

Z 民意聚焦

2024年政府工作报告提出,要促进消费稳定增长,并要求从增加收入、优化供给、减少限制性措施等方面综合施策,激发消费潜能。今年以来,针对国内有效需求不足的情况,各部门陆续推出一揽子增量政策的具体实施举措,政策层面打出一系列促消费“组合拳”,消费领域出现回暖、新型消费快速发展、消费结构逐步升级,消费潜力有效释放。如何进一步激发消费潜能,把促消费和惠民生紧密结合起来,让老百姓从能消费到愿消费,本期民生·民意版重点关注。

——编者



人间烟火中的采价员

本报记者 张家铭

清晨的城市刚刚苏醒,在人们准备开始一天忙碌的生活时,有这样一群“数字守护者”在超市熙熙攘攘的人群中挑选商品。他们格外认真,他们不仅关注着商品的价格与质量,更细心地核对每一个商品的规格信息,并将它们准确无误地录入系统。他们的眼神专注而敏锐,仿佛能穿透层层货架,直击商品的每一个细节。他们是CPI采价员,负责为居民消费者价格指数(CPI)收集数据。

作为一名有着十余年采价经验的“老将”,北京市西城区统计局、经济社会调查队(以下简称“西城局队”)的采价员张艳深知,CPI的编制离不开每一位采价员的认真工作。日复一日,CPI采价员们穿梭在各类消费场景中,精准记录每件商品的价格和规格。在她看来,采价员不只是简单地记录数字,而是一项科学严谨、充满挑战的工作,需要足够的责任心和细致入微的观察力。

采价是一项严谨科学的工作

张艳表示,采价工作表面看起来只是简单的价格记录,背后实则蕴含了许多细节和要求。对此,国家统计局北京调查总队的工作人员解释道,CPI是反映居民生活水平和市场价格变化的重要数据来源,数据的准确性直接关系到国家经济政策的制定和调整。因此,采价工作必须科学、严谨,容不得半点马虎。

“你不能随便换一个类似的商品来替代。”张艳指着货架上的酸梅汤说道,“如果这一个品牌的380克规格的酸梅汤售罄,我不能随便换一个其他品牌的来记录,必须严格按照采价标准。”张艳的眼睛在货架上来回扫视。她解释道,每一次采集数据后,她都需要将相关信息上传并与前期采集的数据进行对比,确保规格、品牌、价格等信息的准确性和一致性。

采价工作中的细节处理关系到数据的真实性与权威性。张艳表示,有时商品价格因为促销、供货不足等因素发生波动,就需要及时与店内工作人员详细核对变化原因并进行记录。她说:“每次价格变化都要与店员确认,掌握价格变动的深层次原因。”

张艳表示,她在采价时,会带一个采价记录本,上面详细记载着每一次采价的情况,日复一日,张艳不知不觉中已经写完好几个本子,这些记录本见证了城市消费市场的变迁与生活的点滴。上面的数据不仅仅是冷冰冰的数字,它们更是国家经济发展的“晴雨表”,是万千家庭消费水平的“温度计”。那些关于价格、品牌的数据,如同时间的印记,深刻而清晰。

西城局队的工作人员进一步解释,采价工作不仅要关注价格变化,还要考虑其背后的逻辑和波动因素,因此采价员要对数据有高度的敏感性和对流程的严格遵守,这样才能确保CPI数据的科学性和严谨性。

沟通:采价员的“必修课”

作为一名合格的采价员,张艳表示,沟通能力同样至关重要。因为采价员需要在不同的商超、市场中与各类工作人员打交道,遇到商品缺货、换货或者位置调整时,沟通是否顺畅,直接影响采价工作的效率。张艳回忆起一次在某超市采价的经历:“那次正好赶上超市搞活动,店员特别忙。我找不到需要记录的某些商品,后来我主动帮忙一起上货,帮他们理顺了工作流程,之后他们也很愿意帮我一起确认价格。”张艳笑着说道,这种相互帮助让她和商超的工作人员建立了良好的合作关系,就和邻里街坊一样,工作也进行得更加顺利。

有效的沟通不仅帮助张艳解决了工作中的难题,也让她在工作中结交了很多朋友。每次她去采价,总会遇到一些熟悉的店员,大家热情地打招呼,主动提供帮助。她表示:“一个采价员,不能只会记数据,还要懂得怎么跟人打交道,毕竟采价面对的不仅仅是货架上的商品。”

西城局队的工作人员表示,采价员在实际工作中不仅要具备专业知识,还要有极强的沟通能力。比如,当某些商品出现位置变化或临时缺货时,采价员需要凭借多年的经验和细致的观察力,将沟通技巧融入日常工作中。通过与商家沟通获取更多信息,确保数据采集的准确性。

坚守:风雨无阻

无论是烈日炎炎的夏季,还是寒风凛冽的冬季,采价员的工作从未因天气而中断。张艳表示,在采价日,每一位采价员都会风雨无阻地出发,行走在城市的大街小巷,确保及时采集到准确的价格数据。

张艳讲述了她在一次暴雨中的经历。那天,她没有带伞,但采价任务不能随意延期。超市的店员见她淋着雨来,善意地建议她也可以打电话获取信息。但张艳摇摇头说:“电话采集总是不如亲眼看到来得准确,我宁愿多花点时间到现场。”她最终冒着大雨完成了当日的采价任务,确保了数据的及时上传和准确性。

张艳说道:“这些数据不仅仅是数字,它们影响着国家的政策,影响着百姓的生活,我们不能有一丝懈怠。”无论外部环境如何变化,采价员始终站在数据采集的第一线,为确保CPI统计的准确性和时效性付出了巨大的努力。

此外,采价工作也有着严格的时间要求,尤其是生鲜商品的采集时间,通常要求在上午之前完成。张艳表示,生鲜食品种类繁多,采价时间紧张,经常需要在超市开门前就准备就绪,及时完成采价任务。成千上万名CPI采价员的工作或许并不为人所知,却为国家经济运行和决策提供了重要的数据支撑。清晨,张艳和她的同事们像钟表的指针一样,准时出现在城市的各个角落,为CPI采集最真实的价格信息,记录着街头巷尾的人间烟火。张艳表示:“作为采价员,我们必须要对得起自己的工作,对得起每一组数据。”风雨无阻,坚守岗位,CPI采价员用心记录着城市的物价,用数据守护着国家经济的脉搏。

全国政协委员、民进天津市委专职副主委赵长龙:

让人民群众有钱消费、有地方消费、有保障消费

本报融媒体记者 杨岚

近日,国家统计局公布的数据显示,前三季度全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.3%,涨幅比上半年扩大0.2个百分点,居民消费价格温和上涨。

“消费是推动经济增长的第一动力,也直接体现了人民美好生活需要,让人民群众有钱消费、有东西消费、有地方消费、有保障消费才能充分释放消费潜力,达到促进经济社会高质量发展的目的。”全国政协委员、民进天津市委专职副主委赵长龙认为,从当前消费市场形势上来看,呈现复杂多变的特点。全球经济的不确定性以及国内经济转型升级的压力,使得消费者信心有所波动,消费意愿和消费能力受到一定影响。“在这样的背景下,激发消费潜能显得尤为重要。”

赵长龙表示,从2024年前三季度全国居民收入主要数据里发现,交通通信、教育文化娱乐消费同比增长较快。反映了随着一系列扩内需促消费的政策落地,社会总需求正在持续温和上升。

此前,赵长龙在全国两会期间提交了《关于充分释放消费潜力的四点建议的提案》,就“充分释放消费潜力,多

措并举促进经济社会高质量发展”建言献策。赵长龙在深入分析消费市场现状和趋势的基础上发现,居民消费能力的提升受到了多方面因素的制约。收入水平的不均衡导致了消费能力的差异,中低收入群体的消费潜力尚未得到充分挖掘;高品质消费资源供给不足,使得无法满足日益增长的消费升级需求;新兴消费场景的缺乏,限制了消费模式的创新和多样化发展。此外,消费者权益保护机制的不完善,使得消费者在消费过程中面临诸多风险和不确定性。

“从现阶段来看,提高居民收入水平是激发消费潜能的关键。只有当人们手中有足够的可支配收入时,他们才会愿意并且有能力去消费。”赵长龙建议,首先,应当优化产业结构,强化就业优先政策,健全就业促进机制,为城乡居民提供更多的就业机会。同时,加强职业技能培训,提高城乡居民的就业竞争力,使其能够适应新兴产业的需求。其次,完善创业扶持政策,激发城乡居民的创业热情。通过提供创业指导、税收减免、创业资金支持等措施,降低创业门槛,鼓励城乡居民自主创业。特别是对于农村地区,可以依托当

地资源优势,发展特色农业、乡村旅游等产业,带动农民增收。再次,政府应根据经济发展水平和物价变动情况,适时调整最低工资标准,确保劳动者的基本生活需求得到满足。加强对企业执行最低工资标准的监管,确保政策落实到位。“此外,优化收入分配结构,缩小贫富差距,也能让更多人享受到经济增长的成果,从而提高整体消费能力。”

此外,赵长龙表示,促进消费结构升级是激发消费潜能的重要途径。随着经济的发展和居民生活水平的提高,人们对高品质、个性化商品和服务的需求日益增长。要加大对高品质、高附加值商品和服务的支持力度,引导消费者向更加健康、环保、智能化的方向转变。通过政策引导和市场机制,鼓励企业创新,提供更多符合消费者需求的新产品和服务,从而激发市场活力和消费潜力。

如何通过打造新型消费场景,以满足消费者多样化的需求,刺激主动消费?赵长龙认为,要深入理解目标消费者的需求和偏好,精准定位消费者的兴趣点,从而设计出符合期待期的消费环境。例如,对于年轻消费群体,可以创建集科技、娱乐和社交于一体的复合型消费空间,如虚拟

现实验店、主题餐厅或互动式展览。其次,利用现代科技手段,如增强现实(AR)、虚拟现实(VR)和人工智能(AI),可以为消费者提供前所未有的购物体验。此外,打造新型消费场景还注重环境的营造和体验的连贯性,新型消费场景的打造还需要与线上平台相结合,实现无缝的线上线下体验。通过线上预订、线下体验的方式,吸引习惯于网络购物的消费者走进实体店,同时也可以通过线下体验促进线上销售,从而有效刺激消费者的主动消费行为。

“改善消费环境和提升消费体验同样至关重要。”赵长龙举例,这包括加强市场监管,打击假冒伪劣商品,保护消费者权益,以及优化购物环境,提供更加便捷和更加人性化的服务等内容。通过这些措施,可以增强消费者的信心,激发其消费热情。

赵长龙建议,还要加强消费者权益保护,提高消费者信心。通过完善相关法律法规,严厉打击假冒伪劣商品,保护消费者合法权益。同时,加强消费者教育,提高消费者对商品和服务质量的识别能力,引导消费者理性消费。“通过这些措施,让消费有保障,进一步激发消费潜能,促进经济持续健康发展。”

北京市政协经济委员会副主任、振兴国际智库理事长李志起:

持续释放惠民“红利”从“能消费”向“愿消费”转变

本报记者 杨岚

近日,“双十一”购物节提前开启,被业内称为史上“周期最长”的“双十一”,首次将家电“以旧换新”政策补贴与平台优惠叠加。今年以来,从大宗商品消费、服务消费、新型消费等多种消费业态入手,政策“组合拳”将促消费和惠民结合起来,进一步激发国内大市场的活力,国内消费市场持续升温。

北京市政协经济委员会副主任、振兴国际智库理事长李志起接受记者采访时表示,当前北京市乃至全国的消费环境整体呈现平稳发展态势,政府出台了一系列促消费政策,如减税降费、发放消费券等,为消费市场注入了活力。线上消费、直播带货、社区团购等新兴消费模式快速发展,为消费市场带来了新的增长点。随着居民收入水平的提高和消费观念的变化,消费者对高品质、个性化商品和服务的需求不断增长。

李志起就今年前三季度全国居民人均消费支出数据分析称,尽管面临一定的经济压力,全国居民的消费支出仍然保持了增长态势,当前消费市场呈现出消费升级与降级并存,服务性消费较快增长,线上消费占比持续提高等3个特点和趋势。

“从数据上看,老百姓的消费意愿总体处于景气区间,但受到多重因素的影响,消费支出增速有所放缓。从‘能消费’到‘愿消费’的转变中,最大的障碍在于居民对未来收入的预期不确定性和消费信心不足。”李志起坦言,提升消费者信心对于激发消费潜能至关重要,只有消费者对未来经济和个人财务状况持乐观态度时,才会更愿意进行消费支出。

对此,李志起建议,为了让老百姓从“能消费”向“愿消费”转变,还需要持续释放惠民“红利”。努力增加居民收入,通过减税降费、发放消费补

贴、加大金融支持力度等措施,帮助企业加快生产发展、纾困解难,稳定居民就业、改善收入;进一步完善社会保障体系,优化医疗、教育和养老等机制,解除居民后顾之忧,降低预防性储蓄;不断丰富消费供给,创新消费场景,提供更多符合消费者需求的高品质商品和服务;持续优化消费环境,加强市场监管力度,规范市场秩序,保护消费者合法权益,营造放心的消费环境。

近年来,北京市在推动文化、旅游、服务等特定领域消费方面取得了显著成效。例如,通过文旅融合、举办大型体育赛事、推广特色文化产品等方式,吸引了大量消费者参与。同时,北京市还积极推动服务业创新发展,如发展夜间经济、打造特色商业街区等,进一步激发了消费活力。

李志起表示,未来,这些领域仍有巨大的发展潜力。“为了进一步激发消费活力,还应深化文旅商体多业融合,继续挖掘和整合文化资源、旅游资源、体育资源、商业资源,打造更多具有吸引力的文旅产品、演出活动和商业消费项目;加强服务行业的监管和培训力度,提高服务质量和水平,满足消费者日益增长的服务需求;创新消费场景,利用科技手段创新消费场景和模式,为消费者带来更加便捷、智能的消费体验。并且可以通过媒体宣传、活动策划等方式加强宣传推广力度,提高这些领域在消费者中的知名度和影响力。”

此外,李志起认为,科技创新在激发消费潜能方面发挥着重要作用,是以供给改善创造需求的重要切入点。通过科技创新,可以不断提升产品和服务的质量与效率,创造更多消费场景,不断满足消费者日益多样化的需求。例如,利用人工智能、大数据等技术,为消费者提供更加个性化的推荐和服务;通过

虚拟现实、增强现实等技术,为消费者提供更加沉浸式的购物体验;智能家居和物联网技术的发展将使消费者能够更加方便地管理家庭生活和消费支出。“未来科技将进一步与消费融合,为消费者带来更加便捷、智能的消费体验。”

如何通过“双十一”等购物节形式,进一步提振消费市场?李志起认为,可以

通过媒体宣传、活动策划等方式提前预热购物节氛围,提高消费者的期待值和参与度;电商平台为消费者提供更多实实在在的优惠券、满减活动等优惠措施以吸引消费者;利用科技手段创新消费场景和模式,如直播带货、虚拟现实体验等,为消费者带来更加便捷、智能的消费体验。

相关链接

前三季度社会消费品零售总额同比增长3.3%

本报讯(记者 杨岚)据商务部网站消息,商务部消费促进司负责人谈及2024年9月我国消费市场情况时表示,9月份,消费品以旧换新政策效能不断释放,消费市场呈现回升向好态势。据国家统计局数据,当月社会消费品零售总额4.11万亿元,同比增长3.2%,增速比上月加快1.1个百分点。前三季度,社会消费品零售总额35.36万亿元,同比增长3.3%。

一是以旧换新成效显著。据国家统计局数据,9月份商品零售额3.67万亿元,同比增长3.3%,增速比上月加快1.4个百分点。限额以上单位家电零售额同比增长20.5%,增速比上月加快17.1个百分点;汽车、家具零售额同比均增长0.4%,实现由负转正。

二是服务消费较快增长。据国家统计局数据,前三季度,服务零

售额同比增长6.7%,增速比同期商品零售额快3.7个百分点,其中餐饮收入3.94万亿元,同比增长6.2%;居民人均教育文化娱乐消费支出、交通通信消费支出同比分别增长10.1%和10.0%。

三是线上线下协同发展。据国家统计局数据,前三季度,线上消费较快增长,实物商品网上零售额同比增长7.9%,占社零总额比重达25.7%。实体零售平稳增长,限额以上零售业单位中,便利店、专业店、超市零售额同比分别增长4.7%、4.0%、2.4%。

四是乡村消费快于城镇。据国家统计局数据,9月份,乡村消费品零售额6068亿元,同比增长3.9%,增速比城镇快0.8个百分点。前三季度,乡村消费品零售额4.77万亿元,同比增长4.4%,增速比城镇快1.2个百分点;农村居民人均消费支出同比增长6.5%,增速比城镇快1.5个百分点。