

□ 数读财经 12月1日				□ 12月1日人民币汇率中间价			
上证指数:3165.47点	▲ 0.45%	成交4622亿元	创业板指:2381.18点	▲ 1.53%	成交1896亿元	100美元	712.25民币
深证成指:11264.16点	▲ 1.40%	成交5962亿元	沪深300:3894.77点	▲ 1.08%	成交3067亿元	100欧元	742.35人民币
				100日元			5.1712人民币
				100港元			91.304人民币

政策激发潜力 信息消费量质齐升

工信部数据显示,今年前三季度我国信息消费规模超过5万亿元。记者注意到,近段时间,相关政策利好不断释放,持续激发信息消费潜力,包括围绕健康、医疗、养老、育幼等民生需求大力发展“互联网+消费品”,开展信息消费+乡村振兴系列活动,拓展文旅、医疗、教育、体育等便捷化线上服务应用。

信息产品和服务持续丰富

只要一通电话,就可以实现云端面对面交流,音乐、视频、图片同步传送;轻触按钮,可以实现跨语种流畅沟通,对着手机讲中文,电话另一端能看到标准英语字幕……中国移动“5G新通话”正在江苏等地走俏,从“闻其声”到“全互动”,超500万用户正享受着更顺畅、更有趣的崭新通话体验。

智能录音及转写终端提高办公效率,语音识别为出行提供智能导航,AR眼镜应用在智能制造、轨道交通、智慧矿山等多个领域……随着新一代信息技术与经济社会融合加深,5G、物联网、云计算等新兴技术带动数字产品和服务创新迭代,不断形成新兴消费热点。

以5G为例,中国信通院发布的《中国信息消费发展态势报告(2022年)》预测,5G商用带动VR/AR、赛事直播、虚拟购物等新型服务快速发展以及可穿戴设备等新型智能终端加速普及,2020至2025年间将有望带动信息消费8.2万亿元。

信息技术发展还在开启更大的服务市场空间。中国贸促会研究院发布的《2022年中国电子商务发展趋势报告:电子商务在经济高质量发展中的重要作用》说,“互联网+”打破了服务消费供需双方在时空上的限制,丰富了服务消费场景,改善了服务消费体验,推动线上服务消费供给更多样更充足,使服务消费市场增长潜力加速释放。



观众在“中国光谷”国际光电子信息产业博览会“VR体验区”体验在线虚拟展示。

□新华社记者 程敏 摄

这份报告显示,截至2022年6月,我国在线办公用户规模达4.61亿,在线医疗用户规模达3亿。大型互联网医疗平台在提供医疗、药品服务的基础上,进一步拓展数字化健康管理,推动医疗服务等相关领域创新。

“当前,我国信息消费供给质量和水平不断提高,总体呈现加快发展、质量齐升的良好态势。”赛智产业研究院院长赵刚对记者表示,从数据看,今年前三季度,我国信息消费市场规模占社会消费品零售总额的比重超过15.6%;从消费类型看,自动驾驶、5G终端、虚拟现实等新型产品层出不穷,在线医疗、远程办公等消费模式已渗透到百姓衣食住行的多个层面,对扩内需、稳就业、惠民生发挥着

重要作用。

多策齐发激发信息消费潜力

记者注意到,近段时间,多部门积极部署支持举措,进一步挖掘信息消费潜力。

工信部等三部门联合印发的《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》提出,开展信息消费+乡村振兴系列活动,规范发展线上经济,引导电商平台和线下零售商开展促销活动,推动释放消费潜力。

工信部等五部门发布的《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022—2025

年)》明确,深化新一代信息技术创新应用,围绕健康、医疗、养老、育幼、家居等民生需求大力发展“互联网+消费品”,加快绿色、智慧、创新产品开发,以优质供给助力消费升级。

进一步丰富线上生活服务新供给成为“十四五”时期的任务之一。《“十四五”电子商务发展规划》提出,大力拓展文旅、医疗、教育、体育等便捷化线上服务应用;深化“互联网+旅游”,发展智能化和体验式的在线旅游服务;发展线上线下一体化的医疗服务,支持医疗机构充分运用互联网拓展服务空间和内容,提供在线挂号、复诊、远程医疗和随访管理服务等具体举措。

与此同时,我国还将加快探索形成一

批发展前景好、示范效应强的标杆项目和发展模式。例如,在智慧健康养老产品及服务领域,组织开展2022年智慧健康养老产品及服务推广目录申报工作,推动企业以自主创新创造引领消费升级,不断满足消费者多层次、个性化、高品质消费需求。

推动信息消费持续健康发展

在业内人士看来,深挖市场潜力,推动信息消费持续健康发展,需要多方联动,既要培育壮大新技术新模式,也要扩大消费群体。此外,在基础设施建设方面,要推动城乡新型基础设施提速升级,加快信息终端普及和升级。

“数字技术赋能消费的作用明显,催生了新产品、新服务及新型消费方式,为我国消费增长注入新动能。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长、研究员王青对记者表示,下一步需加快数字技术应用与推广,打造5G技术应用示范商圈、智慧街区和企业,以科技赋能引领新型消费发展,丰富“互联网+”消费新体验,利用大数据、VR等技术加速数字消费场景落地。

消费新模式也需要进一步丰富。王青认为,需加快推动直播电商、社交电商等电商新业态新模式发展,推动商贸、餐饮、住宿、交通等传统行业数字化运营管理,强化线上线下融合,着力发展商旅文体融合的服务业态,打造多样化场景,以技术优势促进效率提升。

赵刚认为,当前我国信息消费能力尚不平衡,包括城乡间不平衡,网络新生代和老年群体消费能力不均衡等。要加强供给侧结构性改革,加快信息基础设施建设,提升网络覆盖率,实现普惠信息服务;同时丰富信息产品供给,不断满足各类群体的多元化信息消费需求。

据《经济参考报》

冰雪消费升温 产业布局持续深化

近年来,我国滑雪人群保持高速增长态势,带动消费品类迅速拓展。“冷资源”转化为“热消费”,正在加快激活整个产业链。数据显示,2022年我国冰雪产业总规模预计将突破8000亿元,2025年预计达到1万亿元。

记者了解到,不少地方持续深化产业布局,进一步激发冰雪经济新活力。

冰雪消费升温

11月以来,东北、华北等地的滑雪场陆续开板。与此同时,凭借室内滑雪场、室内冰雪世界等场地优势,一些南方地区也逐渐实现全年可滑雪。

数据显示,我国冰雪运动参与人数已达3.46亿。冰雪运动已经逐步打破空间、时间等方面的限制,成为一项大众化运动项目。

“冰雪旅游持续走热,滑雪人群整体体量保持高速增长态势。以携程平台数据为例,2021—2022雪季滑雪用户数同比增长超70%。”携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旎说。

随着冰雪消费人群的增长,消费品类也在迅速拓展,“冷资源”更加广泛地转化为“热消费”。

据了解,除了雪场门票,滑雪教练辅导、滑雪装备以及在滑雪目的地“吃住行游购娱”等,均在进一步激发消费潜力。“从此前两个雪季的数据看,滑雪教学相关的消费比例明显加大,滑雪正在从尝鲜型消费转变为爱好型投入。”沈佳旎说。

我国冰雪消费市场规模巨大。在刚刚过去的“双11”大促中,飞猪上“滑雪+温泉”组合套餐、冰雪游等相关销售额同比增长三成。

为进一步激发冰雪市场活力,不少地方频频推出各种促消费举措。吉林市文化广播电视和旅游局联合飞猪旅行于2022年11月18日至2023年3月15日发放“冰雪消费券”共计100万元,包含景区门票、酒景套餐商品、旅游线路游产品三大品类,覆盖整个雪季及元旦跨年、农历新年、农历元宵、学生寒假等旅游旺季。

四川省文化和旅游厅宣布于2022年

11月至2023年2月开展“赏蜀山冰雪享攀西暖阳”冬游四川消费季活动,将联动发放超亿元文旅专项消费券。

今年冬季,黑龙江省文化和旅游厅策划推出3大冰雪旅游主题产品、5个重点冰雪旅游城市、10条冰雪旅游精品线路、10大冰雪旅游宣传推广活动、15个冰雪旅游必到必游地。此外,哈尔滨、伊春、大兴安岭3个冰雪旅游热门城市也相继推出多元化精品线路。

产业优化升级

一张张滑雪票、一件件滑雪服、一条条冰雪旅游线路……冰雪消费的持续升温,也在加快激活整个产业链。

2022中国(河北)国际冰雪产业发展大会日前举行。大会开幕式上,涉及冰雪、文旅、农业、大数据、大健康、装备制造、人工智能等领域的22个重点项目线上集中签约,总金额302亿元人民币。

《2022中国冰雪产业发展研究报告》显示,2021年,中国冰雪产业市场规模达5788亿元,较2020年增长51.88%,以冰雪休闲旅游为核心的大众冰雪市场正在形成。预计2022年中国冰雪产业总规模将超过8000亿元,并有望在2025年步入成熟期,市场规模突破1万亿元。

这份报告指出,目前中国冰雪旅游产业已形成全国分布的局面,东北地区 and 京津冀地区为重点区域。新疆、湖北、贵州等地将民族风情、自然风光融入冰雪旅游中,成为全国冰雪旅游的典型代表。南方地区虽在气候条件上不占优势,但广州、上海、昆明、杭州等城市着力于打造室内滑雪场地、冰雪商业综合体、室外戏雪休闲乐园等多元化项目,成为全国冰雪旅游市场的新亮点。

瞄准冰雪产业的巨大潜力,不少地方在谋划产业优化升级。吉林编制的《冰雪产业高质量发展规划》提出,全面构建起以冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化和冰雪装备为核心的“4+X”现代化冰雪产业体系,积极培育万亿级冰雪产业、建设冰雪经济强省和世界级冰雪旅游目的地。

新疆印发的《关于进一步破解瓶颈制约推动自治区冰雪运动和冰雪旅游高质量发展行动方案(2022—2025年)》提出,以天山天池等5A级旅游景区为依托,积极探索“5A级旅游景区+滑雪场”模式,打造伊犁哈萨克自治州等5个冰雪装备产业集聚区,初步建成以“冰雪运动、冰雪旅游”为核心的全产业链。

持续激发活力

相关专家表示,在需求结构调整、供给服务提升和大型赛事承办等因素推动下,我国冰雪产业前景广阔。应进一步深化冰雪产业布局,持续激发产业发展新动能。

厦门大学经济学院教授孙传旺分析说,我国冰雪产业发展呈现两大特点,一是从冰上运动场景向冰雪融合场景延伸,冰雪场馆建设、高端赛事承办、运动器材制造、专业教育培训与休闲康养娱乐等新模式、新业态不断涌现;二是从室内运动向户外运动延伸,将从供给侧为上下游产业提供巨大发展机遇。

“整体来看,冰雪产业供给侧更加适应需求侧变化,瞄准安全、绿色、品质、健康的消费趋势,以丰富多样的产品和服务供给开拓新场景、促进新消费。”孙传旺说。

无锡数字经济研究院执行院长吴琦表示,我国冰雪产业发展呈现出“大众化、市场化”的特征。在产业政策引导和支持下,民营资本加快布局冰雪产业。与此同时,冰雪产业与其他产业跨界融合越来越广泛,与旅游、传媒、会展、影视等关联业态的融合程度不断提高,“冰雪+”商业模式日益清晰,产业集群化趋势愈发凸显。

吴琦认为,应进一步优化冰雪产业的空间布局。基于各区域的区位优势、资源优势、产业优势,建设一批具有国际竞争力的冰雪产业基地。通过跨区域合作和上下游配套,形成一批区域性合作、产业链完善、创新能力强、特色鲜明的冰雪产业集聚区。此外,应加快推动冰雪产业优势企业、优势品牌和优势项目融入国际市场,提升国际知名度和竞争力。

据《经济参考报》

中资企业为马来西亚青年搭建成长平台

■新华社记者 毛鹏飞 高炳南

马来西亚南部柔佛州新山市,一座由中国建筑第三工程局马来西亚公司承建的现代化数据中心——万国数据中心正拔地而起。对负责现场施工技术的马来西亚华人工程师张贻龙来近日在接受记者采访时说,该项目已成为他加速实现职业理想的平台。“项目已经是我第二个家了,看着项目从无到有,特别有成就感。”

26岁的张贻龙至今记得2019年刚入职中建三局马来西亚公司,就被派往位于新山的房建项目担任技术员的经历。

“虽然我本科学的是工程管理,但当时刚刚毕业,对施工现场,特别是许多一线使用的技术软件并不熟悉,心里很是忐忑,”他说,“不过,中国同事给了我很大帮助,鼓励我不要怕犯错,大胆去干。”

做施工计划、协调业主和施工队伍、调整施工图纸……几年间,张贻龙从一个毫无现场施工经验的“小白”迅速成长起来,现在同时负责包括数据中心在内两个项目的现场技术工作,管理着一个四人小团队。

“我的工作就是和各方协调确认技术细节,保证施工图纸没有问题,推进施工顺利开展。”他说。

万国数据中心项目经理黄光强眼中的张贻龙踏实勤奋、聪明好学。“很多东西教一遍就能学会,敢于踏出‘舒适圈’挑战自己,进步很快。”黄光强说,有像张贻龙这样的马来西亚同事,是公司很多业务得以在当地顺利开展的重要原因。

中建三局马来西亚公司总经理吴磊近日介绍说,公司自2013年成立以来,建设了多个标志性项目,包括马六甲的文化地标“又见马六甲”剧院和马来西亚电子

商务领域最大的物流基础设施项目莱鸟吉隆坡数字物流中枢(eHub),而且这两个项目均获得了中国建设工程鲁班奖(境外工程)荣誉。

“作为积极践行‘一带一路’倡议的中资企业,我们不仅在当地建设优质工程,还致力于建设国际化的人才培养平台,”吴磊说,“我们主要的400多名员工中外籍员工占一半以上,平均年龄三十多岁,绝大多数在马来西亚当地招聘培养,其中也不乏来自叙利亚、巴勒斯坦等多国的技术人才。”

张贻龙对记者说,大学临近毕业找工作的时候,他就瞄准了在马中资企业。“我是柔佛州土生土长的二代华人,虽然还没有去过中国,但我手机里装满了抖音、微信等各种中国软件,看的是中国的电视节目。能在中资企业工作并参与‘一带一路’建设,特别是能回到柔佛州建设家乡,这是很奇妙的缘分。”

三年多来,虽然大部分时间都在项目上,但中资企业丰富灵活的培训让张贻龙和同事们并没有被局限在工地的小圈子。

“中国专家提供的远程培训和马来西亚公司提供的培训内容很丰富,不仅有一线和建设息息相关的技术类培训,也涵盖了工程管理最新的方式方法。”张贻龙说,有一些培训内容可能暂时还用不上,但相信对他未来的成长很重要。

在中资企业工作对张贻龙来说还有一层特殊的意义。“我希望能成为中国同事和马来西亚同事之间沟通的桥梁,让马来西亚同事更好地了解中国。”

张贻龙说:“已经有马来西亚同事在公司担任项目经理,挑起重担。我希望自己也能够在这里不断进步、不断成长,为国家建设尽一份力,实现自己的职业理想。”

(新华社吉隆坡12月1日电)