

从地方两会看稳增长促消费新动向

□新华社“新华视点”记者

连日来,各省区市相继召开两会。透过各地政府工作报告和“十五五”规划纲要,未来五年,经济与消费领域将迎来哪些新动向?老百姓增收减负、消费升级、生活提质又将迎来哪些新实惠?

稳增长:培育新质生产力、新增长点

经济大省挑大梁,广东省政府工作报告提出,“十五五”时期地区生产总值年均增长5%左右,高质量发展取得显著成效。江苏省把“在高质量发展上继续走在前列”列为“十五五”时期经济社会发展的主要目标,并明确地区生产总值年均增长5%左右,全社会研发经费投入年均增长7%左右。在2025年成为北方首个地区生产总值过10万亿元省份的山东,提出在“十五五”时期,北方地区经济重要增长极作用更加彰显。

一些中西部省份也定下“十五五”时期稳健增长目标。贵州省明确,经济增长潜力充分释放,全省地区生产总值年均增长5%左右、迈上3万亿元台阶,人均地区生产总值8万元以上。重庆市提出,力争到2030年,全市地区生产总

值迈上4万亿元新台阶,人均地区生产总值达到14万元。

“各地立足自身功能定位,明确发展目标、细化发展举措,既有利于推动经济结构转型升级、提升区域发展竞争力、夯实长期增长根基,也能有效稳定预期、提振市场信心。”南开大学滨海开发研究院副院长薄文广说。

为实现经济稳定增长,各地正积极培育新质生产力与新经济增长点。例如,江苏省明确,统筹抓好优质企业增资扩产、做强特色优势产业、补短板技术攻关、培育未来产业,建设一批世界级先进制造业集群。陕西省提到,未来五年,统筹推进传统产业转型升级、新兴产业壮大、未来产业布局,培壮产业链群新增长点,力争规模以上工业增加值年均增长6.5%左右,数字经济核心产业增加值比重达到9.5%。湖北省表示,加速重构“内需主导、消费拉动、内生增长”的发展模式和“技术创新与制度创新”双轮驱动的增长动力,不断提升经济实力、科技实力和综合竞争力。

湖北省人大代表、汉江水利水电(集团)有限责任公司运营管理部副主任董亚东说,这些稳增长举措兼顾当前发展与长远支撑,统筹重大战略与民生项目,建议加快全口径

政府投资计划编制,滚动推出民间投资清单,推进“两重”“两新”资金支持,完善投建管一体化机制,以高质量投资支撑高质量发展。

增收:投资于人 服务于民生

推动全体人民共同富裕迈出坚实步伐,是“十五五”时期经济社会发展的一个总体性要求。让老百姓的“钱袋子”更加殷实,也成为各地谋划施策的重要着力点。

浙江省提出,“十五五”时期,城乡区域发展差距、城乡居民收入和实际消费水平差距进一步缩小,居民人均可支配收入达到9万元左右,常住人口城镇化率达到78%左右,人民群众获得感幸福感安全感认同感进一步增强。天津市提出,持续实施民心工程,促进高质量充分就业和城乡居民增收。陕西省提到,加快实施居民增收计划,以服务业挖潜、新兴产业扩容、未来产业增岗创造新的就业机会,持续扩大中等收入群体规模,力争居民收入稳步较快增长、劳动报酬与劳动生产率同步提高。

除了“增收”,各地也同步发力“减负”,有效减轻群众刚性支出压力。海南省提出,把

更多政策、资金、资源投资于人、服务于民生,加强普惠性、基础性、兜底性民生建设,解决好人民群众急难愁盼问题。甘肃省提出,推动更多资金资源投资于人、服务于民生。上海市提出,加大保障和改善民生力度,把最好的资源留给人民,用优质的供给服务人民,健全社会保障体系,完善收入分配制度,推动就业安居、教育卫生、养老托幼等公共服务更普惠、更优质、更多样。

甘肃省政协委员、武威市古浪县干城乡富民新村党委书记兼村委会主任张延堂说,甘肃省政府工作报告和“十五五”规划纲要明确了城乡居民人均可支配收入积极增长的具体目标,体现了为民情怀。“期待政策红利加速落地,一方面拓宽百姓增收路子,另一方面减轻群众日常负担,让大家日子越过越红火,心里越来越踏实。”

促消费:推动“情绪消费”“场景化消费”

梳理各地政府工作报告和“十五五”规划纲要,大力提振消费被反复提及,多地积极培育消费新热点,推动“情绪消费”“场景化消费”加快破圈、形成新亮点。

天津市在“十五五”时期主要目标与重点任务中提到,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,深度融入全国统一大市场,大力提振消费。就具体举措而言,天津将鼓励发展面向“一老一小”的陪伴经济、亲子经济,支持市场力量高质量发展“情绪经济”等新业态。广西明确,多渠道提高城乡居民消费能力,扩大优质消费品和服务供给,挖掘“情绪消费”潜力,培育壮大新型消费。此外,湖南等地也都在“大力提振消费”上打出政策组合拳。

湖南省商务厅厅长沈裕谋说,当今消费正在发生深刻变化:从物质消费向精神消费转变,从生存型消费向发展型消费转变,从悦人型消费向悦己型消费转变,许多消费者更愿意“为情绪消费,为意义买单”。

作为深耕新消费与文旅领域的从业者,湖南省人大代表、湖南文和友小龙虾有限公司联合创始人刘海龙说:“文旅商深度融合的核心,是让文化有载体、旅游有场景、消费有体验,三者环环相扣、共生共荣;而地标性文旅项目正是串联文化内核、旅游流量与消费转化的重要纽带,是激活城市消费活力的核心载体。”

(新华社北京2月12日电)

CPI进行新一轮基期轮换,有哪些新变化?

□新华社记者 王雨萧

2月11日,国家统计局发布了以2025年为基期的全国居民消费价格指数(CPI)和工业生产者出厂价格指数(PPI)数据,这是本次基期轮换后的首次数据发布。为什么要开展价格指数基期轮换?本轮基期轮换涉及哪些新变化?记者采访了国家统计局城市司负责人。

问:为什么要开展价格指数基期轮换?

答:基期轮换是价格指数编制的重要基础性工作,也是国际惯例和通行做法。按照统计制度安排,目前我国CPI和PPI每五年进行一次基期轮换,2026年开始编制和发布以2025年为基期的价格指数。

CPI是综合反映一定时期内居民消费的商品和服务价格水平变动情况的相对数。由于居民消费的类别和品种成千上万,通常选取一定时期内居民经常消费、对居民生活影响较大、有代表性的一组商品和服务作为“固定篮子”,用它们的价格

变化来代表全社会所有商品和服务的价格变化。随着经济社会发展,居民消费结构也在发生变化,需要及时调整CPI调查的“固定篮子”。例如,随着我国居民越来越多地购买新能源小汽车,车用电力作为交通工具用能源需及时纳入CPI调查范围。CPI基期轮换就是对“固定篮子”和价格对比基期进行调整,以适应居民消费结构的最新变化,更加真实准确反映消费市场价格变动。

问:基期轮换涉及哪些内容?本轮基期CPI调查有哪些变化?

答:价格指数基期轮换调整的内容主要包括调查分类目录、调查网点(企业)和代表规格品、分类权数和价格对比基期等。

本轮基期根据实际情况对CPI调查分类目录进行了调整。调整后,仍为8个大类和268个基本分类。在对部分分类删减、合并、拆分的基础上,新增了住房安防设备、老年用品、洗碗机、车用电量、摄影服务、互联网医疗服

务、医疗美容服务等反映消费新内容的商品和服务分类,进一步扩大新经济新领域覆盖面。此外,根据调查实际涵盖的内容,将“食品烟酒”这一类别名称修改为“食品烟酒及在外餐饮”,“旅游”这一类别名称修改为“旅行社及其他旅游服务”;为更好反映居民出行消费价格整体变动情况,新增计算出行服务价格指数,这一衍生指数涵盖飞机票、火车票、在外住宿、交通工具租赁、旅行社及其他旅游服务等类别。

本轮基期,全国CPI调查网点合计约12万家,调查规格品约62万种,与上轮基期相比,调查覆盖范围进一步扩大。为充分反映居民消费新模式,不仅增加了会员制超市等新式零售场所、闪购等新兴即时零售平台等调查网点,还增加了智能无人机等代表规格品。本轮基期还进一步优化了CPI数据采集方式,网络交易价格、企业电子数据、行政记录等大数据应用占比得到提升。

权数测算也是CPI基期轮

换的一项重要工作。CPI权数测算遵循客观性、真实性和科学性相统一的原则,使用国际可比的方法进行测算。

问:如何确定CPI权数?各大类权数是多少?和上一轮基期相比,权数有何变化?

答:CPI权数是指按对比期价格购买“固定篮子”中各类商品或服务的支出占购买整个篮子所需支出的比重。具体来看,食品烟酒及在外餐饮、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务八个大类的2025年基期权数分别为29.5%、5.4%、22.1%、5.5%、14.3%、11.4%、8.9%和2.9%。

与2020年基期相比,本轮基期CPI各分类权数总体变动不大。从结构看,CPI中服务权数有所上升,消费品权数有所下降,这符合经济社会发展规律与我国实际。从分类看,食品烟酒及在外餐饮、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务五个大类权数有所上升。

问:使用CPI权数时需要注意什么?

答:使用CPI权数时,需要注意区分权数的对比期。CPI权数根据不同的对比期,如基期年、上月、上年同月,可分为基期权数、环比权数和同比权数,分别对应定基指数、环比指数和同比指数。

此次发布的13个类别的权数为基期权数,对应定基指数,其月度环比和同比权数会在此基础上随价格自动变化。用户可根据需要使用,比如要测算猪肉环比价格变动对CPI环比指数的影响,应使用猪肉的环比权数,如果简单使用基期权数,测算结果会存在偏差。

问:基期轮换对CPI和PPI数据是否有影响?

答:基期轮换后,调查分类目录、调查网点和代表规格品、权数等变动均会对价格指数产生一定影响,但这些因素的影响方向和幅度各不相同,综合起来才是对总指数的影响。经测算,本次基期轮换对CPI和PPI各月同比指数的影响平均约为0.06和0.08个百分点,总体较小。

(新华社北京2月11日电)