

# 政策加码 新型消费激活一池春水

■中国城市报记者 郑新钰

新型消费再迎政策礼包。继9月9日国务院常务会议提出一揽子支持新型消费发展的政策后,日前,国务院办公厅发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》(以下简称《意见》),目标是经过三至五年努力,促进新型消费发展的体制机制和政策体系更加完善。

## 前8个月全国网络零售额达7万亿元

事实上,新型消费对民众来说并不陌生。

直播带货、线上教育、社区团购、“无接触”零售……近年来,我国以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速崛起,为经济提供了新的增长点。

特别是疫情发生以来,新型消费在保障居民日常生活需

要,推动国内消费恢复上,发挥了不可小觑的作用。

以直播带货为例,仅今年上半年,全国电商直播超过1000万场,活跃主播人数超过40万,观看人次超过500亿,上架商品数超过2000万。

记者从商务部了解到,今年前8个月,全国网络零售额达7.0万亿元,同比增长9.5%,比前7个月提高0.5个百分点。其中实物商品网上零售额5.9万亿元,同比增长15.8%,增速比上月加快0.1个百分点,占社零总额比重24.6%,比去年同期提高5.2个百分点。

数据的背后印证着,要拉动消费,新型消费大有可为。

对此,中国政策科学研究会经济政策研究会副主任徐洪才评论认为,要大力培育线上消费为代表的新型消费,创造有利于促进消费的市场环境,促进公平竞争、打击假冒伪劣,提高产品质量,让消费者吃得放心,用得放心,让消费者能消

费、敢消费、愿消费。

## 15项举措精准支持新型消费发展

为了更好地释放新型消费潜力,《意见》提出了15项有针对性的政策措施。

在促进线上线下融合消费方面,《意见》明确提出“支持互联网平台企业向线下延伸拓展”“加快推广农产品‘生鲜电子商务+冷链宅配’、‘中央厨房+食材冷链配送’等服务新模式”。

在加快新型消费基础设施和服务保障能力建设方面,《意见》要求“进一步加大5G网络、数据中心、工业互联网、物联网等新型基础设施建设力度,优先覆盖核心商圈、重点产业园区、重要交通枢纽、主要应用场景等”“加快建设千兆城市”。

在优化新型消费发展环境方面,《意见》给出了加强相关

法规制度建设、深化包容审慎和协同监管、健全服务标准体系、简化优化证照办理等多项具体措施。

国家发改委副秘书长高杲表示,《意见》就是要顺应新型消费发展大趋势,通过完善基础设施、优化政策环境,促进新业态新模式引导下的新型消费持续健康发展。

“《意见》印发,目的就是补齐新型消费短板、破除体制机制障碍、打通痛点难点堵点,进一步激发市场主体活力,促进线上线下消费深度融合,努力实现新型消费加快发展,为形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局提供坚实支撑。”高杲说。

## 培育一批新型消费示范城市

值得关注的是,《意见》提出围绕国家重大区域发展战略打造新型消费增长极,培育建

设国际消费中心城市,着力建设辐射带动能力强、资源整合有优势的区域消费中心,加强中小消费城市梯队建设。

究竟什么是消费中心?

高杲对此作出了解释:消费中心可理解为以中心城市为依托、辐射周边、综合承载能力强的消费高地或者集聚区,应具有服务体系健全、配套设施完善、内外循环畅通、供给业态丰富、引领集聚突出等特征。

“可以分为国际和全国性消费中心、区域性消费中心和地方特色消费中心,这三个层级的消费中心衔接互动、梯次发展、优势互补,构成覆盖全国大市场的消费地区格局。”根据高杲的介绍,国际和全国性消费中心,主要还是依托一些特大、超大城市,着眼于消费政策制度的全方位引领,以及供给体系的高水平构建,将建成具有全国性影响力的综合性消费高地,也成为联通国内国际市场的重要载体和桥梁。

区域性消费中心主要是部分省会和综合实力比较强的地级市,消费服务体系比较健全,有些标准达到国内外先进水平,对周边地区的辐射带动能力强,是区域性的消费高地或者说是集聚区。

地方特色消费中心面更广量更大,包括一些中小城市和一些县(市),通过打造人气活跃、亮点突出的若干消费集聚区,在地域和部分行业领域、发挥特色优势和较强影响力。

“到2025年,将培育形成一批新型消费示范城市和领先企业,实物商品网上零售额占社会消费品零售总额比重在目前基础上再有显著提高。”高杲说。

## 浙江湖州: 钢琴产业发展搭“顺风车”

近年来,浙江省湖州市德清县洛舍镇的钢琴企业抢抓长三角一体化发展机遇,积极与上海、南京、杭州等长三角主要城市开展合作,加快产业、人才、技术、平台等各类创新要素顺畅流动、协同共享。

人民图片



## 丰收节 电商为助农产品开启进城直通车

■中国城市报记者 郑新钰

9月22日,第三届中国农民丰收节大幕拉开。在新冠肺炎疫情和洪涝的冲击下,本次丰收节的意义非同一般。

“蒸、煮、烤都好吃,香薯新鲜上市,快来下载吧!”丰收节开幕当日,在河北省邯郸市邱县庆祝2020年中国农民丰收节农特文化产品展示区,河北沐泽农业科技开发有限公司销售经理马建波通过手机网上直播带货。今年,他的公司种植的2000余亩优质红薯获得了大丰收。

记者注意到,国内各电商巨头近期纷纷举办了和丰收节

相关的活动,将丰收节的气氛炒到了高点。

拼多多方面,9月7日,农业农村部、中央广播电视总台、中华全国供销合作总社宣布共同启动“2020年中国农民丰收节金秋消费季”大型系列活动。当日,在农业农村部的指导下,拼多多发放5亿元丰收节消费券并同步上线“多多丰收馆”,针对初级农产品及农副产品提供单笔20元至200元的相关补贴。

把目光转向京东,在一个多月以前,京东旗下社交电商平台“京喜”就启动了“农民丰收节金秋消费季”,带动了全国140

多个涉农产地IP品牌参与活动,打造1000场溯源直播,销售农产品达7万吨。

阿里则通过“千城万店庆丰收”活动,联合3万个商家,通过42场主题活动和100万场农产品直播,为中国打造100个10亿级农业品牌。

电商巨头们为何对农产品热情如此高涨?一组数据或许会给出答案。

据《2019年度中国农村电商市场数据报告》显示,2019年我国农村电商交易规模达到22898亿元,同比增长34.29%。预计2020年农村电商规模突破3万亿大关,达31553.4亿元,同

比增长37.80%。

“农产品进城的想象空间还是很大的。农产品市场若是做好了,下沉市场的生意可不仅仅是农产品的生意,诸多市场细分所蕴含的体量不可想象。”网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东如是向记者表示。

不可否认的是,乡村振兴战略为农村电商发展带来新机遇。农村电商的发展,促进了农村和城市资源要素双向流动,并初步形成了农村电商的新兴业态,为乡村振兴注入巨大活力。

农村电商未来走向哪儿?对于这个问题,网经社电子商务研究中心主任曹磊给出的看法

是,随着农村电商的市场规模扩大,模式不断演化,由单一的网络零售向网络零售、网络批发并重转变,从传统电商向社交电商、社区电商并重转变。

曹磊向记者表示,电商扶贫的实践路径日益多元化,各大电商平台正依托自身资源优势,探索各具特色的电商扶贫模式。

“随着电商们愈来愈深入农村市场,电商基因正在逐步深入农村各地,将会更加促进农村和城市的资源互通,让农村电商的业态愈加多元化,为农村注入活力。加上农村电商远未达到饱和状态,市场挖掘空间依然很大。”曹磊说。

