

评论员观察

提质扩容，发力新领域新赛道

——供需更适配 消费活力足①

李浩然

市场运行的细节中，蕴藏新的活力因子，折射经济脉动。几则消息，联系起来看，发人深思。

伴随“雪假”在新疆等省份落地，围绕冰雪运动、非遗体验、文化研学、文旅产品新意迭出，助力“冷资源”加速生成“热经济”。

寒风中，人们排队购买首发的“马墩墩”——北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”特别纪念版。从曾经“一墩难求”，到如今经典延续，文创产品生命力如此蓬勃。

电影《疯狂动物城2》上映首周，中国内地票房大幅领先北美，远超好莱坞预期。超大规模市场的能量，可见一斑。

作为畅通国民经济循环的重要环节，消费一头连着宏观政策，一头连着百姓感受。涌动的消费热潮，照见中国经济的韧性与活力，也再次印证，能够满足美好生活需要的产品和服务，永远不愁没有消费者买单。

如今，消费需求已从“有没有”转向“好不好”。“十五五”规划建议对“大力提振消费”作出部署，提出“扩大优质消费品和服务供给”。抓住供需适配这个“牛鼻子”，以优质供给满足多元需求，以消费升级引领产业升级，实现供需更高水平动态平衡，方

不久前，工业和信息化部等6部门联合印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，部署5方面重点任务。本版今起推出系列评论，扫描消费新亮点新趋势，探讨如何更好释放消费潜力、提振发展信心。

——编者

能为经济高质量发展提供更有利支撑。

系统施策，协同发力，促进供给需求“双向奔赴”。

举例来说，2014年至2024年，我国老年用品市场规模从2.6万亿元增长到5.4万亿元，为银发经济写下生动注脚。然而，家里老人说“想要的东西不好买”，创业的朋友感慨“老年用品不好销售”。为什么“难买”又“难卖”？本质上还是供需不匹配。

破解一些领域供需结构性错配问题，统筹兼顾是重要方法论。老百姓想要什么、喜欢什么，企业就该琢磨什么、生产什么，以优质优价的产品服务赢得市场。各类促消费政策，也就此发力。比如，培育首饰、化妆品等领域高端品牌，打造适应个性化需求的智能终端新品，丰富低空观光、IP衍生品等供给种类。反过来，这也更有利于形成新的消费增长点，扩大有效

需求。

向“新”而行，拥抱开放，做好提质扩容文章。

新产品、新功能、新服务、新模式、新场景、新应用、新体验……“新”是促消费的密码。新质生产力的蓬勃生长，为高质量消费品的供给筑牢物质底座。依靠科技赋能，搭乘数字化、智能化快车，面向需求端改造提升既有产能，积极研发含“新”量高的产品，是赢得消费者的有效路径。

对外开放的大门越开越大，激活消费一池春水。新款香水、护肤品引人驻足，智能体测仓体验奇妙……今年进博会上，消费品展区新意与匠心迭出。新能源汽车实现从“产品出海”到“生态出海”，蜜雪冰城海外门店数超5000家，中国品牌、中国IP表现亮眼。比肩国际一流水准，引进来与走出去相结合，有利于持续提升消费能级。

革新理念，与时俱进，挖存量与拓增量并重。

看存量，传统消费领域依然有潜力可挖。拥抱“减重”消费热潮，浙江义乌一家服装企业加码瑜伽服生产，赚得“盆满钵满”。引入“食药同源”理念，研发“低升糖指数”方案，河南漯河食品产业尝到转型升级甜头。思路一变天地宽。消费领域没有一成不变的优势，也不存在“绝对红海”。

探增量，新消费热点层出不穷，机遇属于有准备者。上海融合首店经济与户外经济，推进国际品牌落子，点燃城市消费扩容引擎。一些中式茶饮品牌精研健康养生，弘扬中华文化，在优化布局中闯出发展新天地。有的科技企业投身可穿戴设备、养老服务机器人等新赛道，收获“人工智能+”红利。应时而动，洞悉市场需求，提高响应能力，方能顺应新兴消费业态的崛起，参与做大市场蛋糕。

消费是经济增长的重要引擎，与现代化进程高度耦合。当前，我国正处于消费结构加速升级的关键期，千方百计促进供需适配，使消费潜力充分释放出来，必将激发内需市场的“乘数效应”，助力中国经济航船劈波斩浪、行稳致远。

的产业行为，而是贯穿于社会服务、日常生活等各方面。只有把绿色理念渗透到产业发展、社区建设、文旅消费等各个场景，形成“生产绿色化—产品绿色化—消费绿色化—生产绿色化”的闭环，才能既创造产业价值，又满足人民对美好生活的向往，形成向新向绿的强大势能。

节能降碳的方式很多，可以是沙漠戈壁的逐风追光，可以是小区里的绿色建筑、垃圾分类，也可以是把零碳理念融入园区建设。中国绿发连续3年完成3批十大“双碳”示范项目创建，取得零碳、净零碳、碳中和等认证29项，山东济南领秀城获评“全球绿色示范社区”。绿色低碳理念引领风尚，绿色发展全民参与、全民共享，孕育的不仅是美好生活体验，还有发展的新机遇、新空间。

绿色低碳发展这一广泛而深刻的变革，离不开广大企业参与其中。展望“十五五”，中国绿发将深入学习贯彻习近平经济思想、习近平生态文明思想，坚守央企使命担当，争当推进经济社会发展全面绿色转型、建设美丽中国的标杆。

（作者为中国绿发投资集团有限公司党委书记、董事长）

增强绿色发展战略定力

孙瑜

党的二十届四中全会《建议》提出，“加快经济社会发展全面绿色转型，建设美丽中国”。“十五五”时期是美丽中国建设承上启下、实现生态环境根本好转的关键时期，生态环境保护面临新挑战，绿色发展也将迎来重大机遇。作为“双碳”目标的践行者、产业转型的推动者，中国绿发投资集团有限公司在新型电力系统建设、新兴产业培育、绿色生活场景打造等领域深耕细作，有责任为实现“双碳”目标、加快经济社会发展全面绿色转型作出更大贡献。

构建绿色低碳产业体系，关系新质生产力的培育壮大，关系绿色发展的质效。当前我国绿色低碳产业产值规模约11万亿元。推动产业持续健康发展，需坚持问题导向，在实践中处理好几组关系，不断探索经验。统筹科技创新与产业创新。科技创新

是发展新质生产力的核心要素，也是推动产业升级的关键路径。“十四五”时期，中国绿发通过产学研协同创新模式，着力破解绿色低碳先进技术领域“卡脖子”问题。前不久，位于内蒙古乌海市的20万千瓦/80万千瓦时半固态锂电池储能项目实现并网发电，刷新了我国已并网半固态锂电池储能项目的装机规模纪录。

无论是资源利用更加集约，还是生产过程更加清洁，都有赖于技术力量的加持。把科技创新的“根系”扎得深之又深，同时不断向外扩展“枝干”，催生更多新产业、新业态、新商业，绿色低碳产业这棵大树才能成长得更加茁壮，为高质量发展注入澎湃动能。

兼顾当下与长远。现实中，一些生态产品价值转化存在难度量、难抵押、难交

易、难变现等问题，一些绿色低碳产业投入大、见效慢，影响了转型的积极性。这就要求完善生态产品价值实现机制，持续提升产业发展的带动力、辐射力，激活绿色低碳发展内驱力。

在新疆伊犁，尼勒克400万千瓦风电光伏项目实现板上发电、板下种植、板旁畜牧，受到当地牧民欢迎。在浙江淳安，千岛湖华美胜地曾是杭州第十九届亚运会淳安亚运分村，该度假区运用赛事场地及湖山生态优势，构建自营赛事IP体系，举办“环湖160”人车接力赛等赛事，吸引大批游客。增强绿色发展战略定力，让生态优势加快转化为发展优势，让更多人享受到绿色发展带来的红利，保护和发展的良性循环将厚植经济社会发展的绿色底色。贯通生产与生活。绿色发展不是孤立

微观

医药创新为何需要“价格凭证”

许菲

前不久，中国药品价格登记系统正式上线，9家国内外头部药企完成首批药品价格登记。该系统独立于各省级医药采购平台，将为企业提供权威、规范、透明的市场价格登记查询服务，是企业构建全球化、多元化价格体系的展示平台，对医药创新发展具有重要意义。

近年来，我国医药产业创新能力显著增强，对很多药企来说，创新药出海从可选项变成了必选项。2025年前三季度，中国医药企业完成海外交易103笔，总交易金额突破920亿美元。

放眼全球，一些国家和地区在审批药品准入时，往往要求其提供原研国的价格作为国际参考定价。但对我国一些药企而言，由于医保支付价格通常较低，药品纳入医保后，其价格往往难以体现创新药的市场价值。同时，药品其他非医保渠道的价格又没有凭证，导致海外市场难以找到可靠的定价依据。类似困扰在众多出海药企中普遍存在，一定程度上制约了国产创新药产业国际化发展。

医药创新发展关乎人民群众健康福祉，更关乎国家生物医药产业的核心竞争力。中国药品价格登记系统，填补了国家层面价格信息平台空白，是创新药企打破出海壁垒、撬动全球市场的一个重要支点。当前，美国、欧盟等发达国家和地区均在推进药品价格管控。合理的登记价格水平，能帮助本土企业更好走向海外市场、拓展利润空间，参与构建全球化价格体系。反过来看，中国创新药在全球市场拓展空间，也会反哺国内研发投入、促进医药企业更好开展创新。

医药行业以“3个10”概括新药研发的“高风险、长周期、高投入”特征：平均耗时10年、耗资10亿美元、成功率不足10%。

正因此，医药创新要实现从追赶、并跑到领跑的跨越，精准的政策支持必不可少。广东广州布局“人体蛋白质组导航”等国际大科学计划，拥有45家药物临床试验质量管理规范机构，逐步形成全方位、全流程、全链条政策支持体系。上海张江科学城近年来开展药品上市许可持有人改革，允许创新药研发企业将生产外包给其他企业，很大程度上解决了创新药企初创期的投入问题。各地政策红利的不断释放，将有效助推生物医药产业创新发展。

“十五五”规划建议明确提出：“支持创新和医疗器械发展。”无论是落实创新药融资、审评审批、入院使用和多元支付等政策，还是深化医药技术国际交流合作，抑或是充分利用新技术加快生命健康数据库建设、提升医药研发效率，唯有多措并举，凝聚创新合力，充分调动各类资源，才能为医药创新发展营造良好环境。

培厚土壤才能长出好庄稼。对创新药而言，这代表着丰富、广泛的基础研究以及基于临床需求的创新。从技术上看，国内生物医药研发在全球已处于靠前位置，但绝大多数还属于跟踪创新或模仿创新，一定程度上制约了医药产业创新发展。以肿瘤免疫治疗类新药（PD—1、PD—L1抗体）为例，中国跟进研发的该类药物获批上市的已有10多个，但在全球市场上的份额只占4%。有鉴于此，不少医药企业正大幅提高研发投入。未来，企业还需在创新药品质和特色上继续深耕，持续提升药物基础研究能力和水平，实现长远发展。

人民健康是社会主义现代化的重要标志。加大高质量政策供给，促进医药产业创新发展，着力推动生物医药产业提质升级，定能研发生产出更多好药新药，不断增进人民健康福祉。



湖北通城经济开发区一家企业的数控机床组装车间内，技术人员对自主研发的高端数控机床进行调试。

刘建平摄(人民视觉)

知识产权制度是激励创新的基本保障。“十四五”时期，我国加快从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变。目前，我国已经成为世界首个国内有效发明专利拥有量超500万件的国家。加强知识产权保护和运用，有利于促进新质生产力发展。

这正是：沃土涵细流，科创涌新秀。制度筑金盾，巧思遍神州。

邵延文

人民时评

坚持为了人民、依靠人民，尊重人民主体地位和首创精神，新事物自会拔节生长，新气象就能喷涌勃发，新奇迹还将继续书写

白练飞舞，银丝出锅。一碗热气腾腾的拉面，拉开化隆人幸福生活的大幕。

十年九旱的青海化隆回族自治县，过去20多万名农民超六成是贫困户。在党和政府的帮扶下，化隆人决心换个活法。他们学习拉面、走出大山、进城创业，在全国330多个城市、全球16个国家“抻”开2万多家面馆，一年“拉”回上百亿元，闯出了脱贫致富的好路子。

贫困群众既是脱贫攻坚的对象，也是脱贫致富的主体。习近平总书记深刻指出：“要注重调动贫困群众的积极性、主动性、创造性，注重培育贫困群众发展生产和务工经商的基本技能，注重激发贫困地区和贫困群众脱贫致富的内在活力，注重提高贫困地区和贫困群众自我发展能力。”

中国减贫脱贫的一个重要经验，就是充分尊重、积极发挥贫困群众主体作用，增强贫困群众参与发展、共享发展、自主发展的能力，使贫困群众不仅成为减贫的受益者，也成为发展的贡献者。

发挥群众的主体作用，需要把扶贫与扶志结合起来，激发内生动力。

在甘肃天水市麦积区滩子村，扶贫干部进村先扶志，改造贫困群众的依赖思想、守旧意识，激发他们自力更生、自强不息的奋斗精神。一些务农怕苦、务工嫌累的贫困户，“像是变了个人”，起早贪黑搞养殖，吃苦耐劳育果树，不仅脱了贫，有的还成了致富带头人。

功崇惟志，业广惟勤。扶贫减贫既要借助外力，也要激发内生动力，进一步形成合力。只有贫困群众心生“我要脱贫”的自觉，才能凝聚“我能脱贫”的自信，才会立目标、逐梦想、勇拼搏。习近平总书记曾说：“我在福建宁德工作时就讲‘弱鸟先飞’，就是说贫困地区、贫困群众首先要有‘飞’的意识和‘先飞’的行动。”扶贫先扶志，只要广大群众自己树立“宁愿苦干、不愿苦熬”的观念，就一定能用双手改变人生命运，汇聚起走向共同富裕的强大合力。

发挥群众的主体作用，需要让群众增见识、长本事，以扶智带动扶贫。

宁夏西海固，曾被联合国认定为最不适宜人类生存的地区之一。闽宁协作持续开荒，一条变“输血”为“造血”的产业扶贫路不断拓宽。更重要的是，曾经“靠天吃饭”的移民群众，在产业发展的带动下，变成了懂技术、会经营的新农人。他们掌握了知识，开阔了眼界，在市场浪潮中不仅鼓起了口袋，更挺起了腰杆。

这种由内而外的改变，是最持久的力量。通过产业扶贫，贫困群众不再是单纯的受助者，更是发展的参与者和奋斗者。既富口袋也富脑袋，既有脱贫致富的想法又有脱贫致富的办法，既有现代观念、市场意识又有主动性、创造力，贫困群众精神面貌和整体素质焕然一新，不仅能摆脱贫困，更能在乡村全面振兴中持续迸发内生动力。

发挥群众的主体作用，需要尊重群众的首创精神，实现自上而下和自下而上有机结合。

“等不是办法，干才有希望”。云南西双版纳傣族自治州基诺山基诺族乡小普希村，曾经全村全是贫困户。当地群众打破常规探新路，把一度无人问津的古树茶变成了“金叶子”。做强特色产业，发展乡村旅游，开展直播带货……8年脱贫攻坚，依托各项政策，各地群众抖擞精神，走出了形式多样的脱贫路、小康路。

回首历史，从安徽凤阳县小岗村的“红手印”催生家庭联产承包责任制，到福建武平县的农民推动林权改革……事实一再说明，尊重群众首创精神，发展才有取之不尽的智慧、用之不竭的经验。

中国减贫实践表明，人民是历史的创造者、推动者，是顶天立地的真正英雄。新时代新征程，坚持为了人民、依靠人民，尊重人民主体地位和首创精神，新事物自会拔节生长，新气象就能喷涌勃发，新奇迹还将继续书写。

纵横

诚信网购不容恶意“蹭穿”

魏晓敏

随着“7天无理由退换货”等规则的普及，消费者退换网购商品更便捷，但也有少数人钻空子，或是将新衣当作旅行拍照的“一次性道具”，或是在重要场合穿着后立即退货，甚至将穿过数日的衣服原样寄回。为防止“蹭穿”后退货，一些商家将衣物吊牌尺寸做大、设计更夸张，有的还在衣服关键部位加装密码锁等。

“蹭穿”不仅违背了诚信原则，更增加了商家经营成本，一些季节性衣服会因此滞销。有鉴于此，花式吊牌成为商家对抗不诚信行为的无奈之举。但这也带来了新问题。对普通消费者而言，这些防护措施影响了购物体验——试穿时被吊牌遮挡视线，拆卸时又担心损坏。持续增加的“防蹭”成本还会通过涨价的方式转嫁给所有消费者，形成恶性循环，损害市场健康发展。

遏制恶意退货，不能仅靠商家“自力救济”，还要对失信者进行约束。电商平台可建立更加精准的信用评价体系，让信用记录良好的用户享受更便捷服务，同时对异常退货行为加强管理，通过法律等途径对恶意退货者进行惩戒。

诚信是电商发展的基石。电商的可持续发展，需要的不是“吊牌升级战”，而是以诚信为基础的良好消费生态。平台完善规则，商家优化服务，消费者珍惜信用……只有当每一次交易都建立在互信的基础上，才能真正走出高退货率困局，营造更加健康的电商环境。

（摘编自《新华日报》，原题为《防“蹭穿”有无限优解》）

本版邮箱：rmrbpl@peopledaily.cn（来稿请注明栏目名）
本版责编：李拯石 李铁林