



主编寄语

以敬畏之心
守护流通行业健康发展

改革开放以来,我国的商品流通改革已经经历了40多年的变迁,逐步从计划经济时代的高度集中化流通模式转变成灵活、开放的市场化流通模式,流通领域在流通体制和运行机制等方面都发生了根本性的变化。2012年国务院出台的《关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》明确提出,要建立现代流通体系,把流通现代化转型推到改革的前沿。面向未来,我们倡导,以敬畏之心来守护流通行业的稳健发展。

我认为敬畏主要分为以下三点:

一是民众敬畏法律法规。在商品流通、消费领域相关的法律法规甚多,而很多民众对于这些法规还一知半解,在此我提倡在流通领域进行一次系统的“普法宣传、普法教育培训工作”。让普法教育工作渗透到社会各个层面、各类人群,让他们对于消费、商品等领域有正确的了解,从而做到真正懂法、守法,让百姓不在糊涂中踏入法律法规设定的禁区。

二是企业敬畏消费者。每个流通领域的从业者都应当将消费者真正地看做朋友、家人,设身处地为他们着想。不制假售假、不恶意抬价、不虚拟消费案例、不设置消费陷阱,更不能诱导消费,从而为企业、为商家树立口碑,赢得信誉。

三是企业敬畏社会舆论。当今世界是一个立体舆情的时代,主流媒体、自媒体乃至消费者的评论,都是一个企业所要面临的社会舆论环境。对流通领域的从业者来说,不能有任何理由去忽略舆论的存在,反而应该对其有所敬畏,对其发出的声音谨慎对待。其中,尤其要重视消费者的评论和舆论氛围,他们如果对企业的产品或服务有怨言了,而企业又采取不闻不问的态度,那就离“舆情危机”,甚至是企业发展尽头不远了!

有位著名企业家曾经说过,做企业仿佛如履薄冰。今天我们所有流通领域的参与者,也应树立一种“如履薄冰”的意识,有所敬畏,有所顾忌。特别是对法律法规、对消费者、对社会舆论,常怀敬畏之心,企业才能长治久安,流通领域的发展才能更加健康稳定!

让我们共同努力,相信规范的力量,相信行业的美好远景,以虔诚之心,敬畏流通行业,守护流通领域的稳健发展!

艾家凯

开拓新经济发展新局面

“

可以预见,未来几十年,是数字化改造提升旧动能、培育壮大新动能的发展关键期,是全面繁荣新经济的战略机遇期。发展契机转瞬即逝,谁能抓住机遇,谁就能赢得发展先机。我们应准确把握发展大势,明确历史方位和发展方向,加强统筹谋划,借鉴国际经验,发挥大国市场优势,保持战略定力,增强发展动力,深化改革,努力开拓新经济发展新局面。



艾家凯

历次科技革命的经验证实,大国崛起的关键在于把握重大科技革命带来的“另辟蹊径”的窗口机遇,在影响全球进程的技术和产业中占据制高点,从而成为世界经济发展的领军者。当今世界正处在新经济与工业经济交汇更迭的过渡时期,跨越发展的新路径正在形成,而新的产业和经济格局尚未定型,世界各国均面临重大战略机遇转折期。

面对新的历史机遇,全球多国纷纷将新经济视为实现经济复苏和推动可持续发展的关键依托。聚焦关键环节、强化政策引导,着力推动技术创新突破、产业融合应用、数字治理完善、数字技能提升,以战略制高点驱动新经济腾飞。与此同时,各国际组织也义不容辞地承担起推动全球新经济发展的重担。联合国、G20、金砖国家、OECD(经济合作与发展组织)等国际组织纷纷将新经济作为重要议题,通过一系列成果性文件,携手推动全球新经济迎来更广阔的发展空间。

新经济作为一种新型的经济形态,其定义最早源于美国,旨在全球化的背景下,以信息技术带动高新科技技术产业为主导的经济形态。人们对新经济的认知在早些年主要集中在第三产业,尤其是软件与信息技术领域。

然而,随着科技的发展,特别是AI、大数据及物联网等技术的崛起,新经济不再仅限于第三产业,还涉及第一、第二产业,以及逐渐衍生出新技术、新时代下的传统行业,制造业中的智能制造、硬件及设备的高端制造、消费升级、现代农业中的植保无人机等。此外,随着中国社会经济发展逐渐诞生的一些新型市场服务模式也应属于新经济的一部分,如产品服务领域的共享经济模式——单车、充电宝等。传统的“新经济”的定义比较狭义,尤其对于中国来说,广义的新经济应该是基于创新性认知的。创造新技术或新服务的行业,其不同于传统的劳动密集型、重资产、“轻创造”的行业,新经济中除了部分高精尖的高端制造行业外,大多行业具有轻资产、重知识产权属性,或者具有利用少量新技术颠覆传统服务模式或开创新蓝海的属性。这些行业发展的时间相对来说还不算长,具备高成长性。

从战略上来说,发展新经济对于中国至关重要。改革开放至今,中国走的是以GDP增长为主要目标的发展之路。GDP增长率是政府政绩考核的主要指标,大量以政府为主导的“铁公基”投资、房地产投资和以传统制造业为基础的出口导向型经济发展模式保障了GDP的高速增长。该模式的确给经济发展注入了巨大能量,城镇化率显著提高,基础设施逐步完善,使中国成为制造

业大国。但随着社会因素和经济因素的变迁,这种模式的瓶颈也开始逐渐显现。

我们必须客观地认识到,我国当前的新型生产力发展尚处于初级阶段。数据资源开发利用水平低、核心技术和设备受制于人、人才和投融资体制还无法适应新经济发展需要、经济主要领域数字化转型仍存在较多障碍、国际化拓展刚刚起步、新经济市场体系尚不健全、经济治理面临全新挑战,面临着全球竞争和话语权争夺日益激烈。

在这一背景下,发展新经济,化解过剩产能,升级落后产业,提高产品质量,优化国内资源配置,引导劳动就业、资金资源向高附加值制造业和服务业移动,提升技术密集型产业产值占比,提升产业技术创新能力和核心竞争力等产业结构调整措施就显得尤为必要。同时,尽快从中低端切换到中高端市场符合中国居民对高端创新型商品和服务的日益增长需求。

可以预见,未来几十年,是数字化改造提升旧动能、培育壮大新动能的发展关键期,是全面繁荣新经济的战略机遇期。发展契机转瞬即逝,谁能抓住机遇,谁就能赢得发展先机。我们应准确把握发展大势,明确历史方位和发展方向,加强统筹谋划,借鉴国际经验,发挥大国市场优势,保持战略定力,增强发展动力,深化改革,努力开拓新经济发展新局面。

专家呼吁:新经济时代应加快直销立法步伐

中国直销立法课题组成立启动仪式暨《中国企业报·流通与消费》专栏上线新闻发布会圆满落幕

周晶

2019年10月26日,中国直销立法课题组成立启动仪式暨《中国企业报·流通与消费》专栏上线新闻发布会在《中国企业报》集团举行。

今年3月15日,十三届全国人大二次会议在京圆满闭幕。中国市场学会直销专业委员会主任艾家凯作为直销立法智囊团成员,针对直销立法一事与杨莉等多位人大代

表进行了细致的探讨。近年来,市场发展迫切希望出台新法的呼声水涨船高,经过对此现象的多方考量,全国两会期间杨莉等30位人大代表共同联名提交《直销法》(草案)。

《直销法》(草案)虽已提交,但议案的理论依据、市场调研数据等内容还有待完善。对此,艾家凯主张成立直销立法课题组,组织相关专家共同开展多方调研。

本次会议,司法部研究室原主任、司法研究所原所长王公义,全国人大常委会法

工委立法规划室原主任吴高盛,《中国企业报》集团总裁、社长吴昀国,原国家工商总局个体司副司长刘世如,中国市场学会直销专业委员会主任艾家凯及学会内众多相关专家学者出席,就直销立法一事进行了详细的研讨。

(下转第十四版)

本刊主编:艾家凯