

双节假期消费如何? 扩大市场开放有何新举措?……

商务部回应近期经贸热点

□新华社记者 谢希瑶

今年中秋、国庆假期全国消费市场形势如何?我国持续提升市场准入水平、扩大市场开放,还有哪些举措?第三届“一带一路”国际合作高峰论坛即将举办,商务部将有哪些活动?商务部12日举行例行新闻发布会回应近期经贸热点。

双节假期全国重点零售和餐饮企业日均销售额同比增长8.6%

“今年中秋、国庆假期,全国消费市场人气旺、活力足,市场销售平稳较快增长。”商务部新闻发言人何亚东介绍,根据商务大数据监测,节日期间全国重点零售和餐饮企业日均销售额比2022年国庆假期增长8.6%。

据介绍,绿色健康智能类商品、特色节庆商品受到青睐。商务部重点监测电商平台新风空调、节能热水器、智能扫地机等产品销量比去年假期增长1倍以上,重点监测零售企业通讯器材、粮油食品、饮料等销售额

比去年假期增长10%左右。

此外,服务消费持续恢复,住宿餐饮、文化旅游、运动休闲等服务消费需求集中释放,商务部重点监测餐饮企业日均销售额比去年假期增长约两成。城市商圈客流活跃,全国示范步行街日均客流量比去年假期增长87.4%,36个大中城市重点商圈日均客流量比去年假期增长1.6倍。

何亚东说,步入四季度,商务部将加快推动促进汽车、家居、电子产品消费以及近日出台的推动汽车后市场高质量发展等政策措施落地见效。

将继续合理缩减外资准入负面清单

中国持续扩大市场开放有何新举措?何亚东在回答上述有关记者提问时表示,将继续合理缩减外资准入负面清单,研究进一步取消或放宽外资股比限制的可行性,吸引更多全球要素进入中国市场。同时,还将继续会同有关部门和各地方落实好国务院《关于进一步优化外商投资环境 加大吸引外商投资力度的意见》,努力建设市场化、法治化、国际化的营商环境。

他介绍,自2017年以来,中国连续5年修订外资准入负面清单,全国和自贸试验区外资准入负面清单条

目分别缩减至31条和27条,在种业、汽车船舶和飞机制造、证券、银行、保险、职业培训等众多行业、领域取消或放宽了外资股比限制,为外国投资者创造了更多市场机遇。

第三届“一带一路”国际合作高峰论坛期间将举办贸易畅通专题论坛

第三届“一带一路”国际合作高峰论坛即将在京举办。何亚东说,本届高峰论坛期间,商务部将会同海关总署、国家税务总局、中国进出口银行和中国出口信用保险公司共同举办贸易畅通专题论坛。

论坛将聚焦推进高水平贸易畅通,从深化多双边经贸合作,加强海关、税务、金融支持保障作用,提升贸易投资自由化便利化水平等角度,邀请共建国家政府官员、国际组织负责人、专家学者和工商界代表深入交流。论坛议程专门设置维护产业链、供应链稳定畅通和推动电子商务、绿色贸易发展两个分议题。

此外,论坛还将发布《数字经济和绿色发展国际经贸合作框架倡议》《中国“一带一路”贸易投资发展报告2013-2023年》等成果。

新华社北京10月12日电

物价运行平稳 消费持续恢复

——聚焦9月份CPI和PPI数据

□新华社记者 魏玉坤 魏弘毅

国家统计局13日发布的数据显示,9月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比由涨转平,环比上涨0.2%;全国工业生产者出厂价格指数(PPI)同比下降2.5%,降幅比上月收窄0.5个百分点,国内物价保持平稳运行。

“9月份,消费市场持续恢复,CPI环比继续上涨,但受上年同期对比基数走高影响,同比由涨转平。”国家统计局城市司首席统计师董莉娟表示。

在我国CPI“篮子”商品中,食品占比较高。主要受上年同期食品对比价格走高影响,9月份,食品价格同比下降3.2%,降幅比上月扩大1.5个百分点。从环比看,今年中秋、国庆节前市场供应较充足,9月份,食品价格涨幅略低于历史同期平均水平。董莉娟分析,开学季叠加双节临近,鲜菜和鸡蛋价格环比上涨3.3%和3.2%;猪肉、鲜果、禽肉类等食品价格基本稳定。

猪肉价格在食品价格中占有较高比重,对CPI运行具有重要影响。中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇表示,四季度是猪肉消费的旺季,随着天气转凉,腌腊等消费需求将会有效支撑猪价,猪肉价格或将整体呈现季节性涨跌、窄幅波动,但今年秋冬两季平均价格将低于去年同期水平。

统计数据显示,9月份,非食品价格同比上涨0.7%,涨幅扩大0.2个百分点;环比上涨0.2%,涨幅与上月相同。董莉娟分析,受国际油价上行影响,国内汽油价格环比上涨2.4%;秋装换季上新,服装价格环比上涨0.9%。

据测算,9月份,扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.8%,涨幅与上月相同。“今年以来,我国核心CPI同比涨幅一直处于1%左右的区间波动,这表明我国居民消费价格虽结构上有所分化但总体保持稳定。”国务院发展研究中心市场经济研究所副研究员王立坤说。

今年以来,国内物价总体呈低位运行态势,前三季度CPI同比上涨0.4%。不过,三季度物价运行出现积极变化,8月份CPI同比由上月下降0.3%转为上涨0.1%,9月份主要受去年高基数影响,同比由涨转平。从环比来看,7至9月份,CPI均保持上涨态势。国家发展改革委副主任丛亮表示,物价低位运行,需要引起重视,但是综合物价水平、需求恢复、经济增长、货币供应量等因素来判断,中国经济不存在所谓的通缩,后期也不会出现通缩。

从工业生产者价格看,今年以来,受到国际大宗商品价格下行、国内需求不足与上年同期基数较高等因素影响,PPI同比降幅持续扩大。但是随着市场供求关系改善,7月份PPI降幅首次出现收窄,8月份PPI降幅延续收窄态势,9月份PPI降幅进一步收窄。

从环比看,9月份,PPI保持上涨态势,环比上涨0.4%,涨幅比上月扩大0.2个百分点。其中,国际原油价格继续上行,带动国内石油和天然气开采业价格上涨4.1%,石油煤炭及其他燃料加工业价格上涨3.1%。需求改善、供给偏紧,推动有色金属冶炼和压延加工业价格上涨1.2%,煤炭开采和洗选业价格上涨1.1%。

PPI与企业效益直接相关。近期,PPI持续回升,有助于改善企业生产经营、提振发展信心。9月份,中国制造业采购经理指数(PMI)连续4个月回升,4月份以来首次升至扩张区间;生产经营活动预期指数为55.5%,持续位于较高景气区间。“随着提振工业经济发展的政策措施落实落地,企业生产经营稳步推进,工业品需求逐步恢复,叠加基数效应减弱,四季度PPI同比降幅有望继续收窄。”王立坤表示。

刚刚过去的中秋、国庆假期,消费市场人气旺、活力足,将有力支撑后期物价平稳运行。“随着需求稳步恢复,市场信心逐步增强,经济运行持续好转,加上低基数效应逐步减弱,我国物价总水平有望继续回升并逐步回升到年均值水平附近。”丛亮说。

新华社北京10月13日电



新闻分析: 平台企业营收为何快速增长?

□新华社记者 刘开雄

从购物消费旅游出行,到文化娱乐社交互动,2023年的中秋节、国庆节假期期间,互联网平台经济展现出较强的活力,各大头部平台企业在假期的经营数据成为市场关注热点。

在京东,与去年国庆假期前三天相比,今年假期前三天,水果礼盒消费增长775%、海鲜卡券销售增长75%、演唱会门票综合销售金额增长5883%、餐饮综合消费增长2467%;在抖音平台,抖音网友发布吃喝玩乐内容同比增长73%、酒旅订单量同比增长9倍、出境游订单同比增长7倍、超600万个生活服务团购达人发布2600多万条视频……

随着中国经济复苏步伐加快,各大互联网平台企业表现出较强的增长势头。

百度今年一季度营收同比增长9.62%,二季度实现同比增长14.87%;京东集团在2022年营收突破万亿元之后,2023年上半年同比实现增长4.66%;腾讯控股2023年中报同比增长11.02%,毛利率超过20%;阿里巴巴集团2024财年一季

报同比增长14%;美团2023年上半年实现营收同比增长超过30%……

国家在今年上半年出台了一系列经济政策,为平台企业业绩增长提供了有力的基础。

值得注意的是,国家多次强调平台企业在经济发展中的重要作用,为互联网平台企业营造了积极可预期的经营环境。今年7月中旬召开的平台企业座谈会传递出明确的信号:在全面建设社会主义现代化国家新征程上,平台经济大有可为。

与此同时,在中国经济高质量发展的推动下,平台企业不断抓住并用好增量机遇。例如,短视频平台通过直播带货的形式,成功拓展了各自的电商业务,头部社交平台产品中孵化出如视频号、小游戏等新的业务增长点。

“互联网平台企业普遍调整了发展策略,严控投资,强调高质量发展,更专注擅长领域。”中金公司研究部互联网行业首席分析师白洋说。

白洋认为,互联网平台比着看谁能以更低的价格为消费者提供更优

质的产品或服务,这使得互联网平台作为一个整体,在消费大盘中获得了更高的份额。例如在电商领域,2023年上半年实物商品网上零售额同比增长10.8%,高于社会消费品零售额的同比增长8.2%。

服务民生、赋能产业、创新引领,互联网平台企业未来还有很大的发展空间。上海新金融研究院副院长刘晓春说,平台经济发展不是要重复传统平台模式的发展历程。随着经济社会各领域全面数字化,在提升面向消费端的经济能效的同时,平台要大力发展面向产业端的多种类型的平台经济模式。

“中国本土市场高强度的竞争环境,使得互联网平台企业在对用户的洞察、运营和营销方式、流量分配机制等方面都积累了大量实战经验,也锻炼出了竞争力较强的人才队伍。”白洋认为,中国互联网平台甚至开始在全球引领一些趋势,“未来中国互联网平台发展不限于国内市场,海外也是重要的拓展方向。”

新华社北京10月12日电