

### 本期搜索

#### 优化“降返补”政策组合拳 促进稳就业

人社部日前发布的数据显示,去年全国城镇新增就业1269万人,超额完成目标任务。据悉,今年,人社部将通过调整“降返补”政策组合拳、优化创业环境、精准帮扶重点群体等措施,确保就业大局稳定。



03

#### 完善运行机制 推进在线司法活动

2月22日,最高人民法院举行新闻发布会,发布人民法院在线运行规则,该规则旨在完善人民法院在线运行机制,方便当事人及其他参与人在线参与诉讼、调解等活动,提升审判执行工作质效。

法治周刊 02

#### 筑牢数据安全防线 助力平台经济健康发展

2月15日,由国家互联网信息办公室等十三部门联合修订发布的网络安全审查办法正式施行。专家表示,办法的施行,对数据处理、抵御数据安全风险、国外上市等活动提供了审查的依据,为保障国家安全提供了扎实的工具,为我国依法治网揭开了新篇章。



法治周刊 01

#### 最高检发布 第三十四批指导性案例

日前,最高人民检察院以“坚持以人民为中心 加强网络时代人格权刑事保护”为主题举行新闻发布会,介绍了检察机关加强人格权刑事保护的主要做法和成效,并发布第三十四批指导性案例。据介绍,该批指导性案例主要聚焦一些群众身边的“小案”,侧重于精神性人格权的刑事保护。

法治周刊 03

洞悉变革 行业门户

中国商报社  
www.zgswcn.com

扫一扫更精彩

中国商报社

新闻热线  
(010) 8312 8892  
8312 8832  
虚假新闻举报电话  
(010) 8312 4796

#### 重庆忠县:小柑橘托举起乡村振兴梦

党的十九届六中全会通过的决议指出,坚定不移走全体人民共同富裕道路。要实现共同富裕,乡村振兴是必经之路。各地纷纷以六中全会强大精神动力,推动乡村振兴迈上新台阶。种植柑橘历史悠久的重庆市忠县正在积极打造“从一粒种子到一杯橙汁”的完整产业链,托举起乡村振兴梦。(详见2版)

#### 锚定总体目标 发展县域富民产业

日前,《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴重点工作的意见》,即2022年中央一号文件正式发布。这是新世纪以来,中央连续出台的第十九个指导“三农”工作的一号文件,充分体现了党中央、国务院重农强农的决心,为广大农民群众送去了政策春风和民生礼包。(详见2版)



### “莓”味直播乐淘淘

在江苏省如皋市搬经镇袁庄社区万亩草莓种植基地,党员志愿者通过网络直播平台推销草莓。目前,该镇种植的草莓迎来高花期。镇党委组建党员志愿服务队走进草莓种植基地,利用网络直播推荐草莓,拓宽销售路,帮助农户增加经济收入。 CNSPHOTO 提供

#### 激发市场活力 增强发展动能

## 买不停! 全国消费促进月启动

本报记者 蔡佳文

为更好满足人民美好生活需要,商务部定于今年3月1日至31日举办“2022年(春季)全国消费促进月”活动。据了解,消费促进月是全国范围内统一开展的促消费标志性活动,是商务部实施扩内需战略、促消费稳增长的重要抓手和平台,今年是第11年举办。各地将因地制宜组织丰富多彩的促消费活动,以满足群众多元化、个性化、个性化的消费新需求。

#### 多举措激发市场活力

1场启动活动、8大活动板块、24个全市性标志活动……一个个数字标志着2022年北京消费按下“加速键”。北京市商务局副局长郭文杰近日介绍,2022年北京消费季于3月1日启动,持续到年底。活动以“约惠北京 乐享生活”为主题,围绕国际消费中心城市这条主线,加强商旅文体融合互动、线上线下联合共振。

此外,据郭文杰介绍,各区将围绕北京消费季主题,打造区域特色活动品牌,带动重点商业企业推出千余项促消费活动,营造北京消费季“全城一节”的消费氛围。例如,东城区打响“燃购东城”消费季品牌,推出“簋街不夜节”“中轴揽胜 文润东城”等20余项商旅融合的专项活动;西城区采取双线融合的方式,组织菜百、汉光等超百家重点企业举办70余场主题活动;朝阳区持续培育“美丽消费”“时尚消费”热点,组织华贸购物中心、合生汇及重点商家合力激发消费热情等。

据了解,为进一步激发市场主体积极性和创新性,北京制定了多项支持政策。例如在网络消费方面,北京市商务局日前出台了《关于鼓励开展2022年网络促消费活动培育壮大网络消费市场的通知》,对积极开展网络促消费活动并带动全市网络消费

疫情防控向好、消费持续回升,为进一步释放消费潜力,商务部于3月集中组织开展全国消费促进月活动。北京、贵州、河南等地积极响应,因时因势因地制宜开展多领域、多层次、多元化促消费活动,为各地消费培育新热点,注入新动能。

增长的相关企业给予资金支持,单家企业最高支持金额不超过2000万元。

#### “京”彩活动福利多

2022年北京消费季活动亮点纷呈。郭文杰表示,北京市商务局会同相关部门研究制定了多项支持政策,进一步激发市场主体积极性和创新性,优化消费体验,丰富消费供给,加快推进国际消费城市建设。

近年来,“首店经济”已成为挖掘消费潜力激发市场活力的重要创新手段。北京市商务局发布的数据显示,2021年,有超过900家品牌首店落地京城,在首店、旗舰店的引领下,北京消费品质不断提档升级。此次出台的首店3.0版措施,从建立品牌首店首发服务体系、支持品牌首店落地发展、打造全球品牌首发首秀展示平台、支持商业品牌总部发展等四个方面,大力发展首店首发经济,加大国际品牌引进和本土品牌培育力度,着力将北京打造成国内外知名品牌集聚地和原创品牌孵化地。

“首店经济”的繁荣意味着我们当前国内市场需求还是非常旺盛的。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍分析,如果能进一步创新供给的方式,可以更好地激发消费潜力。

此外,国潮正持续吸引消费者对传统

文化和老字号品牌的响应、热爱和消费,而新需求、新技术的不断发展也催生了全新的消费品牌和消费场景。作为北京消费季“潮购北京”板块组成部分的2022国潮京品节活动于3月1日陆续启动。北京老字号协会副会长孙悦婷表示:“近年来,在国家推动以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,中华传统文化脉络自然涌动,激发出中国品牌的无限可能,‘新国潮’成为当下消费端的常态。”

#### 多地促消费出实招

为进一步释放消费活力、推动消费升级,全国多个省(区、市)也积极开展形式多样的消费促进月活动,提振人们消费信心,推动消费市场持续升温。

例如,贵州省于3月至4月组织开展“2022年全国消费促进月暨多彩贵州春暖花开消费季”活动,在全省范围内举办绿色家居欢乐购、“黔酒中国行”活动、黔酒黔菜联动促销等重点消费促进活动。各市(州)也在做好疫情防控和安全生产的前提下,因地制宜,创新开展贯通线上线下、涵盖城乡、多元融合的消费促进活动。

另外,新疆维吾尔自治区于3月1日至3月31日在全区组织开展“新疆惠民消费月”活动。在活动中,百余家企业将以线上线下相结合的方式,在新疆14个地州范围内开展为期一个月的惠民消费活动,重点给予各类电器、土特产品、汽车成品油等消费补贴。

此外,河南郑州近日也提出,在汽车、百货、餐饮、家电、家居、电商等重点领域持续开展郑州消费促进月活动。同时,持续开展“河南人游河南”活动,对全市A级旅游景区、重点旅游企业在2月16日到5月31日期间免门票和门票优惠金额,扩大景区免门票活动范围等。

### 本期观点

## 打通“任督二脉” 释放农村消费力

胡建兵

连日来,多项中央政策文件着重提到扩大农村消费,加速释放农村消费潜力。2022年中央一号文件明确,实施县域商业建设行动,促进农村消费扩容提质升级。

目前,我国县域人口达8.154亿人,占全国总人口的61.8%,当前约1.6亿农民工在县域内就业,农村还有5亿多常住人口,县域是他们的主要消费地。农村消费市场潜力巨大。改善县域消费环境、促进农村消费,是拉动内需、支持乡村振兴的重要举措,潜力巨大。但在当下,县域商业体系还存在一些短板:商业设施不够完善、消费环境不良、优质产品供给不足等,影响了农村消费潜力的进一步释放。如何补县域商业体系的短板、强项,是亟须解决的问题。

推进县域商业体系建设,加快构建适合县域发展的商业体系和基础设施。改造和提升农村传统商业网点,支持有条件的乡镇发展新型乡村便利店,打造连锁化、便利化的商场、集贸市场等,支持乡村民宿、休闲农业等发展,吸引城市居民下乡消费;鼓励企业开发适合农民需要的产品和服务;加快推进农产品品质提升和标准化生产,支持建设产地专业市场,扩大农村电商覆盖面。

农村商业这块“金矿田”亟待开发,要通过金融、财税、用地等政策措施,让县乡村商业网络“补链”“补网”。实施快递进村工程,鼓励发展“多站合一”的乡镇客货邮综合服务站、“一点多能”的村级寄递物流综合服务站,推进县乡村物流共同配送,促进农村客货邮融合发展。加快实施“互联网+”农产品出村进城工程,推动建立长期稳定的产销对接关系。推动冷链物流网络向农村延伸,推进农产品产地仓储保鲜冷链物流设施建设,促进合作联营、成网配套等。

推进县域商业体系建设,引导商贸流通企业下沉渠道。发挥线上线下双渠道优势,不断打通城乡消费联动的“毛细血管”,打造促流通扩消费新平台。持续开展系列促消费活动,通过城乡联动,加强对市场消费者品质、品牌消费的引导,推动好产品、好服务、好价格“三好”下乡,进一步推动县域消费升级;积极开展“新能源汽车下乡”“家电以旧换新”等促销活动,促进农村汽车、家电消费。

以畅通国内大循环、全面促进农村消费为目标,高质量推进县域商业体系建设。完善县域商业体系,更要带动乡村发展、农民增收,让县域成为联结城乡的载体。改善县域消费环境和促进农村消费已成为拉动内需和实施乡村振兴战略的重要举措。

当下,农村特色产业发展迅速,是重要的产品供应地。市场主体应该完善产销链条,引导农民实现标准化生产,发展绿色生态农业,提升农产品品质;形成规模经营,提高农业生产效率,降低农业生产经营成本,实现小农户和大市场的有效衔接;充分利用互联网发展农村电商、直播带货等经营模式,使农民能将生产的农产品销售出去,卖出好价钱。只有补齐县域商业体系短板,打通农村消费“任督二脉”,才能促进农民收入持续较快增长,进一步释放农村消费潜力。