

以消费结构升级推动构建新发展格局

2020年中央经济工作会议提出:“坚持扩大内需这个战略基点。形成强大国内市场是构建新发展格局的重要支撑,必须在合理引导消费、储蓄、投资等方面进行有效制度安排。”作为拥有14亿人口的大国,我国经济社会发展的战略基点是释放巨大的内需潜力。随着我国进入消费新时代,未来几年,坚持扩大内需这个战略基点,关键在于抓住居民消费升级的大趋势,从供给和需求两端协同推进相关政策调整与体制变革。由此,我国巨大内需潜力释放不仅将有利于短期经济增长,而且将成为夯实中长期经济增长的重要基础。

我国消费结构呈现升级态势。扩大消费最根本的是促进就业,完善社保,优化收入分配结构,扩大中等收入群体,扎实推进共同富裕。当前,随着城乡居民收入的不断增长,我国居民消费水平呈现较快增长态势。2015至2019年,人均消费水平从18929元提升到27563元;不

考虑价格因素,人均消费水平年均增长9.8%。2020年,受新冠肺炎疫情冲击,前三季度全国居民人均消费支出14923元,同比名义下降了3.5个百分点,预计居民消费水平的回升还需要一段时间。但从消费结构看,疫情冲击下,服务型消费等新型消费反而呈现加快增长态势。比如,2020年前11个月,全国网上零售额105374亿元,同比增长11.5%。在传统接触式线下消费受到较大冲击的同时,新型消费逆势增长对于推动疫情期间的经济增长发挥了重要作用。

紧紧扭住供给侧结构性改革这条主线,注重需求侧管理,关键是适应消费升级的趋势。要使强大国内市场成为构建新发展格局的重要支撑,关键是释放巨大的内需潜力。中央经济工作会议明确提出“紧紧扭住供给侧结构性改革这条主线,注重需求侧管理”,是适应消费结构升级、释放消费潜力的重大改革部署。应当说,当前我国消费潜力的释放还面临

多方面的挑战,从需求侧看,要进一步营造和优化“能消费、敢消费、愿消费”的消费环境,以收入为核心的政策调整与制度变革相比以往更为迫切。

作为拥有14亿人口的大国,在实际经济生活中需要妥善处理需求侧和供给侧的关系,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。需求侧管理是宏观经济调控的手段,重点是通过财政货币政策调控需求,熨平经济周期波动,这是一个短期相机抉择的政策工具。需求侧改革则是全面深化改革的重要组成,重点是通过收入分配改革、公共服务体制建设等体制机制改革与完善,打破抑制消费潜力释放的政策与制度障碍,这是深层次、结构性的改革。

“十四五”时期,加快释放服务型消费需求,需要在需求侧领域多措并举。比如,有序取消一些行政性限制消费购买的规定;合理增加公共消费,提高教育、医疗、养老、育幼等公共服务支

出效率;以激发中小企业活力为重点加快形成扩大就业的体制机制;加快收入分配改革,力争未来15年国民收入实现倍增、中等收入群体实现倍增,等等。

以服务业市场开放为重点着力扩大服务型消费供给。当前,我国居民消费需求尤其是服务型消费需求向高品质升级,但主要产品供给体系仍处于中低端。解决服务型消费“有需求、缺供给”的矛盾,要按照中央经济工作会议提出的“以改革创新为根本动力”,加快以服务业市场开放为重点的供给侧结构性改革,通过更大的市场开放、加快优化营商环境,改善消费供给。

推动服务业市场向社会资本全面开放。要按照“非禁即准”的要求,凡是法律、行政法规未明令禁止进入的服务业领域,应全部向社会资本开放,不再对社会资本设置歧视性障碍,大幅减少前置审批和资质认定项目,鼓励引导社会资本参与发展服务业,并在打破服

务业的市场垄断方面实现实质性破题。在这方面,中小企业和社会资本有着比较大的需求。加快推进服务业对外开放进程,推进以服务业开放为重点的高水平开放进程。在加快服务业市场化改革的同时,大幅缩减外资准入负面清单限制性条目,尽快实现教育、医疗、养老、旅游等服务业全面开放,取消外资股比及经营范围限制,并且在规则、管理、标准等方面加快与国际对接。优化投资结构,加大服务领域的投资,适应消费结构升级趋势,推动投资结构转型。以改善民生为导向扩大消费和有效投资,更加注重民生基础设施补短板。

14亿人口的消费结构升级,不仅将对我国经济增长形成重要支撑,而且有利于全球经济复苏与增长。“十四五”时期,要紧紧扭住供给侧结构性改革这条主线,注重需求侧管理,加快形成释放我国巨大内需潜力的政策与制度环境。

(光明日报)

给食品网购戴上安全“紧箍”

□ 许晓芳

网购已成为公众日常的消费方式之一。近日,最高法发布《关于审理食品安全民事纠纷案件适用法律若干问题的解释(一)》(下称《解释》),明确电商平台责任承担。电商平台未依法对平台内食品经营者进行实名登记、审查许可证等义务,使消费者的合法权益受到损害,消费者有权主张电子商务平台经营者与平台内食品经营者承担连带责任。

据统计,2017年至2020年上半年,全国各级人民法院一审新收网络购物合同纠纷案件共计4.9万件。其中,食品类纠纷在网络购物合同纠纷案件中占比接近半数,为45.65%。

近半数食品类纠纷在网购纠纷中的占比之高令人咋舌。高比例纠纷背后,既有食品易损易变质、物流仓储问题等客观因素作用,也有网络销售对食品安全监管不到位、“隔空”销售模式易有商家浑水摸鱼等人为变量影响。例如,很多人在网购生鲜水果时应该都遇到过磕碰损坏或是遭遇物流延迟影响保鲜的情况。应该说,食品类纠纷占比高有一定的必然性。

可理由再多,问题再难,也不应任由这种现象肆意生长;各种困难,都不该变成将网购食品安全问题合理化的借口。民以食为天,食以安为先。食品安全无小事,一粒米一桌餐,牵动着千



家万户,关乎人民群众的身体健康和生命安全。而站在平台和商家的角度上看,网购食品安全问题的存在也会影响消费者的网购食品安全信心,进而影响消费者对网购食品的信任,影响食品行业的健康发展。因此,面对食品安全问题,网购平台和商家应有知难而上的自知自觉,应有针对问题、解决问题的自信,而不是破罐子破摔,两手一摊,任由消费者投诉。

此次发布的《解释》就以司法解释的形式为食品网购平台和商家戴上了“紧箍”。平台负连带责任,《解释》明确电商平台应该为消费者把好食品安全关,让不作为、不监管的电商平台无从推卸;不以造成人身损害为前提,《解释》以更大力度加强对消费者的权益保护……如此从解决群众普遍关心的突出问题进行规范,是第一步。接下来,还应进一步做好监督管理,更好地将《解释》的执行应用落到实处,才能更好地守护消费者“舌尖上的安全”。

社区团购不能以低价倾销破坏公平竞争

近日,南京市市场监管局发布《电商“菜品社区团购”合规经营告知书》,对电商平台的经营、团购群“团长”的责任等方面进行了规范。该《告知书》除了要求平台经营者证照齐全、主动备案、履行食品安全义务、接受各部门监管等外,还特别提出“不得以不正当竞争方式获取交易机会或竞争优势并因此损害其他经营者或消费者合法权益,尤其不得以低于成本的价格实施低价倾销,排挤竞争对手独占市场,扰乱正常经营秩序。”这纸《告知书》传递出地方政府开始出手治理社区团购恶性竞争的信号。

从本质上来说,社区团购就是以社区为单位,以社群为交易场景,依靠“团长”向社区居民推荐商品并促成交易的一种电商模式。虽然这种模式早已存在,但在今年疫情的影响下,社区团购意外地取得了惊人的发展。不仅如此,社区团购还被认为是中国零售的最后一块“肥肉”,吸引了各路电商巨头纷纷入局。

然而,有些电商巨头的竞争手法却比较简单粗暴,其普遍采用的一个手段就是“烧钱”。谁烧的钱越多、越持久,就越有可能在这场“团购大战”中获得胜利。而广大消费者在起初可能会得到价格战带来的些许红利,一旦垄断市场形成,那么消费者可能又会承受价格反弹带来的代价。不仅如此,那些依靠卖菜为生的小摊小贩,以及小微商铺,也最容易在大资本的重压下失去饭碗和生存的机会,进而触及民生的底线。

据21世纪经济报道,在有的社区

团购平台上,1分钱一盒鸡蛋、9分钱一棵白菜……显然,这样的价格严重低于市场价,正是南京方面指出的“低价倾销”问题。

所谓低价倾销,是指经营者以排挤竞争对手为目的,以低于成本的价格销售商品,其违背市场规律,已经涉嫌违反《反不正当竞争法》等法律法规中规定的,以不正当竞争方式获取交易机会或竞争优势,以达到排挤竞争对手独占市场的目的。这种行为不仅会扰乱正常的经营秩序,侵害消费者权益,最终损害的其实是全行业。

可以相信的是,此次南京为治理电商企业在社区团购上的乱象首次出手,极有可能引起其他城市的连锁反应。而这一系列的行动表明,电商平台不是反垄断的法外之地,也不是孕育不正当竞争的温床。即使是新赛道、新风口,也不可野蛮扩张,也要合法经营,不能触及法律的底线。

当然,电商巨头在社区团购上激烈竞争,并不意味着社区团购这种商业模式不合理,更不意味着就此应该彻底阻止平台企业对其投资和经营。恰恰相反,只要符合市场良性竞争的要求,能够满足广大民众的便捷生活需求,社区团购自然会得到市场和消费者的青睐。

说到底,对于互联网企业而言,不要总想着走捷径,甚至以牺牲基本民生为代价去追逐利润,或以不正当的竞争手段达到占领市场的目的,而是要靠商业模式和核心技术创新去赢得市场。这样才能达到企业与消费者“双赢”的目的。

(新京报)