

国家出台恢复和扩大消费20条措施,国家发改委回应热点

促消费政策并非“掏空钱包”“透支需求”

全面落实带薪休假制度,鼓励错峰休假,弹性作息,促进假日消费……恢复和扩大消费,国家出手了!7月31日上午,国务院办公厅转发国家发改委《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)。《措施》围绕六个方面,对恢复和扩大消费提出了20条强有力措施,涉及大宗消费、服务消费、新型消费、农村消费、消费设施、优化消费环境等方面的内容。

这份重磅文件有何新意?促消费政策如何影响我们的钱包?7月31日下午举行的国务院政策例行吹风会对此密集回应。

促消费政策的出发点 是帮助居民节约开支

国家发改委副主任李春临在吹风会上坦言,促进消费是当前恢复和扩大需求的关键所在。上半年国内消费市场整体处在恢复过程中,餐饮、文旅、影院等线下场景快速复苏,但一些消费品类增长势头仍不稳固,一些居民消费信心不强、顾虑不少,一些领域消费体验不佳,感受不好,需要政策进一步加力。

据介绍,此次促进消费工作基本思路,有三个基本考量:一是坚持有效市场和有为政府更好结合;二是坚持优化供给和扩大需求更好结合;三是坚持提质升级和创新发展更好结合。按照这些原则,《措施》围绕稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境等六个方面,提出20条具体政策举措,力求长短兼顾、务实有效。

李春临表示,居民消费是

满足居民美好生活愿望的关键环节。许多领域,没有消费就没有居民生活质量的提升,居民不消费,很多愿望、需求就得不到满足。让居民开心花钱,买到心仪的商品和服务,本身就是利民生的好事。

他进一步强调,促消费政策不是所谓“掏空钱包”“透支需求”,恰恰相反,促消费政策的出发点是帮助居民节约开支,买到物美价廉的商品,买到更有科技含量、更符合需求的新产品、新服务,避免不法“套路”、假冒伪劣等产品。政府施策更有效、更惠民,老百姓消费和福利就能同步得到提升。

推动居民收入增长 与经济增长基本同步

恢复和扩大消费,提升收入是绕不开的问题。“就业是民生之本,收入是民生之源,就业和收入都是影响消费的重要因素。”李春临强调,持续扩大就业、促进居民增收,是提高居民消费能力、提升居民消费意愿、释放居民消费潜力

的有效手段。

7月24日召开的中共中央政治局会议明确提出,要加大民生保障力度,把稳就业提高到战略高度通盘考虑,扩大中等收入群体。还提出,要通过增加居民收入扩大消费,通过终端需求带动有效供给。

李春临说,下一步将落实就业优先政策,加强困难群体就业兜底帮扶,坚持多劳多得,鼓励勤劳致富,推动更多低收入群体迈入中等收入行列,完善按要素分配的政策制度,多渠道增加中低收入群众要素收入,多渠道增加城乡居民财产性收入,推动居民收入增长与经济增长基本同步,通过消费能力提升,提高居民消费意愿。

对汽车消费细分市场 将研究更多支持政策

新能源汽车是今年以来的消费亮点,下半年亦被寄予厚望。

李春临介绍,从产销量来看,今年上半年新能源汽车产销分别完成了378.8万辆和

374.7万辆,同比分别增长42.4%和44.1%。从市场占有率来看,新能源汽车销量占全部汽车销量的比重已经达到28.3%,将近三成,比2022年提升了2.7个百分点。从保有量来看,截至今年6月底,全国新能源汽车保有量超过1620万辆。新能源汽车产销量、市场占有率、保有量均创历史新高。

他透露,对汽车消费细分市场,官方将研究优化更多大众化、普惠性的支持政策,更好满足人民群众多层次、多样化的消费需求,推动相关产业高质量发展。“无论是汽车消费还是其他消费品消费,首先要通过供给侧结构性改革,适应需求变化,创造新需求,供给侧不改革,拿出来的产品不适销对路,老百姓是不买单的。”李春临说,官方延续和优化新能源汽车车辆购置税减免的政策,提出到2025年底免征车辆购置税,2026、2027年减半征收,以及最近出台的一些政策,都在鼓励新能源汽车消费。

综合新华社、中新社

- ### 六大领域提振消费如何发力
- **稳定大宗消费**
优化汽车购买使用管理;扩大新能源汽车消费;支持刚性和改善性住房需求;提升家装家居和电子产品消费
 - **扩大服务消费**
扩大餐饮服务消费;丰富文旅消费,全面落实带薪休假制度;促进文体体育会展消费;提升健康服务消费
 - **促进农村消费**
开展绿色产品下乡;完善农村电子商务和快递物流配送体系;推动特色产品进城;大力发展乡村旅游
 - **拓展新型消费**
壮大数字消费;推广绿色消费
 - **完善消费设施**
加快培育多层次消费中心;着力补齐消费基础设施短板;完善消费基础设施建设支持政策
 - **优化消费环境**
加强金融对消费领域的支持;持续提升消费服务质量水平;完善促进消费长效机制



编辑:于海霞 美编:马秀霞 组版:侯波

责任福彩,与爱同行

福利彩票发行36年,为保障民生作出积极贡献

2023年7月27日,中国福利彩票的36岁生日。36年前的今天,新中国的第一张福利彩票就此诞生。36年后的今天,中国福利彩票责任彩票报告(2022年)正式发布,并且,全国福彩系统省级福彩中心首次集体发布,整齐划一、振奋人心。

公益牢记于心 责任实践于行

1987年6月3日,经党中央、国务院批准,民政部在人民大会堂召开中国福利彩票有奖募捐委员会成立大会。当时,中国福利彩票叫中国福利彩票有奖募捐委员会。

这次大会通过的《中国社会

福利有奖募捐委员会章程》,明确规定:“中国福利彩票有奖募捐委员会宗旨是,团结各界热心社会福利事业的人士,发扬社会主义人道主义精神,筹集社会福利资金,兴办残疾人、老年人、孤儿等福利事业和帮助有困难的人。”这一规定在此后被归纳为“扶老、助残、救孤、济困”,即福利彩票的发行宗旨。

1987年7月27日,第一张中国福利彩票在河北上市后,上海、浙江、湖北等参加第一批试点的10个省市,开始陆续销售福利彩票。

自1987年创立至2022年底,中国福利彩票累计销售26458亿多元,筹集公益金7917亿多元,公益金被广泛用于扶老、助残、

救孤、济困、社会保障等社会福利和社会公益事业,为保障民生作出了积极贡献。

恪守职责使命 将责任融入点点滴滴

发行福利彩票,是党和国家为发展社会福利事业而制定的一项特殊政策,筹集公益金发展社会福利和公益慈善事业,是福利彩票与生俱来的使命,更是一份沉甸甸的责任。

早在电脑彩票上市之初,2002年财政部就印发《彩票发行与销售管理暂行规定》(2016年废止),明确规定:彩票机构对中奖者个人信息负有保密责任,未经中奖者本人同意,不得对外公

开。

2009年7月1日实施的《彩票管理条例》对此项责任再次规定:彩票发行机构、彩票销售机构、彩票代销者以及其他因职务或者业务便利知悉彩票中奖者个人信息的人员,应当对彩票中奖者个人信息予以保密。

在责任彩票建设方面,福利彩票的负责任,还体现在工作中的方方面面、点点滴滴。比如,自创办之日起,就强调要走细水长流的路子,倡导理性购彩、用零花钱,始终倡导“多人少买,寓教于乐,量力而行,理性购彩”;比如,在宣传工作中,一直坚持实事求是,避免过分渲染中大奖,及时纠正沉迷预测中奖号码、“跟号倍投”等不良现象,营造健

康、理性的购彩氛围;比如,在游戏设计上,加强风险控制,3D限号销售;比如,在福彩站内张贴警示语,提醒购彩者理性购彩,禁止向未成年人购彩和兑奖;比如,理性购彩、保护未成年人、随手公益……责任宣传已成为常态。

36年奋进路,36年公益行。用福彩事业高质量发展,推动社会公益事业高质量发展,为全面建设社会主义现代化国家贡献福彩力量,这是中国福利彩票义不容辞的责任。

中国福利彩票 国家公益彩票

山东福彩“快乐吧”渠道品牌IP形象“福小乐”发布

7月27日,在中国福利彩票发行36周年之际,山东福彩“快乐吧”渠道品牌IP形象发布会在泰安市福彩“快乐吧”综合体验厅举行。

山东福彩推出的“快乐吧”渠道品牌IP形象名为“福小乐”,“福小乐”以兔子为设计原型,超萌可爱,充满青春气息。她手持小花,寓意一朵开在心里的公益之花,手有余香;身挎小福包,寓

意福利彩票坚守公益初心,造福社会。

品牌是高质量发展的重要象征,加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。近年来,省福彩中心按照省民政厅党组部署和中福彩中心工作要求,开拓创新,打造了“快乐吧”渠道品牌,并在全省16市均建成一处“快乐吧”综合体验厅,综合体验厅集彩票销售、公益传播、形象

展示、游戏体验、公益驿站等功能于一体,是展现福彩新形象的窗口和平台。

福彩“快乐吧”,源自福彩文化“公益、慈善、健康、快乐、创新”中的“快乐”,寓意快乐的购彩体验。为了让“快乐吧”品牌可视、可感、可知,省福彩中心创作并发布了IP形象“福小乐”,目的是通过塑造“公益、青春、快乐”的品牌形象,吸引更多的市民走

进“快乐吧”体验厅,参与公益,感受快乐。

7月27日正值中国福利彩票发行36周年,“福小乐”的发布为中国福彩献上了一份具有意义的生日礼物。1987年7月27日,第一张福利彩票,也是新中国第一张彩票发行销售,开启了中国福彩史上具有历史意义的新篇章。作为首批试点发行的省份,山东福彩秉承“扶老、助残、救孤、济

困”的发行宗旨,扎实履行社会责任,截至2023年6月30日,累计销售福利彩票2068.25亿元,筹集福利彩票公益金616.37亿元,用实际行动履行国家赋予的公益使命,在保障和改善民生,促进全省社会福利和公益慈善事业发展方面发挥了积极作用。

全省其他市也在当地“快乐吧”综合体验厅同步开展了相应活动。