

评论员观察

# 点燃消费“主引擎”，促进经济固本培元

周人杰

消费活力旺盛，市场销售增长，折射出消费信心的持续恢复，印证了消费潜力的不断释放，孕育着国民经济固本培元、恢复向好的新动能

进一步促消费，既需要从需求侧发力，聚焦个性化、品质化和多样性的消费新需求、新动向，也需要从供给侧创新，不断以新产品、新服务回应市场的期待、大众的呼唤

不久前，吉林长春九台区庙香山温泉滑雪度假区迎来新赛季首滑。该景区新购置了雪服、头盔，新增了单板公园、越野雪道等设施，吸引众多滑雪爱好者前往打卡游玩。随着北方入冬，多地冬季旅游热度攀升，冬季运动相关消费品销售持续走高，生动反映出我国消费回暖继续跑出“加速度”。

统计数据显示，今年10月份，全国社会消费品零售总额同比增长7.6%，比上月提高2.1个百分点，消费需求回升势头比较显著。延续今年中秋国庆假期文旅出行等的火热态势，入冬以来“温泉”和“滑雪”关键词搜索热度明显上升，预订热潮也比去年提前了一周左右。前往海南三亚、广西北海等南方城市的避寒游客中，有近七成启程时间早于往年。消费活力旺盛，市场销售增长，折射出消费信心的持续恢复，印证了消费潜力的不断释放，孕育着国民经济固本培元、恢复向好的新动能。让扩内需、促消费政策继续发力，消费的“主引擎”作用必将进一步彰显。

线下消费有序恢复，已成为经济增长的主拉动力。上半年，全国61个国家体育旅游示范基地平均接待游客达50万人次，

游客规模几乎达到2022年全年水平。今年1—10月份，服务零售额同比增长19.0%。正是由于服务消费的加快复苏，三季度最终消费支出拉动经济增长4.6个百分点，对经济增长贡献率达94.8%，比二季度提高10.3个百分点。透过纷纭现象看本质、观大势，在服务消费、升级类消费等加快增长的有效带动下，我们巩固国民经济恢复向好的态势有坚实基础，完成全年发展目标任务有充足信心。

进一步促消费，既需要从需求侧发力，聚焦个性化、品质化和多样性的消费新需求、新动向，也需要从供给侧创新，不断以新产品、新服务回应市场的期待、大众的呼唤。在江苏南京，玄武区打造的城市漫步街区，融合社交、游览、餐饮消费等多种元素，24小时“不打烊”，让游客领略古今交融的秦淮风情；在四川成都，“体育+”产业蓬勃发展，“体育潮流运动”“体育风尚集市”等活动受到欢迎，运动、绿道、音乐、餐饮等多种消费新场景日益丰富；在新疆和田，约特干古城景区夜间演出，让众多游客跟着演艺的节奏在景区内展开沉浸式夜游，感受当地特色文化。深化供给侧结构性改革，不断提供有效供给，有助于培育消费

新增长点，释放超大规模市场的更多潜能。

进一步促消费，离不开“有形之手”的积极作为。《国内旅游提升计划（2023—2025年）》推出丰富优质旅游供给、改善旅游消费体验、加强市场综合监管等一系列有力举措；《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》提出到2025年推动户外运动产业总规模达到3万亿元的行动目标。发展规划作向导，政策激励作支撑，有助于从供需两侧增强消费活力与动能。群众多层次多样化消费需求越旺盛，越要强化各类政策协调配合，完善促进消费的体制机制，以强化监管保障消费者敢消费，以优化环境让消费者愿消费。

习近平总书记强调：“要积极释放消费需求，拓展消费新模式，把消费潜力充分释放出来。”下一步，把恢复和扩大消费摆在优先位置，落实落细稳经济一揽子政策举措和接续政策，消费的“主引擎”作用将更加彰显。从长远来看，我们还需要建立和完善扩大居民消费的长效机制，促进全国商品和服务市场高水平统一、高标准建设。多措并举、久久为功，就能促进消费不断繁荣向好，为经济社会高质量发展持续注入强劲动力。

人民时评

森林食品产业一头连着粮食安全，另一头连着农业农村现代化，是促进农民增收致富和乡村全面振兴的重要产业

## 向广袤森林要食物

常 欽

国家林业和草原局统计显示，全国森林食物年产量超过2亿吨，已经成为我国继粮食、蔬菜之后的第三大重要农产品，人均森林食物产量130公斤左右，居世界前列。事实证明，科学利用森林和林地资源，发展经济林和林地经济，向森林要食物，构建多元化食物供给体系，能够有力增强我国食物供给能力，丰富食物来源，不断提升人民群众生活品质。

习近平总书记指出，“要向森林要食物”。“要积极推进农业供给侧结构性改革，全方位、多途径开发食物资源，开发丰富多样的食物品种，实现各类食物供求平衡，更好满足人民群众日益多元化的食物消费需求”。森林食品主要是指森林或林地生产的食物，包括可食用的果实、花、叶、枝、皮、根、脂液以及寄生物、附生物等非木质林产品。我国34亿多亩森林、8000多种木本植物蕴藏着丰富的食物资源，是公认的粮库、油库，名副其实的“摇钱树”。

我国一直高度重视森林食品生产，森林食品产业已经成为林草主导产业，成为“绿水青山就是金山银山”的有力写照。特别是党的十八大以来，各地区各部门实施退耕还林、天然林保护、国土绿化、荒漠化防治等重点林业生态工程，建设经济林生产基地，提高森林食品生产能力，取得了显著成效。目前，全国经济林面积约为7亿亩，经济林产量2亿吨左右，种植规模居世界首位；林下经济利用林地面积达到6亿亩，产值突破1万亿元。开发森林食品是践行大食物观的重要方面，森林食品种类成百上千，不与粮争田、扩大食物生产空间，产品绿色安全、营养健康，可谓前景广阔、潜力巨大。

树立大农业观、大食物观，全方位多途径开发食物资源，需要继续优化森林食品供给结构。全国经济林挂果面积占经济林总面积的67%左右，一些木本粮油单产不高、干鲜果品供需存在结构性矛盾，林下经济产品深加工不足，森林食品产业还有较大的发展空间。一方面，要形成同市场需求相适应、同资源环境承载力相匹配的生产结构和区域布局。另一方面，应做强林下绿色食品的深加工，打造林粮、林菜、林下养殖等系列森林食品，加强与食品、医药等领域的科技合作，不断增加产品附加值，提升生态森林食品供给能力和水平。

山区林区高质量发展，潜力在山，希望在林。森林食品产业一头连着粮食安全，另一头连着农业农村现代化，是促进农民增收致富和乡村全面振兴的重要产业。从赣南脐橙到秦岭木耳，目前各地已经形成了一大批颇具特色的森林食品产业品牌。开发森林食品，离不开创新生态产品价值市场化实现形式，形成全社会参与森林保护、促进林区发展的良好机制。以完善林下经济产品标准和检测体系强化服务，以健全利益联结机制来激发活力，持续促进产销对接、强化科技支撑，就能进一步调动农民干事创业的积极性。

林业是生态文明建设的主体，既是一项重要的公益事业，又是一项重要的基础产业。广袤的森林在提供丰富生态产品的同时，还为人类的生产繁衍提供着多样的食物资源。以市场需求为导向，调优生产布局，做好政策支持，全方位、多途径开发食物资源，一定能将更多营养健康的森林食品端上消费者的餐桌，进一步厚植粮食安全的根基。

纵横

## 打造更多健康企业

台 语

不久前，16家企业顺利通过评审，获2023年柳州市健康企业称号。广西柳州于2020年启动健康企业建设，目前有市级健康企业47家、自治区级健康企业1家。

健康企业，指的不是从事医药生产、医疗卫生等行业的企业，也不是经营状况良好、发展形势喜人的企业，而是实现企业建设与人的健康协调发展的企业。这类企业致力于不断完善企业管理制度，有效改善企业环境，提升健康管理和服务水平，打造企业健康文化，满足企业职工健康需求。观察获评的健康企业，其本身的经营状况、发展形势也很健康。

在实施健康管理的企业，员工的工伤率、患病率、住院率等指标往往比较低，大部分的疾病风险都因为早检查、早诊断、早治疗而得以消除。企业因及早干预，使得在员工医疗保健方面的支出总额减少，从而降低了成本。同时，员工的身心更健康、精力更充沛，也有利于高效协作，提高企业的劳动生产率。此外，员工从企业的健康管理中能够感受到企业的关怀，更有归属感和工作热情。这样的企业氛围更能吸引人才、留住人才，可为企业创新注入更多力量，为企业发展创造更多可能。健康的企业由健康的员工组成，已成为各界共识。2019年国家卫生健康委联合多部门出台《关于推进健康企业建设的通知》，制定印发《健康企业建设规范（试行）》，提出建设健康环境、提供健康管理与服务、营造健康文化等全方位推进健康企业建设的各项措施，指导各地规范开展健康企业建设。近年来，不少地方出台相关政策措施，推进企业健康体系建设正在成为一股潮流。比如，广东东莞一家日用品公司设置戒烟奖，戒烟成功者每人奖励500元；江苏南京一家科技公司为职工提供带薪病假，每月可请1天，全年12天。这些企业在创建健康企业过程中推出的各类创新举措，值得借鉴。

员工是企业最大的财富。为员工生活质量、生命安全进行投入，从而产生福利，是企业明智的“理财”。员工健康了，企业会更健康。（摘编自《广西日报》，原文为《重视员工健康 企业才更健康》）

## 欢迎赐稿

各位读者，本版“大家谈”“暖闻热评”“中国道路中国梦”“来论”等栏目长期征稿，欢迎赐稿，请勿一稿多投。本版邮箱：mrbrpl@163.com（来稿请注明栏目名）

本版责编：李浩燃 李洪兴 崔妍

暖闻热评

## 信息共享加速 患者诊疗减负

杨彦帆

【关键词】检查检查结果互认

【事件】《“十四五”全民健康信息化规划》提出，开展全国医疗机构信息互通共享三年攻坚行动。一段时间以来，多地有序推进医学检查检验结果省域内的互通共享，浙江省共有436项检查检验项目实现互认，累计互认数量超过3000万项次，直接节约医疗费用超过11亿元；福建省检查检验结果互认平台已经接入了243家二级以上的公立医院……截至目前，全国已有204个地级市开展了检查检验结果的互通共享，让群众看病少做重复检查、减少诊疗支出。

【点评】

在一家医院做了检查后，换一家医院就诊，还要重新检查，既费时又费钱。由于技术、质量安全等原因，部分医疗卫生机构对检查检验结果“不能认、不愿认、不放心”，重复检查检验成为不少患者的烦心事。实现检查检验结果互认，既可以改善患者就医体验，也有助于提高医疗资源的利用率，增强群众获得感。

检查检验结果互认的前提是检查检验的规范化、标准化。在实际工作中，不同医院存在检查检验项目编码、标准、质控水平不一等情况。国家卫生健康委等4部门联合印发的《医疗机构检查检验结果互认管理办法》明确，医疗机构应当规范开展室内质量控制，并提出各级质控组织应当定期规范开展质量评价工作，推动本地区医疗机构提升检查检验质量。在此基础上，多地医院进一步明确了检查检验互认的项目

清单，为开展检查检验结果互认夯实了基础。

在统一技术标准、质控标准的前提下，还要解决医疗机构之间的信息互通、不共享的问题。近年来，我国加快打破医疗机构间的信息壁垒，国家全民健康信息平台基本建成、省级统筹区域全民健康信息平台不断完善。据统计，目前已有8000多家二级以上公立医院接入区域全民健康信息平台，20个省份超过80%的三级医院已接入省级的全民健康信息平台。如今，电子健康档案、电子病历实现省内共享互通，保障了检查检验结果的时效性。不断夯实的信息化基础设施建设，让信息流代替群众跑腿，为群众带来了实实在在的便利。

医疗服务，关乎群众的身心健康，关系千家万户的福祉。从推进检查检验结果互认，到多地实现医保异地就医直接结算，再到互联网医院提供在线问诊、药品配送等服务，人们欣喜地看到，我国医疗卫生事业发展取得长足进步，便民就医从“有”到“优”，看病就医更便捷、群众更舒心。也要看到，不同地区之间医疗水平仍有差异，号源紧张、就医等待时间过长、医院周边交通堵塞等问题依然影响着群众的就医体验。更好满足群众就医需求仍任重道远，还需精准施策、常抓不懈。

路虽远，行则将至；事虽难，做则必成。为群众提供优质医疗服务，是医疗卫生事业发展的题中应有之义，也是保障人民群众健康的内在要求。期待更多暖心举措落地，加快推进医疗资源均等化、诊疗服务规范化，让群众看病更舒心、健康更有保障，为建设健康中国奠定坚实基础。



新疆维吾尔自治区阿勒泰市将军山国际滑雪度假区，滑雪爱好者参加“开板”活动。唐晓波摄（影像中国）

文化和旅游部前不久印发《国内旅游提升计划（2023—2025年）》，围绕加强国内旅游宣传推广、丰富优质旅游供给、改善旅游消费体验等9个方面提出30项主要任务。随着有关举措逐步落实，旅游消费潜力将进一步释放，广大人民群众多层次旅游消费需求将得到更好满足。

这正是：丰富产品供给，激发旅游潜力。拓宽市场空间，助推消费升级。

杨羽文

人民时评

## 直播带货，规范方能长远

燕 陆

10月，全国直播销售额超2.2万亿元，同比增长58.9%，占网络零售额18.1%。电商直播活跃了消费市场，为经济发展注入生机活力。与此同时，网络直播行业中的种种乱象也给不少人带来困扰，直播电商平台投诉多发。产品质量差、虚假宣传、不文明带货、价格误导等问题引发消费者“吐槽”。相关问题不仅损害消费者的合法权益，也影响市场公平竞争。及时为势头正猛的行业设路标、划红线，不是限制其发展，而是确保其行进在健康发展的轨道上，使行业发展更有后劲。

直播间绝非法外之地。广告法、电子商务法、产品质量法、消费者权益保护法等法律规定，皆适用于网络直播带货。《网络直播营销管理办法（试行）》明确了直播营销各方参与主体的责任，《关于进一步规范

网络直播营销行为促进行业健康发展的意见》提出加强网络直播营销行为规范性引导，最新修订的《互联网广告管理办法》将通过互联网直播方式推销商品或者服务的商业广告纳入管理。近年来，我国陆续出台一系列针对网络直播尤其是带货直播的政策法规。依法加强电商直播管理，整治不正之风，惩治不法勾当，才能为行业健康有序发展夯实基础。此外，随着网络消费市场新模式新业态不断衍生，也有必要针对新情况新变化及时完善规则制度，回应现实问题。

网络消费市场的繁荣发展离不开法治护航，也需要多方力量协同共治。监管部门应认真履职尽责，对电商直播相关违法违规行为加大打击力度；平台要认真履行管理主体责任，加大监管力度，做好引导规

范；商家则须严格遵守法律规定，强化自律，诚信经营。当然，消费者也应提高自身的风险意识，在网购过程中加强对各类营销套路的防范，发现权益受损及时向平台和监管部门举报求助。经营者多一分担当，消费者多一分理性，直播带货就能在欣欣向荣中行稳致远。

惠民、利民、便民，让亿万人民在共享互联网发展成果上有更多获得感，是我国网信事业发展的旨归。第五十二次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至今年6月，我国网络直播用户规模达7.65亿人，其中电商直播用户规模为5.26亿人。合力共促直播带货向阳生长、清朗前行，推动电商直播行业持续健康高质量发展，方能不断提振消费信心，更好满足人民群众对美好生活的向往。

网络消费市场新模式新业态不断衍生，也有必要针对新情况新变化及时完善规则制度，回应现实问题

“没错的”“上链接”“还剩最后3单”……在不少电商直播间里，总能见到、听到类似的“直播捧哏”。从某种程度上说，“直播捧哏”是电商直播行业持续发展衍生出的一种细分职业。然而，有些“直播捧哏”会“逼单”，通过附和主播来营造价格低、库存少的氛围，催促用户赶紧下单。此外，有的直播间还有“职业弹幕人”。他们通过跟播互动、刷虚假好评等增加人气，制造商家商品好、销量高的假象，诱导消费者非理性下单。诸如此类问题，亟待整改规范。

近年来，我国电商直播行业迎来蓬勃发展的黄金期。商务部数据显示，今年前