升态势。这些变化表明,物价运行的底部正在夯实,宏观经济持续回升向好的基础进一步巩固。

物价回升带来实实在在的积极效应。PPI结束长期负增长,企业销售收入和盈利空间有所改善,与制造业采购经理指数重回扩张区间、工业生产增长加快的态势相互印证。核心CPI保持平稳,反映出居民消费需求的韧性,随着稳就业、扩内需、促增收等各项措施持续发力,居民消费意愿和能力逐步修复,为一季度消费平稳增长提供了支撑。展望下一阶段,物价有望在波动中继续温和改善。

物价回升还有助于改善宏观名义指标。一段时间以来,我国物价持续低位运行,GDP平减指数连续多个季度为负,导致名义GDP增速明显低于实际GDP增速,企业营收、居民收入、财政税收等名义指标与实际增长之间存在“温差”。随着PPI转正,CPI温和回升,名义增速与实际增速的缺口

一季度物价出现的积极变化,既是外部输入性因素与国内供需关系改善叠加作用的结果,也是宏观经济正在走出低物价区间的重要信号。积极变化值得肯定,但不可误判形势。

正在收窄,经济运行的实际感受与统计数据将更加匹配。

然而,物价回升并不等于内需已足够强劲。仔细分析PPI上涨的结构会发现,国际原油及有色金属价格快速上行,推高了能源、原材料等上游工业品价格,成为PPI由负转正的主要动力。3月份PPI中,生产资料价格上涨1.0%,而生活资料价格则下降1.3%,其中食品价格下降1.7%、衣着价格下降1.1%、一般日用品价格下降1.4%、耐用消费品价格下降1.0%。从CPI看,3月份环比下降0.7%,同比上涨1.0%,仍在较低水平运行。这说明,当前物价回升更多体现为结构性、输入性特征,国内有效需求不足的矛盾尚未得到根本扭转。这使得中下游企业正面临着成本挤压与需求不足的双重压力。只有持续扩大内需,促进终端需求全面回暖,才能形成生产、分配、流通、消费的良性

循环,否则成本压力将持续淤积在中下游环节,企业利润承压、投资意愿受限,使需求不足的问题更加恶化。

也有人担心,国际大宗商品涨价会不会大幅推高国内物价?这种担忧可以理解,但不必过度焦虑。从物价构成看,我国CPI中占大头的是食品和服务,其价格主要由国内供需主导。从传导机制看,输入性通胀的影响主要沿“国际大宗商品价格—PPI—CPI”链条传导,中间隔着多个环节,成本传导存在明显的时滞和衰减。我国中下游制造业产能充足、市场竞争充分,在“供强需弱”的背景下,大量成本压力被中下游企业以利润压缩的方式消化,而非立即提价转嫁给消费者。而且,国内成品油定价机制发挥了“减震器”作用,国内油价涨幅明显低于国际水平。更重要的是,我国已建立起完善的粮食、能源保供体系,储

备充足且调控有力,能够有效平抑外部价格波动带来的冲击。综合来看,输入性因素对国内物价的整体影响有限且可控,难以大幅推高居民消费价格。

总体来看,一季度物价出现的积极变化,既是外部输入性因素与国内供需关系改善叠加作用的结果,也是宏观经济正在走出低物价区间的重要信号。积极变化值得肯定,但不可误判形势。面对依然存在的消费需求不足矛盾,宏观政策也不会不应因物价回升而转向,而是要在扩大内需上持续发力,通过精准支持中下游企业、提升居民消费能力、优化投资结构、打通成本传导堵点,让物价的积极变化从结构性回升走向全面性改善,增强经济内生增长动力。



禹向群

蛋糕



莫纵容商标“文字游戏”蔓延

鞠然

标注为“手打挂面”,而其中的“手打”并非实际生产工艺,只是注册商标。近期这起产品消费引发的争议促使涉事企业主动停用相关商标。此事折射出商标“文字游戏”的乱象。

商标本是承载品牌信誉的信任符号,却被一些企业异化为诱导消费者的套路。市场上的商标投机行为大致可分为两类:一类是打政策擦边球,比如将“0”等字符注册为商标,再与“零添加”等概念捆绑宣传,产品虽符合标称,却刻意利用商标模糊概念边界,误导公众认知;另一类则完全名不副实,通过虚假原料、工艺标识降低成本,以次充好,实施消费欺诈,直接突破商业道德与法律底线。商标投机行为花样翻新,本质都是通过误导性宣传透支市场信用。

法律早已明确禁止误导性商标使用,但企业守法践诺的表现参差不齐。《中华人民共和国商标法》明确规定,带有欺骗性、容易使公众对商品质量等特点或产地产生误认的标志,不得作为商标使用。部分企业被质疑后仍推诿塞责、拒不整改,毫无社会责任与行业担当;反观主动停用争议商标的涉事企业,其及时纠错的做法值得肯定,这既是对自身经营行为的规范,也是对市场规则与消费者权益的基本敬畏。

部分商家之所以能在商标上大做文章,也源于其精准拿捏了当下消费者“怕麻烦”的心

理。商品种类日益丰富、产品信息纷繁复杂,消费者普遍希望快速识别、简化决策,以更低的成本作出选择,因而更愿意信赖“手打”“零添加”“纯天然”这类直观且充满好感的标签。一些企业正是抓住这一心理,刻意将描述性、引导性词汇注册为商标,用看似可信的文字噱头替代真实品质支撑,让消费者依赖标签作判断,而非依据产品本身属性选择,无形中给商标“文字游戏”留下了生存空间。

乱象滋生蔓延,也暴露出商标审查与市场监管的短板。源头审查层面,对易误导、易产生歧义的描述性词汇商标化风险预判不足,审查标准仍需细化完善;后续监管环节,存量误导性商标清理不及时,违规行为惩戒力度偏弱,客观上纵容了此类“文字游戏”,也让部分企业心存侥幸。

整治商标乱象,企业、审查、监管三方应协同发力。企业经营者应正视商标使用乱象,主动自查自纠,诚信经营;商标审查部门需细化审查标准,强化对商标语义与消费场景的研判,从严驳回易产生误认的商标申请,建立健全存量争议商标常态化清退机制。市场监管部门应加大执法力度,对商标违规使用、虚假宣传等行为从重处罚,形成有力震慑。消费者也应提高警惕,在关注商标的同时,仔细查看配料表与产品信息,增强辨别能力。(中国经济网供稿)



商海春作(新华社发)

为直播打赏划红线

中央网信办秘书局近日发布《关于加强网络直播打赏规范管理的通知》,着眼压实网站平台主体责任,对直播打赏的规则制定、功能设置、权限开通、账号管理、举报受理等作出明确规定。通知明确,网站平台不得向八周岁以下的未成年人提供打赏服务。政策落地见效,需各方协同发力。平台应严格对照通知要求,细化打赏限额提醒与异常打赏识别处置机制,坚决杜绝打赏榜单变种等规避监管的行为,并完善未成年人识别与投诉受理通道。监管部门需持续开展专项督导,对违规行为依法从严处置并公开曝光;行业组织应定期开展合规培训,引导从业者树牢责任意识、回归内容创新。此外,家长及监护人要切实履行对未成年人使用网络行为的引导与监督责任,筑牢保护防线。(时锋)

打造“无废城市”

“十五五”时期,我国“无废城市”建设将进一步扩大至200个左右城市,并推动京津冀、长三角、粤港澳大湾区、长江中游城市群和成渝地区开展区域“无废城市”共建。“无废城市”并非追求零垃圾,而是以源头减量、资源化利用、无害化处置为核心,破解垃圾围城、推动城市绿色转型发展新模式。在“无废城市”建设中,循环经济扮演着重要角色,需要持续发力。

当前,“无废城市”建设仍面临固废处置产业发展滞后、处置设施布局不均、监管力量不足、公众意识不强等挑战。违法倾倒固废等行为时有发生,退役动力电池、光伏组件、风电叶片等新型固废处理滞后等问题仍待有效解决。因此,要继续培育壮大资源循环利用产业,补上收运处置短板,强化科技赋能与智慧监管,提升公众绿色环保意识,打造“无废城市”绿色图景。

发展循环经济,要以工业固废资源化为重点,推动产业绿色转型。通过构建产业链闭环,将生产环节产生的废渣、废料、尾料转化为可利用资源,既能减少污染,又能提升经济效益。例如,内蒙古包头市作为全国首批“无废城市”建设试点,通过新增固废利用处置能力超千万吨,一般工业固废综合利用率从34.72%提升至52.14%,探索出“固废回填矿山修复”的地方标准,实现从“废”到“宝”的转化。通过大力发展工业循环经济,是实现源头减

量、变废为宝的关键。还应加快建设专业化循环经济产业园,打造专业化力量团队。广大中小企业没有处置固废的设施、能力,需要集中建设专业化循环经济产业园,服务周边企业,让专业的人干专业的事。同时,针对退役动力电池、光伏组件、风电叶片等新型固废处理滞后等难题,要尽快布局一批有处置能力的企业进行科学处置,避免对环境造成长远威胁。对于非法废旧动力电池拆解回收等行为,要加大监督执法力度,让无资质的小作坊没有利益可图。

此外,要加强生活领域的废弃物循环利用。垃圾分类虽然已在全国多个城市试点推广,但群众参与度不高、分类桶等基础设施不足、分类处理设施不足等问题依然存在。如何构建高效的生活垃圾分类与资源化利用体系,关键要引导群众主动参与、精准分类,让废纸、塑料、金属等废弃物有序进入再生利用链条,从源头减少垃圾产生量。通过完善分类投放、收集、运输、处置体系,推动可回收物应分尽分、应收尽收。

循环经济是无废城市建设的灵魂与支撑。从工业固废的高效利用,再到生活垃圾的分类减量,只有全方位推进循环经济,才能构建起全链条、全周期的固废治理体系。唯有政府、企业、公众同向发力,让循环经济真正落地见效,才能更好建设宜居宜业的生态家园,实现人与自然和谐共生。

装备上新彰显海洋强国实力

蔡捷 叶胜超

我国首艘自主设计建造的集成式大型压裂工程船“海洋石油696”在浙江舟山正式交付,填补海上油气压裂增产技术空白;亚洲最大圆筒型“海上油气工厂”开平南油田浮式生产储卸油装置在青岛开工建造;海上油田首次实现无人机规模化作业……一段时间以来,我国海洋油气装备领域捷报频传。一系列高端海洋装备“上新”,标志着我国深水油气勘探开发能力迈上新台阶,为保障国家能源安全、推动海洋经济高质量发展注入澎湃动能。

装备制造的跨越式发展,印证着近年来我国海洋经济的强劲脉动与新质生产力的加速孕育。透视这些奔涌深蓝的“大国重器”,我国海洋油气开发及装备制造产业正呈现出鲜明的特征,对相关行业的高质量发展产生深远影响。

其一,核心技术自主创新能力实现历史性跨越,深远海开发底气愈加充足。海洋油气装备作为经略海洋的“利器”,技术门槛高、建造难度大。面对复杂的作业环境,我国攻克了深水超大型圆筒型浮式生产装备的成套技术,更首创压裂船“叠层式”立体布局,在有限船体内实现“小空间、大容量”的最优配置。这些关键核心技术的自主可控,打破了长久以来的国外技术垄断,使以往难以动

用的低渗透与深远海油气资源,转变为高效开发的新阵地。

其二,智能化与绿色低碳转型深度交汇,海洋领域新质生产力加速形成。“海洋石油696”配备了国内海上首个压裂智能决策指挥中心,将施工决策全面升级为基于人工智能的科学判断。同时,中国海洋油在北部湾海域构建起覆盖管线巡线、物流配送及应急安防等多场景的无人机作业体系。这种“低空经济+海洋开发”的跨界融合,使作业效率跃升30%以上,更有效替代了部分高耗能的传统船舶与直升机作业,全年减碳达25000吨,系统破解了海上油田巡检与运输效能不足的痛点。数字化与低碳理念正全方位重塑海洋油气装备产业,为传统海洋产业向高端化、智能化、绿色化迈进提供了绝佳样板。

其三,全产业链协同演进效应显著,高端制造集群与国际竞争力全面跃升。从“深海一号”的惊艳亮相到“海葵一号”的接连入海,再到如今的大型压裂工程船与10万吨级圆筒型FPSO(浮式生产储卸油装置),我国已成功构建覆盖深水油气勘探开发“水面—水下一水下一井下”的全产业链装备体系。这并非单一产品的技术突破,而是一场深度的产业协同跃升。其有力拉动了船舶制造、

扩大入境消费,是大力发展服务贸易、提升我国国际影响力的重要举措,也是发展服务消费、推动消费市场扩容升级的重要支撑。商务部等部门不久前印发《关于促进旅行服务出口 扩大入境消费的政策措施》,围绕打造具有全球吸引力的国际消费目的地,推出一系列精准务实政策举措,为激发入境消费潜力提供了坚实政策支持。

入境消费既是我国超大市场规模活力的彰显,也是展示国家开放形象、传播中华文化魅力的重要窗口。从全球发展规律来看,一国入境旅游市场越繁荣、入境消费规模越壮大,其文化辐射力、产业竞争力和国际话语权就越强。持续做强入境消费,对于优化国际收支结构、推动服务业提质增效、促进中外人文交流互鉴具有重要意义。不过,客观而言,我国入境消费服务环境仍有提升空间,中小商户外卡受理覆盖面不足,高品质商品供给与特色体验供给存在短板,签证、通关、消费维权等环节跨部门协同有待提升,服务供给与国际游客多元化需求匹配度不高,等等。做大入境消费这块“蛋糕”,应从多维度入手,推动我国入境消费向更高质量、更高效能方向发展。

一是精细化。立足入境人员差异化出行目的与多元化消费需求,坚持差异化产品开发路径,构建“特色服务引流入境、多元场景带动消费”的融合发展模式,推动传统入境消费向旅游购物、商务会展、文体赛事、医疗康养、研学培训等领域延伸拓展,推动要素保障向重点入境消费场景倾斜。强化全球精准营销推广,鼓励各地深挖地域文化底蕴与自然生态禀赋,开发特色化、高品质入境旅游线路,在做优故宫、长城、兵马俑、张家界等世界级文化地标的同时,培育一批小而精、小而美、小而特的沉浸式体验项目。推动文化体验、健康养生、国际教育等深度融入旅游消费全过程,延长旅游产业链条、提升产品附加值,引导国际游客从观光打卡向深度体验转变,从单次消费向长期关注、重复消费升级。

二是便利化。国际游客消费意愿与复游率,很大程度上取决于通关、支付、游览、售后等全流程细节体验。持续提升入境消费便利度,关键要聚焦“吃住行游购娱”全链条,在优化软环境、提升服务质效上持续发力,让国际游客“想来中国、易来中国、乐游中国、愿再来中国”。针对国际游客在支付结算、线上预约、语言沟通等方面的现实痛点,加快完善多语种公共服务标识、专业化外语志愿服务体系,推动重点商圈、景区、酒店等场所外卡支付全覆盖,全面推广出境退税“即买即退”“即购即办”等便利模式。动态优化完善签证便利政策,统筹推进通关查验、票务预订、消费维权等环节协同优化,简化办事流程、压缩办理时限,构建便捷顺畅、舒心放心的入境消费服务体系,以暖心细节优化提升国际游客消费体验与满意度。

三是智慧化。依托数字技术赋能入境消费提质升级,是顺应全球消费数字化趋势、打造入境消费新优势的重要路径,也是推动入境消费高质量发展的关键举措。数据显示,2025年起1000万入境游客通过“外卡内绑”、境外电子钱包等方式在境内消费,带动入境消费规模同比增长超100%。目前,Alipay+已连接全球40多个电子钱包和10个国家二级二维码网络,覆盖约18亿消费者,充分彰显数字技术在激活入境消费活力、提升消费便利度中的重要作用。

此外,还应以更大力度推动数字技术与入境消费场景深度融合。借助AI多语种实时翻译、跨文化语义解析等功能,精准匹配国际游客信息需求,清晰呈现商品服务标准、消费须知与售后保障,有效降低跨境消费信息门槛。搭建基于大数据的跨境消费信用评估体系,整合商户履约记录、全球消费评价等数据,动态生成消费信任指数,健全配套售后保障机制,筑牢安全、稳定、互信的跨国消费信任基石。加快完善数字支付网络、跨境信用体系等新型基础设施,依托数字平台打造签证申请、交通预订、景区游览、支付结算、离境退税一站式入境服务体系,实现全流程线上办理、一体化智慧服务,为全球游客提供更安全、更便捷、更舒心的消费环境。

(作者系湖南省社会科学院党组书记、院长)