

编者按

日前召开的中央经济工作会议和市委常委会扩大会议，在谈及做好今后经济工作时，都强调要提振发展信心。本期评论版聚焦提振市场信心、更加积极主动做好经济工作，推出专题评论，敬请关注。

打造良好消费环境刻不容缓

巴渝论坛

□饶思锐

近日，打开微信群或者朋友圈，很多人不是在讨论如何买到急需的药物，就是在感慨抢到的药价格太贵。其实，在买不到药和只能买高价药之间，缺的不仅是药，还有市场监管。这一点，从各地频现的物价监管及处罚哄抬药价的新闻中就能看出来。

无论是生存必需的“菜篮子”“米袋子”，还是治病救人的药品、器械，其价格稳定与否，关乎民生福祉。企业囤积居奇、哄抬物价，借疫情、灾情等大发横财，损害的不仅是百姓利益，还有党和政府的形象，以及经济健康发展的动力。

对企业而言，商誉积累很难，消费者的信任弥足珍贵。为眼前暴利，不顾企业长远健康发展，无异于杀鸡取卵。对地方而言，市场环境乃至营商环境的好坏，很多时候就是看消费环境。消费环境好，自然熙熙攘攘，利来利往；消费环境不好，自然百业萧条，门可罗雀。

近日，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，明确提出最终消费是经济增长的持久动力。当下，全球经济下行压力较大，出口增长困难，而单纯依靠投资带来的增长并不可持续，消费的作用愈加凸显。数据显示，最终消费支出占国内生产总值的比重已连续11年保持在50%以上，消费基础性作用在持续强化。这也告诉我们，必须要重视市场、重视消费。

实际上，各地也采取了优惠打折、发放消费券等一系列措施来提振消费信心、刺激消费增长，但现实情况不容乐观。从央行官

网发布数据来看，2022年前三季度人民币存款增加22.77万亿元，其中住户存款增加13.21万亿元，较2021年同期多增4.72万亿元。相关调查也显示，“预防性储蓄”增长的同时，居民消费意愿在下降。这意味着居民的钱存得越来越多，花得越来越少。

想方设法增强居民消费意愿，才能持续释放消费动力。让居民愿意多花钱，而不是被迫多花钱，就必须构建良好的消费环境。试问，如果老年人消费骗局层出不穷，网络消费欺诈花样百出，直播售假数不胜数，哄抬物价、商家跑路、强买强卖、虚假宣传、天价宰客等情形屡禁不绝，谁又敢轻易消费？

对地方消费环境而言，一百次好口碑，抵不过一次坏印象。消费领域的一次恶性事件，所导致的消费者信任危机，需要耗费极长时间、极大代价才能完全化解。外地不少地方，都有过“一粒老鼠屎坏了一锅粥”深

刻教训，格外值得警醒。

重庆要塑造城市特色消费品牌，打造国际消费中心城市，就必须在消费环境打造上走在前列。加强对消费者合法权益的保护，建立统一开放、竞争有序、制度完备、治理完善的高标准市场体系，只是培育和建设良好消费环境的第一步。优化消费环境，还要在健全产品和服务标准体系，持续提高产品和服务质量上下功夫，着力满足消费者个性化、多样化、高品质消费需求。

人人都是营商环境，事事关系营商环境。最好的营商环境就是消费者蜂拥而至、络绎不绝，让生产者、经营者财源滚滚的环境。为此，就要营造一个公平、正义、法治的市场环境和便利、安全、放心的消费环境。当前，打造良好消费环境刻不容缓。只有消费环境不断向好，才能持续释放消费者压抑的消费热情，为经济发展注入更加澎湃的动力。

文旅市场如何引流

□朱芸菲

第七届重庆文化旅游惠民消费季（冬季）即将举行，我市将发放1亿元文旅消费补贴、推送消费热点、举办系列活动，加速促进文旅市场回暖。

连日来，市内景区景点陆续恢复开放，在各区县的文化街区，烟火气又逐渐回来了。南滨路餐饮门店恢复堂食，洪崖洞夜市再度灯火辉煌，解放碑步行街、观音桥专卖店人气回升……虽然文旅市场有点“乍暖还寒”，但是游客数量逐渐增多，表明文旅消费经济被点燃激活，复苏的脚步势不可挡。

一步慢，步步慢。推动文旅消费经济高质量发展，要想尽办法抢抓时机。对于重庆而言，当务之急就是线上线下双向引流，制造吸引力，将网络业态与实体场景有效结合，助力巴渝文旅消费快速活跃起来。

让市民走出家门、走进景区景点消费，首先要让大家觉得物有所值。文旅惠民消费季，就是要整合、撬动上千家文化旅游企业，一起让利、补贴，让数以百万计的潜在游客动起来。除了价格上要给出实打实的优惠，在服务标准、体验细节等方面也要精益求精，确保服务质量不掺“水”。如此，才能打消大家的顾虑，促进文旅消费信心回升。

对线上消费来说，网络文旅市场不但要放开嗓子吆喝，还要注重提升文旅消费“含金量”、多多培养“回头客”。近年来，我市在网上推广文旅产品、开设线上商铺等方面，下了不少功夫，也投入了大量资源。但想要靠大投广告、网红引流等套路一蹴而就，持久红火，是不现实的。

重庆有山有水有美食，川剧等非遗品类多多，要想让文旅市场火起来，就必须依托优质的旅游产品质量，“小火煲汤”、细水长流。同时，还要抓住时机，加速文旅产品地域公共品牌建设，完善产品包装、物流交通等基础设施，多措并举，助力重庆文旅消费全面开花结果。

不能忽视的是，现在，还有一些文旅企业面临着不少现实困难。进一步做强文旅消费经济，还需精准施策，解决企业存在的具体问题，让城乡一体化的文旅市场活起来，让文旅行业消费火起来。

想方设法助企脱困

近日，重庆市政府办公厅印发《支持个体工商户和中小微企业发展十二条措施》，旨在最大限度帮助个体工商户和中小微企业加快走出生产经营困境，助力经济回稳向上。

点评：个体工商户、中小微企业，一头牵着民生，一头连着发展，是市场主体中数量最多也是最活跃的组成部分。因为“小本经营”，抗击风险的能力天然较弱。聚焦他们发展中面临的突出困难，帮助他们解难题、渡难关，有助于恢复市场元气活力，夯实经济发展的基本盘，推动经济运行整体好转。



让企业走出去、拼起来

□谢军

包机带企业出国“抢单”、万千企业全力以“复”、重点工程热火朝天……随着疫情防控措施调整优化，全国各地生产生活秩序逐步恢复正常。三年来，病毒弱了，我们强了。接下来，如何应对生产、市场等挑战，成为我市经济高质量发展的重要课题。

为了把失去的时间“抢回来”，上至中央下至区县都铆足了劲。中央经济工作会议强调，要更好统筹经济质的有效提升和量的合理增长，坚持以质取胜，以量变的积累实现质变。全市各地各部门也纷纷出台了一系列“助攻”政策措施，为企业复工复产解难题、疏堵点，助力企业赶快站起来、跑起来，投入到市场竞争中来。

受疫情影响，当前经济恢复的基础并不牢固。需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力较大，为后续经济发展带来很多挑战。当此之时，帮扶不可或缺。但帮扶不应只是刚硬的政策措施，还应有“为你着想”的温暖

情谊。如此帮扶，才能让企业暖心更舒心。

政策好、服务好、环境好都很重要，但“真正的好”是企业感觉好。比如说“组团出海”，要注意防止同类企业“一窝蜂”出海抢单，从而造成过度竞争，甚至出现生产过程中物料短缺、用工成本增加、资金周转困难等情况。只有问需问政于企业，注意把握政策助力的分寸，不将“助攻”搞成“强攻”，才能在解决企业燃眉之急的同时，让企业感受到帮扶的实效。

在用好用足政府部门个性化、精细化帮扶政策的同时，企业也要积极“动起来”，主动应对、创造条件，将外在驱动力转化为内生动力，通过自我改革创新，早日渡过难关。敢拼，更要“智拼”，面对瞬息万变的复杂市场形势，简单粗暴抢工生产不可取，企业应当认真分析可能遇到的困难，结合自身定位与行业特点，合理安排、有序经营，小步启动，稳步向前。如此，外在利好政策与内在自我努力形成合力，方可实现企业的“破土重生”，实现更高质量发展。

乳制品行业唯一的“COP15特别合作伙伴”——伊利：与全球共绘生物多样性保护蓝图

12月7日，主题为“生态文明：共建地球生命共同体”的联合国《生物多样性公约》第十五次缔约方大会第二阶段会议（COP15）在加拿大蒙特利尔召开。来自193个国家以及国际机构、非政府组织代表约6000人参加会议。

本次大会旨在达成“2020年后全球生物多样性框架”，中国企业也积极参与到相关议题的讨论中。伊利集团作为乳制品行业唯一的“COP15特别合作伙伴”受邀出席了本次大会的高级别会议，并成为入选《人与自然和谐新共识——企业参与生物多样性案例集》的唯一乳企。伊利集团执行总裁刘春喜在大会发言中，向全世界分享了伊利保护生物多样性的成果与经验。



伊利集团执行总裁刘春喜（右一）在COP15第二阶段会议的高级别会议上发言

打造生物多样性保护的“中国样本”

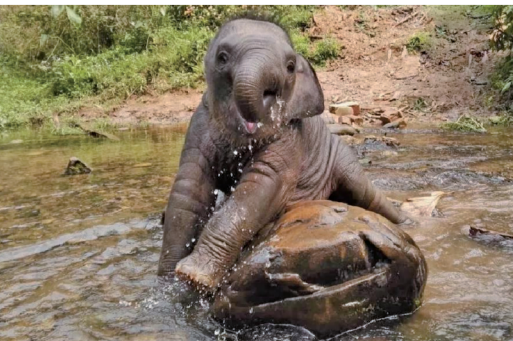
会上，伊利集团向与会者详细介绍了在生物多样性保护上的成果和经验。



伊利作为唯一乳企入选《人与自然和谐新共识——企业参与生物多样性保护案例集》

作为第一家签署联合国生物多样性公约《企业生物多样性承诺书》的中国企业，伊利已形成“披露+管理+普及”的成熟模式，不断输出成效与经验。

伊利以“可持续发展委员会”为抓手，分析生产运营各环节对生物多样性的影响，识别生物多样性影响因素以及对应的六大行动领域，包括栖息地保护、应对气候变化、物种多样性保护、资源可持续利用、环境治理和倡导生态保护，开展全生命周期的生物



伊利持续开展“伊利家园行动”，为大象建“食堂”

多样性保护工作。

据介绍，从模式到行动，伊利已经将此推广至产业链上下游的合作伙伴。例如，在上游的牧草养殖端，伊利通过“种养一体化”，为内蒙古阿鲁科尔沁旗改良了5.5万亩退化草原，让那里的草原核心区的植被覆盖度从2008年的不足10%增长到了95%以上，实现了“荒漠变绿洲”。

截至目前，伊利已按照《承诺书》中的九大承诺推进落实各项举措，并连续5年对外披露“生物多样性保护报告”，引领中国企业为生物多样性保护贡献力量。这些实践经验不仅入选《中国落实2030年可持续发展议程进展报告（2019）》，还被联合国教科文组织纳入全球可持续发展成功经验案例集，作为“中国样本”向世界推广。

书写人与自然和谐共生的“家园故事”

随着中国推动全球生物多样性治理进程的不断深化，伊利紧跟国家步伐，持续开展“伊利家园行动”。

据了解，“伊利家园行动”以“守护生命未来”为宗旨，与世界自然基金会（WWF）、中国绿化基金会等权威组织的合作，陆续开展了智慧草原、东北湿地保护、亚洲象栖息地保护等行动。截至目前，“伊利家园行动”成果斐然：从内蒙古阿拉善黄沙中种植10万棵梭梭树的美丽“生态墙”，到向海4050亩湿地里50123只振翅高飞的水鸟；从云南热带雨林的亚洲象“食堂”，到印尼科莫多国家公园珊瑚礁生态保护，守护绚丽的“海底森林”……伊利不断书写着人与自然和谐共生的“家园故事”。

身处健康食品行业，伊利又是如何向消费者传递生物多样性保护理念的？刘春喜表示，伊利将生物多样性保护相关要求融入业务运营和产业链融合的方方面面。在COP15第一阶段会议期间，伊利旗下金典推出大会定制款“生多保护限量装”产品，致敬我国在动物、植物、森林、海洋、湿地、

草原六大生物多样性保护领域的成就，唤醒全民生物多样性保护意识。今年“世界环境日”，金典还推出无印刷、无油墨新包装，以“告白地球”为主题，联动机构、行业伙伴与消费者发起一系列环保行动，呼吁全社会共同守护地球家园。

在正在进行的COP15第二阶段会议期间，伊利更是创新性地发布了“国内首个”数字藏品版“生物多样性保护报告”，将伊利在生物多样性保护方面的实际行动和成绩载入元宇宙空间，吸引更多年轻消费者为保护生物多样性、创造美丽家园出一份力。

此次大会上，中国向世界提出，全世界应该携手努力，共同推进人与自然和谐共生，共建地球生命共同体，共建清洁美丽世界。伊利作为全球乳业的领军企业，在生物多样性保护领域发挥着引领作用，也让世界看到了中国企业在保护生物多样性方面的决心与信心。

唐勤
图片由伊利集团提供



伊利发布“国内首个”数字藏品版“生物多样性保护报告”