

扩大内需 重在激发潜能

■ 魏弘毅 严赋憬 汪子旭

北国冬已深,又逢冰雪引客来。哈尔滨冰雪大世界一票难求、吉林长白山景区人头攒动、新疆阿勒泰冰雪民俗走红……四海冰雪同梦,“冷”资源被消费热情加温,“热”经济正在持续释放活力。冰雪经济茁壮成长,正是开年我国全方位扩大内需的生动注脚。

回望2024年,从着力实施“两新”“两重”政策,再到打造低空经济、首发经济、冰雪经济等新业态,密集有效的扩内需举措,为稳增长提供坚实支撑。

无论是传统佳节南海北的餐饮创新,还是因地制宜上新文旅项目,抑或创新投融资模式推动重大工程建设,各地各具特色的扩内需实际行动也在持续显现成效。

当下,需求不足依然是经济发展中的突出问题。展望2025年,如何进一步增强内需动力,为中国经济回稳向好、长期向好积蓄持久强劲的动能?

持续激发潜能,不断释放消费和投资活力,才能有效扩大内需。

2024年中央经济工作会议指出,着力提振内需特别是居民消费需求。这体现了让“消费”这一经济增长主引擎更加有力的深远考量。

提振消费,重在提升居民消费能力、意愿和层级,其底层逻辑是:促进居民收入稳定增长,完善收入分配制度,让百姓有钱消费;相应的社会保障要跟上,让百姓无忧消费;高质量消费供给要与高质量消费需求匹配,满足人民与时俱进的消费偏好。

近期以来,我们进一步感受到促消费的鲜明信号:把更多消费品纳入“两新”支持范围、落实就业优先政策,提高城乡居民基础养老金、举办商旅文体健康融合的促消费活动……突破制约消费的关键环节,为扩大消费营造有利环境,相关举措频频发力、形成合力。

提振消费,发挥经营主体能动性同样重要。当前,数字消费、绿色消费、健康消费等趋势正在形成。不断优化和创新供给,才能激发和创造更多市场需求。

看传统企业,吴裕泰、同仁堂等老字号深耕线上销售,推出以健康为导向的饮品、保健品,赢得市场青睐;看市场新锐,一大批创新型企业精准定位客户群体,有的放矢打造产品,市场热度持续提升……

扩大有效投资,是提振内需的关键。

几项数据彰显着有效投资拉动内需的成果:2024年1至11月,我国固定资产投资同比增长3.3%,制造业投资增长9.3%,基础设施投资增长4.2%。我国投资总量保持平稳增长,结构持续优化调整。

同时,中国人均资本存量仍低于发达经济体,在推动新质生产力发展、推进以人为本的新型城镇化、全面推进乡村振兴等领域仍有巨大投资空间。

高质量的投资,需要更加有效的制度供给。

近期,江苏南通一连20场工业领域设备更新供需对接活动热火朝天。180余家优质设备供应商和金融机构,吸引着2000多家企业参加活动,累计促成800余家企业现场咨询洽谈。

放眼全国,产供销、上下游、政银企协同联动,其背后体现出的鲜明思路,是更好统筹有效市场和有为政府的关系,持续优化相关制度机制,让投资更有效益。

下一步,要推动完善市场主导的有效投资内生增长机制,破除制约民营企业公平参与市场竞争的一系列障碍,让更多社会资本参与基础设施、公益事业等公共产品的供给,努力调动民间投资积极性。

扩大内需不是权宜之计,而是战略之举。展望未来,我国具有超大规模市场和强大供给能力的优势条件没有变,经济长期向好的基本面也不会变。各方合力持续激发内需潜能,中国经济必将迸发更为蓬勃的生机活力。

瞄准全方位扩大内需持续发力 ——开年中国经济一线观察



北京王府井老字号嘉年华活动

■ 严赋憬 魏弘毅 汪子旭

内需市场,一头连着经济发展,一头连着社会民生,是国民经济发展的主要依托。

2024年中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”列为2025年九项重点任务之首,凸显内需对我国经济发展的重要意义。

当前,国内需求不足成为经济运行面临的突出困难挑战。牢牢把握扩大内需这一战略基点,是应对外部冲击、稳定经济运行的有效途径,也是增强战略主动的长久之策。

新年伊始,各地各部门瞄准全方位扩大内需持续发力,内需主动力和稳定锚作用不断增强,为经济持续回升向好提供坚实支撑。

开年市场热起来火起来了

“源头厂家品质好,折扣力度也大,今年年货买齐了。”1月6日,位于郑州的1688河

南选品中心,前来购物的李女士赶上河南网上年货节第一波福利。直播带货、全品类好物、大力度折扣齐上阵,线上线下联动,年货节点燃新年消费市场热情。

吃过腊八饭,就把年来力。各地紧抓消费黄金期,落实2024年中央经济工作会议“大力提振消费”部署,促消费“火力全开”。

北京王府井大街上,新年装饰营造喜庆氛围。在这里举办的老字号嘉年华活动中,诸多老字号推出新年礼盒,让市民游客体验国货新品。

湖北武汉启动2025武汉新春消费季,包含零售餐饮消费券、政府助餐券和线上平台助餐券在内的超亿元消费券即将发放。

优质农产品、生活用品、特色小吃……山东菏泽巨野县的“黄河大集”上,人们赶年集、买年货,烟火气十足。

按照中央部署,以旧换新政策“不断档”,为春节消费“添把火”。

从暖水瓶竹壳编起 “编”出超300亿元“藤铁产业”

■ 新华社记者 周义

细细的竹篾编织而成的暖水瓶外壳,正在和暖水瓶一道,渐渐淡出人们的记忆。但这种竹编技术,却在它的故乡——福建省安溪县尚卿乡不断进化升级,从竹编到藤编,再到竹藤与铁结合的藤铁,安溪的编艺产业,如今已成为年产值305亿元的大产业,产品远销60多个国家和地区。

当竹藤与铁在指尖缠绕交织,翩翩起舞,便变幻出一个个精美绝伦的藤铁工艺品。从竹藤编进化而成的藤铁编,把竹藤的柔美与钢铁的坚硬完美交融,铁中含柔美,刚而不失韧,可谓“铁骨柔情”。

起步:给暖水瓶编个竹外壳

藤铁源于古老的竹编技艺,在安溪已有千年历史。传统的竹编耗时费力、利润微薄,很难养家糊口,很多当地人不愿以此为生。

20世纪70年代初,一个叫陈清河和尚卿人,靠竹编手艺给左邻右舍的暖水瓶做外壳。大家惊讶地发现,天天打交道的竹篾编成的暖水瓶外壳,不仅隔热效果好,还轻巧便宜,产品“一炮而红”。

在地方政府的支持下,陈清河开起了“家



这是2024年12月24日在安溪县委家属文化艺术馆拍摄的藤铁产品。

庭车间”,专门生产销售竹编暖水瓶外壳,产品十分畅销。传统手艺焕发出商品魔力,也开启了当地藤铁产业的序幕。

陈清河的家庭车间”在尚卿乡迅速复制。当时全乡有六成的农户从事竹编加工。街头巷尾,灯前月下,随处可见手执篾丝的男女老少,成为当时尚卿乡一道特有的风景线。

福建安溪,不光竹林密,藤条也很多。人们发现,比起竹子,藤的韧性更足。于是,尚卿人编织的原材料逐渐由竹篾变成了竹藤结合。到20世纪80年代,尚卿乡的竹藤编产品就已经远销30多个国家和地区。

但是好景不长,随着人们生活水平的提高,曾经作为“主要家当”的暖水瓶,开始淡出

点开淘宝等购物App,政府补贴一栏,“国补资格上新”“最高省20%”“25年全新资格”等标语,吸引消费者点击选购。

去年以来,消费品以旧换新政策实施,以真金白银的补贴,点燃消费者换购热情。2024年中央经济工作会议提出,加力扩围实施“两新”(大规模设备更新和消费品以旧换新)政策。

加大家装消费品换新支持力度,对个人消费者购买手机、平板、智能手表手环等3类数码产品给予补贴……消费品以旧换新政策今年继续实施,政策受益面将不断扩大。

持续激发有潜能的消费,离不开供给端的不断创新与优化。

1月5日,第41届中国·哈尔滨国际冰雪节启幕。哈尔滨冰雪大世界园区里,烟花腾空,音乐律动。

冰雪大世界开园以来,哈尔滨市累计接待游客同比增长21.3%;2024年哈尔滨市累

计接待游客1.79亿人次,实现旅游总花费2314.2亿元,同比增长均超三成。

冰雪热、文旅火、餐饮旺……大江南北消费亮点频现的背后,是市场不断适应消费结构变化、增强供需适配的努力。

2024年中央经济工作会议进一步指明方向——“创新多元化消费场景,扩大服务消费,促进文化旅游业发展”“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济”。

北京围绕首发经济加大引进优质品牌企业入驻力度;云南昆明不断完善旅居养老配套设施,为康养群体提供一条龙服务;海南三亚将在春节期间推出大型演艺、体育赛事,以“演艺热”开辟文旅产业新赛道……

多地消费新增长点不断涌现,消费市场活力与日俱增。

“我国拥有完备的产业体系和蓬勃发展的各类消费场景,消费市场容量大、梯次多、有纵深,扩容提质的发展态势没有改变。”商务部副部长盛秋平表示,下一步要推动促消费和惠民生更好结合,大力实施提振消费专项行动,持续释放消费潜力。

开年大项目建设火热进场

1月2日,挖掘机、推土机、重型卡车整齐排列,建设者信心满满……随着一声令下,陕西2025年一季度550个重点项目集中开工,总投资超2900亿元。

开年即开工,多地铆足干劲掀起开工潮,积极扩大有效投资:重庆开工投产304个项目总投资达3860亿元,厦门总投资775亿元的77个重大项目开建……

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一,投资在扩内需、促发展中发挥关键性作用。2024年中央经济工作会议部署“提高投资效益”,明确“增加发行超长期特别国债”“加强自上而下组织协调,更大力度支持‘两重’项目”“及早谋划‘十五五’重大项目”。

去年以来,支持国家重大战略实施和重点领域安全能力建设(“两重”),成为扩内需的重要抓手。

人们的生活。靠给暖水瓶做外壳的竹藤编业,自然遇到了前所未有的困难。曾经风光无限的竹藤编产品,像个落魄的掉队者,一度无人问津。

困境没有难倒心思活络的尚卿人。20世纪90年代初,尚卿人尝试着以铁丝当骨、藤条做面,再以彩绘着色,由此设计的“葡萄”系列藤篮,在当年广交会上引起轰动,半天就拿下600万美元订单,中国工艺界的新艺种——藤铁工艺从此诞生。

“上午还光着脚在田里插秧,下午就穿着西装和老外谈生意。”尚卿长辈人的这句话,生动地描述了当时藤铁外贸火热的景象。

藤铁工艺的创新,让尚卿的传统编艺迎来了发展的春天。男也编、女也编,老也编、少也编,几乎所有的尚卿人都在编藤铁。偏远的小山乡迅速聚集了上千个加工点,并迅速向周边乡镇和县城辐射,一大批铁艺加工厂拔地而起,带动大量藤铁产品远渡重洋。

发展:从“藤铁1.0”到“藤铁+”

从藤铁开始,尚卿人用巧思妙想将传统手工艺与现代产品设计融为一体,不断推陈出新。如今,走进安溪县聚丰家居文化艺术馆,小到摆件、玩偶,大到桌椅、凉亭,各种融

入了创新理念的藤铁产品琳琅满目,让人目不暇接。

“这里总共13万件产品,一件不重样,全是孤品。”艺术馆负责人黄连福说。

简单的藤条与铁线,怎么就能编出10多万种产品?

藤铁工艺师们以铁为骨架,通过挑、压、弹、插、绕、穿、贴等一系列复杂技法,将粗细长短不一的竹藤缠绕其上,作品渐成雏形。

人字编、绞丝编、圆面编等6类基础编织法,弹花、插筋、花箍等8类特殊编织法,不同的编织方法造就了丰富多彩的纹样;从竹、藤、草、木、铁等传统材料,到陶瓷、树脂、玻璃、塑料等新材料新工艺,尚卿的编织产业开始从“卖产品”走向“卖创意”。

将碳纤维、铝合金等新材料融入传统工艺中,便可制作出更加轻便耐用的藤铁产品;3D打印、数控加工等现代制造技术,将藤铁产品的生产效率和产品精度大大提高……古老工艺的创新空间不断拓展延伸。

“无线充电、语音控制,这些组件都能嵌入藤铁中,我们的产品是不是可以更智能一些?”通过3D建模和AI设计,尚卿年轻人开始打造藤铁工艺智能家居产品。新蓝绿的地平线,正在尚卿人面前渐渐清晰。

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

广告

山西特产 霍州年馍

中国年馍之乡

“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”

联系电话:18534090188

霍州市农村集体经济发展有限责任公司