四川省情

DATA INSIDE

2024.12

总 第 274 期

用数据立论
为发展建言

国内统一刊号：CN51-1620/D
国际标准刊号：ISSN 1671-3540
邮发代号：62-265 定价：￥12.5元

消费再挖潜

站在消费实现新跨越的关口，四川应持续畅通消费渠道、优化消费供给，同时提高居民收入、增强消费信心，深挖消费潜力，提升消费活力。

ISSN 1671-3540

安卓系统 IOS系统

下载APP获取更多数据分析

> P26 十年再深化，新一轮财税改革怎么看？
> P29 从四川百强民营企业榜单读出新变化
> P53 “镇域经济”提法应慎重

随刊附送《数说天下》
囊括世界\全国\四川
数据及权威点评

深挖消费潜能，做强经济“主引擎”

■文/本刊记者 贾翔

消费是经济稳定运行的“压舱石”，对经济增长的支撑促进作用也日益增强，当前研究、建言消费，显得尤为必要。回顾过去，四川消费领域取得了令人瞩目的历史性跨越，消费对经济增长的贡献率稳步提升。1952年四川社会消费品零售总额仅14亿元，随后分别于1981年、1996年、2013年和2019年跨过1百亿元、1千亿元、1万亿元和2万亿元大关，2023年实现26313.4亿元，总量是1952年的1879.5倍，实现年均11.2%的高速增长。

随着消费市场规模的扩大，伴随而来的是消费结构的优化升级、供给体系的不断完善，当前，一些新业态不断涌现、新趋势正在形成。

从消费区域来看，乡村市场大有可为，二三梯队城市竞相发展。2024年前三季度，全省乡村消费品零售额同比增长5.1%，比城镇高0.9个百分点；二三梯队城市社会消费品零售总额增长快于全省平均水平，特别是绵阳、达州、德阳等城市表现亮眼，总量相对靠前的同时，增速也较高。

从消费品类来看，餐饮消费持续火热，生活类消费需求旺盛。2024年前三季度，全省餐饮收入同比增长9.0%，比商品零售增速高5.3个百分点，拉动社会消费品零售总额增长1.2个百分点；限额以上单位粮油食品饮料烟酒类零售额同比增长12.2%，比限上零售额增速快8.5个百分点，拉动限上零售额增长2个百分点；日用品类、中西药品类均呈两位数增长态势，分别增长15.8%、11.4%，拉动限上零售额增长0.6、0.5个百分点。

从消费需求来看，青年作为消费生力军，消费观念趋理性，且更接受新型消费。相关调研显示，85.0%的青年受访者表示倾向于理性消费，不盲目追求大牌，不过分看重标签；在选择消费产品或服务时更看重性价比和实用性；八成以上的青年受访者体验过数字消费、即时零售、健康消费等新业态新模式。

（全文见《四川省情》2024年第12期）

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

CONTENTS 目录

2024 年第 12 期 总第 274 期

当前，餐饮需求持续旺盛，餐饮供给也日趋多元。图为成都举办的面包美食节，吸引众多年轻人“打卡”。

10 COVER · DEPTH 封面 · 深度

消费再挖潜

今年以来，四川餐饮消费持续火热，生活类消费需求旺盛，支撑消费品市场稳定增长，同时部分升级类商品增长承压，需重点关注。四川应稳存量扩增量、优结构提质量，持续挖掘消费潜力，激发消费活力。

12 消费再突破，四川的底气与潜力 /毛中根 郭恺鑫

15 消费承压？危中仍有机/江舟 张恩碧

17 告别“一家独大”，挖潜二三梯队消费盘 /萧锦恩 郭玉坤 彭雨晗

20 对标消费大省，四川如何干？——省外扩内需促消费经验对川启示 /吴华明

23 理性！超前！青年群体的买买买不一样 /杨旭 黄强

卷首语 PROLOGUE

01 深挖消费潜能，做强经济“主引擎” /本刊记者 贾翔

宏观视角 MACROECONOMIC OBSERVATION

04 经济论坛

06 图说四川

08 数字快报

本刊特稿 SPECIAL MANUSCRIPT

26 十年再深化，新一轮财税改革怎么看？/黄策 李光武

权威研判 AUTHORITY JUDGE

29 从四川百强民营企业榜单读出新变化/唐燕

31 在发展中探寻工业创新之路/刘利 蒋绍玲

34 8.4%！西部地区外贸领跑全国/王记

热点透视 FOCUS

36 擦亮四川“天府菜油”金字招牌/汪希成 伏雪 范丹 谢小蓉

39 2023年四川数字乡村建设研究报告/万青 余元春

42 二手车“出海”赛道火热/杨慧

44 四川科创沃土如何进一步“施好肥”？/本刊记者 乔燕艳

全域纵横 GLOBAL ASPECT

47 甘肃：激活银发经济“一池春水”/张雪 曹芙蓉

50 内蒙古：龙年会呈生育小高峰吗？/汪欣宇

社经时评 SOCIOECONOMIC COMMENT

52 值得一看的《文明之旅》/陈智

53 “镇域经济”提法应慎重/刘世明

54 公共数据授权运营的关键环节/王建平

经济地理 ECONOMY GEOGRAPHY

55 南充：制造业技能人才，“缺口”何填？/邓光文 牟雯波

57 这个产业，点“绿”德阳！/黄抚贵 金明

59 攀枝花东区：对标之下 淬炼“百强”/陈琪 张倩 陈建彦

61 宣汉：林下天麻，“药力”还在“缓释”中/冯勇 程春雄

动态观察 ECONOMY GEOGRAPHY

63 改革之笔绘就“健康达川”新篇章/廖建华

■ 声明 凡向本刊投稿，均视为作者同意将著作和信息网络传播权授予本刊独家使用，作者文章著作和信息网络传播权使用费与稿费合并一次性给付。

《四川省情》/月刊

国内统一刊号：CN51-1620/D
国际标准刊号：ISSN 1671-3540
主管 四川省统计局
协管 国家统计局四川调查总队
主办 四川省统计科学研究所
出版 四川省情杂志社有限责任公司

总编辑 唐婉岚
执行总监 赵倩倩
责任编辑 戚军凯 乔燕艳 贾 翔 唐佳莹
责任校对 李 莲 李泉江 李唯伊
美术编辑 涂裕娟 陈 成 徐 青
网络编辑 严 婷 吕雪萍
发行管理 杨俊伟 陈 梅
本期执行编辑 贾 翔
《数说天下》执行编辑 戚军凯 贾 翔
封面设计 徐 青

高级顾问 （按姓氏笔画排序）
刘诗白 著名经济学家
杨继瑞 成都市社科联名誉主席 著名经济学家
邱沛篁 中国传播学会副会长 教授 博导
阿 来 四川省作协主席 著名作家

出版发行 四川省情杂志社有限责任公司
地 址 成都市二环路西一段108号 邮 编 610041
投稿邮箱 scsqzz@163.com
编辑部电话 028-87041393 / 87042741
发行电话 028-87043903
发行营销商 成都书谣文化传播有限公司
国内总发行 四川省报刊发行局
图片合作单位 汉华易美视觉科技有限公司
印 刷 成都博瑞印务有限公司
广告发布登记编号 川广登字［2019］0057号
广告营销商 四川和煌良田文化传播有限公司
营销总监 姜华军 13908067133 / 18000567133
营销副总监 谢 强 18681227783
营销副总监 李丰谷 13378113809
2024年12月6日出刊 定价 12.5元

《四川省情》理事会成员单位

四川省科教兴川促进会
四川省郫县豆瓣股份有限公司
中国邮政储蓄银行四川省分行
四川省宜宾五粮液集团有限公司
成都飞机工业（集团）有限公司
中科院成都信息技术股份有限公司
四川天翔经济发展研究院
四川忠桥集团有限公司
四川金盆地集团

热点评析

狭义货币（M1）降幅收窄

中国人民银行官网最新数据，10月份狭义货币（M1）余额63.34万亿元，同比下降6.1%，降幅较上月收窄1.3个百分点，结束此前降幅连续扩大的走势。M2与M1之间的增速差距缩小，从上月的14.2个百分点降低到了13.6个百分点。

民生银行首席经济学家温彬认为，10月M1增速明显改善，主要源于以下三大因素：一是存量购房需求阶段性释放，房地产销售回暖，带动部分居民存款向企业存款转移；二是10月政府债发行强度较8、9月峰值有所下降，且伴随已发债券资金拨付使用，部分财政存款向地方机关单位、企业账户转移，形成阶段性活期资金沉淀；三是去年同期M1基数较低也形成一定支撑。

（摘自21世纪经济报道）

浙商证券首席经济学家李超表示，未来M1走势仍受财政支持力度和居民消费修复强度的影响，预计财政的支撑具备持续性，年内后续两个月M1可能继续修复，明年1月春节错月，M1增速可能录得极低值，但考虑到央行可能调整口径，将个人活期储蓄、非银行支付机构备付金纳入M1统计，数据虽然会回落，但幅度相对可控，且季节性回落对市场情绪影响不大，自明年2月至年末，M1增速有望渐进上行，由负转正，初步预计年末收于5%左右。

（摘自华夏时报）

我国化债资源总量达10万亿元

近日，在全国人大常委会办公厅举办的新闻发布会上，财政部部长蓝佛安介绍我国化债资源总量达10万亿元：增加6万亿元地方政府债务限额置换存量隐性债务，2024—2026年每年2万亿元；从2024年开始，连续五年每年从新增地方政府专项债券中安排8000亿元，补充政府性基金财力，专门用于化债，累计可置换隐性债务4万亿元。

中国民主建国会中央经济委员会副主任马光远表示，虽然规模很重要，但更重要的是解决路径。这次用主动、整体、改革的办法为地方减负，路径和思路完全正确。中央主动解决地方政府过去的隐形债，让地方政府轻装上阵，这个办法在1998年国企脱困和2000年后中国解决银行业坏账时都用过，效果明显。

（摘自中国报道）

著名经济学家任泽平认为，隐性债务指的是地方政府通过地方融资平台、PPP项目等形式隐性借款的债务，通常不列入政府财政预算，但实际由地方政府偿还，此类债务通常缺乏透明度。置换地方政府隐性债务有助于降低其财务风险，缓解地方政府及城投企业的短期流动性危机并提高地方的财政透明度和可持续性。此举标志着化债工作思路“从侧重于防风险向防风险、促发展并重转变”，规范化隐性债务，降低银行不良风险。

（摘自微信公众号泽平宏观）

北京师范大学教授、一带一路学院研究员万喆认为，地方化债过程中可能会面临多重风险，包括收缩效应、隐性债务显性化、投资效率下降、信用链条断裂等问题。鉴于各地经济和债务情况差异较大，建议地方政府采取灵活多样的化解手段，探索符合地方实际的模式。整体目标是“化风险、强信心、稳增长”，但在推进过程中需谨防新的金融风险，确保化债措施取得实效，促进经济的长期稳健发展。

（摘自南方日报）

经济观察

低空经济发展前景可期

随着应用场景不断拓展，个性化旅游、多样化物流等需求日益增加，低空经济市场规模不断扩大，呈现出巨大的市场潜力。

传统市场需求稳步增长。低空经济既包括传统的通用航空业态，又融合了以无人机为支撑的低空生产服务方式。这些技术广泛应用于工农业和服务业等领域，促进农林植保、电力巡检等传统通航作业稳步增长。2023年，我国低空经济规模突破5000亿元，达到5059.5亿元，增速高达33.8%。

新兴市场潜力持续激发。除了传统的工业、农业、服务业、交通物流等领域外，低空经济的应用领域还将进一步拓展到应急救援、城市管理、公共安全、环保监测等更多行业和领域，这些新应用场景将激发更大的市场潜力。其中，医疗救护、无人机配送等新业态需求呈现加速发展趋势。根据中国民航局的数据预测，到2025年我国低空经济的市场规模将达到1.5万亿元，到2035年有望达到3.5万亿元。

未来，随着政策环境持续优化、技术水平不断提升和市场需求持续释放，我国低空经济发展不仅可以为经济增长注入新动力，还将深刻改变人民群众的生产生活方式。为此，应强化低空经济规划统筹，加快构建低空经济产业体系，不断探索低空经济新模式新业态，积极推动低空经济产业高质量发展，助力加快构建现代化经济体系。

（摘自经济日报《低空经济发展前景可期》）

低空经济市场空间巨大。图为第十五届中国航展上的飞行汽车。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

传统竹工艺是中国独具特色的民俗文化符号。四川是拥有国家级非遗竹编种类最多的省份，有道明竹编、青神竹编、瓷胎竹编、渠县刘氏竹编。图为崇州道明竹艺公园里充满艺术感的竹艺楼梯。

图说四川

了不起的非遗

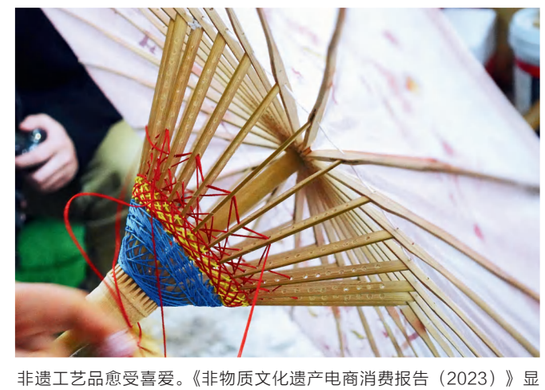
2024年11月12日，传统文化短视频创作者李子柒携最新作品正式回归大众视野，接连发布了3条视频作品，以独特的视角将漆器、蜀锦、缫丝等四川非物质文化遗产（以下简称非遗）推向了更广泛的受众。

作为中国传统文化的重要组成部分，非遗在历史长河中见证中华民族的智慧与创造力。四川有着8000多处非遗资源点，是名副其实的非遗大省，共有联合国教科文组织人类非遗代表作名录项目8项、国家级非遗153项、省级非遗1132项。除了作为文化现象被传播，非遗作为新经济载体，也发挥了越来越重要的作用。

蜀绣工艺。

四川围绕非遗与旅游融合发展，织就「文化+旅游」「文化+振兴」新图景。图为游客在成都蜀锦织绣博物馆欣赏

多彩非遗进校园，文化传承绽新芽。图为广安某实验中学学生在练习表演皮影戏。



非遗工艺品愈受喜爱。《非物质文化遗产电商消费报告（2023）》显示，2023年淘宝的非遗消费用户数量约2.49亿人次，创四年来新高。图为泸州分水油纸伞。

非遗作品的每一道工序都蕴含了深厚的文化底蕴和制作者的心血。在四川，这样的非遗作品有很多。图为成都漆艺。

数字快报

全国

在大规模设备更新带动下，2024年1—10月**全国**设备工器具购置投资同比增长16.1%，拉动全部投资增长2.1个百分点，对投资增长的贡献率超过60%。同时，随着“两重”建设持续发力，相关项目的实物工作量陆续形成，也带动了基础设施投资的回升。1—10月份，基础设施投资同比增长4.3%，比上月加快0.2个百分点，是近期基础设施投资首次出现回升。

16.1%

31.8%

在市场需求持续增长、快递服务能力提升、政策支持引导等因素带动下，2024年以来**上海**快递业务量保持快速增长。1—10月，快递业务量累计完成39.0亿件，同比增长28.0%，其中10月份快递业务量完成4.7亿件，同比增长31.8%。

随着《黑神话：悟空》游戏的爆火，作为主要取景地之一的**山西**旅游市场持续升温。1—10月份，全省重点监测景区总接待人数达9410.8万人次，同比增长15.2%；门票收入29.5亿元，增长14.7%；经营收入50.2亿元，增长5.5%。

9410.8万人次

全国第二

2024年以来，**内蒙古**积极扩大有效投资，持续推动大规模设备更新，加大项目建设力度，有效激发投资活力。1—10月，全区固定资产投资（不含农户）同比增长11.4%，较前三季度提高0.4个百分点，增速持续两个月回升，继续位居全国第二。

四川

在综合保税区进出口的强力拉动下，**四川**外贸保持较快增长。2024年1—10月，全省货物贸易进出口总额达到8420.8亿元，创下历史同期新高，位居全国第8；同比增长9.7%。其中，出口额4896亿元，增长1.8%；进口额3524.8亿元，增长22.8%。

8420.8亿元

127亿千瓦时

2024年1—10月，受制造业用电快速增长带动，**攀枝花**实现工业用电量127亿千瓦时，同比增长9.7%，增速比全社会用电量高1.1个百分点，比全省平均高4.6个百分点。其中，采矿业用电量增长7.1%，制造业用电量增长11.4%，电力、热力、燃气及水生产和供应业用电量增长5.6%。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端！

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

今年以来，“以旧换新”促消费惠民生取得明显成效。图为四川内江“以旧换新”家电促销活动。

消费再挖潜

今年以来，四川社会消费品零售总额在去年高基数的基础上增速承压，但总体仍保持稳定增长，且继续领先全国平均水平。当前，经济回升向好的基础持续巩固、促消费政策持续加码等有利条件正在增多，下一步四川仍将不断拓展消费空间，优化消费供给，提升居民收入，增强消费信心和能力。

消费再突破，四川的底气与潜力

■文/毛中根　郭恺鑫

当前新形势下，促进消费是扩大内需推动经济高质量发展的重要举措。四川社会消费品零售总额于2019年迈入2万亿元大关，正在向着3万亿元台阶跨越。当下，四川消费再突破的基础如何，下一步又该在哪些方面挖潜？

有底气：年均增速高于全国

2020年，受新冠疫情影响，四川消费市场出现负增长，全省社会消费品零售总额下降2.4%。2021年，随着疫情防控成效显现，消费市场呈现“V”型复苏态势，全省社会消费品零售总额较上年增长15.9%。在2022年稳步增长的基础上，2023年全省实现社会消费品零售总额26313.4亿元，较上年增长9.2%。2020—2023年，全省社会消费品零售总额从20824.87亿元增至26313.4亿元，跃升至全国第五，年均增速达5.4%，比全国快1.7个百分点，总体上保持稳健增长态势（见图1）。

基本生活类商品消费稳定，升级类商品消费增长较快

2023年全省限额以上企业（单位）粮油、食品、饮料、烟酒类，服装、鞋帽、针纺织品类，石油及制品类分别较上年增长7.0%、8.7%、6.3%，均高于限额以上单位消费品零售总额的同期增速，三者合计对社会消费品零售总额增长的贡献率达47.6%，拉动全省限额以上单位零售额增长2.7个百分点。化妆品类、金银珠宝类等升级类商品的消费需求持续释放，2023年全省限额以上单位金银珠宝类，化妆品类，体育、娱乐用品类，汽车类商品消费持续保持快速增长，分别较上年增长18.9%、12.5%、8.6%、7.1%，增速在16大类商品中位居前五。

餐饮收入增速较高，商品零售总量较大

按消费形态来看，商品零售相对受影响稍小，餐饮收入受疫情冲击较大但恢复较快。2023年商品零售额、餐饮收入分别为22716.0亿元、3597.4亿元，较上年分别增长7.7%、19.5%，分别占比86.3%、13.7%，相较2020年餐饮收入增幅更是达到44.9%。2020—2023年，商品零售年均增速为5.1%，餐饮收入年均增速为7.2%（见图2）。

图1　2020—2023年四川与全国社会消费品零售总额增速对比

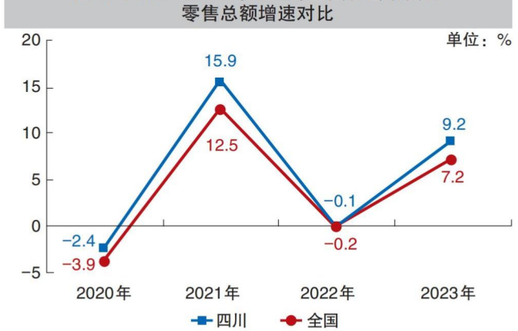
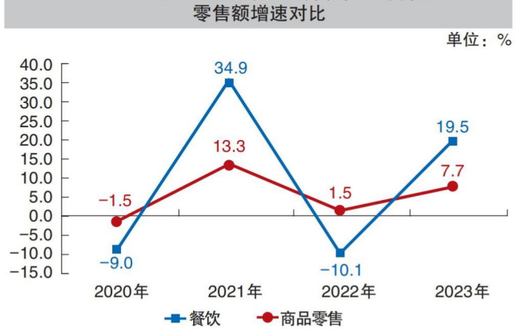


图2　2020—2023年四川餐饮收入与商品零售额增速对比



成都压舱石作用显著，其他区域不断追赶

分区域看，受疫情冲击，四川五大区域的社会消费品零售总额在2020年和2022年出现下降和缓慢增长的情况。2023年，成都平原经济区、川南经济区、川东北经济区、攀西经济区和川西北生态示范区分别实现零售额16008.38亿元、4011.78亿元、4844.06亿元、1188.46亿元和260.82亿元，2020—2023年年均增速分别为5.2%、5.3%、6.0%、5.9%和4.3%。其中，成都和环成都经济圈分别实现零售额10001.6亿元和6006.78亿元，可以看出，成都是成都平原经济区的消费主力，且在全省处于领先地位，但近几年其他区域零售额也在快速增长，差距逐步缩小（见表1）。

表1　2020—2023年四川五大区域社会消费品零售总额增速对比

	成都平原经济区（%）	川南经济区（%）	川东北经济区（%）	攀西经济区（%）	川西北生态示范区（%）
2020年	−2.5	−2.2	−2.2	−3.4	−4.2
2021年	15.4	18.3	16.2	13.9	11.6
2022年	−0.8	1.1	0.6	2.8	−0.5
2023年	9.6	5.3	10.4	11.2	11.2

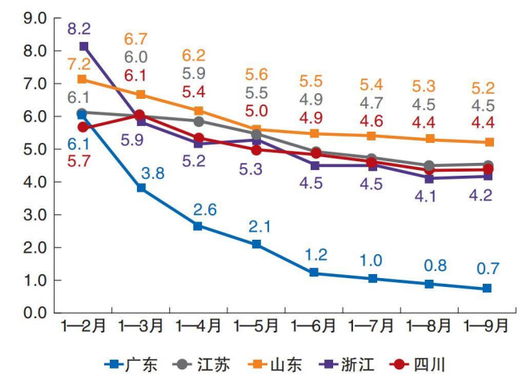
查不足：需持续扩大消费规模

2023年广东、江苏、山东、浙江的社会消费品零售总额分别以47494.9亿元、45547.5亿元、36141.8亿元、32550.2亿元居全国前四，四川以26313.4亿元位列第五。今年以来，以消费品以旧换新为代表的相关政策有力赋能全省消费市场。截至10月29日，全省以旧换新补贴申请量达230.32万件，拉动消费近326.12亿元。此外，消费券刺激消费效果明显。今年以来四川发放“蜀里安逸”消费券资金5亿元，拉动消费50.2亿元，助推前三季度全省社会消费品零售总额增长4.4%。同时，电商直播等新业态新场景带动下，网络消费趋势向好。四川省商务厅数据显示，今年前三季度四川实现网络交易额36515.7亿元，同比增长6.3%。但与其他四个省份相比，四川消费品市场仍存发展空间，主要体现在以下三方面。

整体消费规模较小

2024年前三季度，广东、江苏、山东、浙江以及四川社会消费品零售总额分别为35371.27亿元、35384.4亿元、26978.5亿元、24204.6亿元、19767.6亿元，分别同比增长0.7%、4.5%、5.2%、4.2%、4.4%，四川消费市场规模相对较小，增速虽较广东、浙江有一定优势，与江苏相近，但比山东低0.8个百分点，在消费市场发展速度上有追赶空间（见图3）。

图3　2024年前三季度四川与四省社会消费品零售总额增速对比



(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

消费承压？危中仍有机

■文/江舟　张恩碧

持续的价格战和燃油车市场下滑，导致部分传统主流车企承压较大。图为成都东风雪铁龙厂区。

今年，中国经济增长面临多重挑战，而消费承压尤其明显。2024年前三季度，一线城市北上广深的社会消费品零售总额同比增长显著低于全国均值，其中深圳和广州分别仅上涨0.7%、0.1%，北京和上海分别下降1.6%和3.4%。2024年前三季度，四川社会消费品零售总额同比增长4.4%，虽高于全国平均水平，但增速相较于2023年有所放缓。是什么因素导致消费承压？我们一起直击痛点。

传统制造业市场增长乏力

2024年10月，全国工业生产者出厂价格同比下降2.9%，工业生产者购进价格同比下降2.7%，1—10月工业生产者出厂价格和购进价格均比上年同期下降2.1%。出厂价格同比下降反映出传统制造业面临市场需求不足和产能过剩导致的销售压力和库存积压等问题。同时，价格下行压力会加剧传统制造业的内部竞争，最终造成传统制造业增长动力不足。全国乘用车市场信息联席会数据显示，2024年前三季度全国汽车行业收入7.36万亿元，同比增长3%；利润3360亿元，同比下降1.2%；汽车行业利润率4.6%，比下游工业企业平均利润率低1.5个百分点，并创近10年新低。持续的价格战，加之燃油车市场下滑，部分传统主流车企承压较大。例如，上汽集团前三季度营收4304.82亿元，同比下降17.74%；归属于上市公司股东的净利润69.07亿元，同比下降39.45%。传统制造业市场增长乏力，对居民的收入预期和消费信心都会产生不利影响。

房地产市场下行调整

2024年以来，房地产开发投资增速呈现下滑趋势。2024年1—9月，全国房地产开发投资7.87万亿元，同比下降10.1%；其中，住宅投资5.97万亿元，下降10.5%。房地产开发企业房屋施工面积同比下降12.2%，房屋新开工面积下降22.2%，房屋竣工面积下降24.4%。1—9月，新建商品房销售面积7.03亿平方米，同比下降17.1%，其中住宅销售面积下降19.2%。新建商品房销售额6.89万亿元，下降22.7%，其中住宅销售额下降24.0%。9月末，商品房待售面积7.32亿平方米，同比增长13.4%。其中，住宅待售面积增长20.8%。从新建商品房销售面积和销售额对比来看，销售额下降幅度大于销售面积下降幅度，表明整体房地产市场还处于以价换量的调整期。房地产市场下行调整对家具家电等耐用品以及装修等上下游关联行业的消费造成一定阻力。

收入增长承压致预期不稳

近年来，全国居民人均可支配收入的实际增速波动较大，还存在一定上行阻力。2022年和2023年，全国居民人均可支配收入分别为36883元和39218元，分别实际增长2.9%和6.1%。2024年前三季度，全国居民人均可支配收入30941元，扣除价格因素实际增长4.9%。从四川情况来看，2022年和2023年，全省居民人均可支配收入分别为30679元和32514元，分别比上年实际增长3.4%和6.0%。2024年前三季度，四川居民人均可支配收入为25687元，扣除价格因素实际增长5.6%，与2023年收入增速相比出现小幅回落。

收入增速的波动将加大收入预期的不确定性。中国人民银行数据显示，2024年一季度我国家庭银行存款新增额为8.56万亿元，较去年同期有所下降，这表明家庭的流动性资产可能被消耗，流动性约束的增强将会增加预防性储蓄动机，从而抑制消费意愿。另一方面，宏观经济下行压力带来的收入差距也会导致居民收入预期的不稳定。对未来的担心会进一步激发家庭的预防性储蓄动机，从而抑制消费需求。

注：除特别标明外，本文数据来源于国家统计局。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

告别“一家独大”，挖潜二三梯队消费盘

■文/萧锦恩　郭玉坤　彭雨晗

四川消费市场存在明显的区域不平衡现象，2024年前三季度，成都社会消费品零售总额断崖式领先，是第二名绵阳的5倍。追逐“3万亿”，四川缺乏足够的千亿市（州）作支撑，挖潜二三梯队城市，是释放消费新动能的关键。

消费基本盘稳固提升

2020—2023年，尽管受疫情影响，四川消费市场呈显著波动状态，但整体来看，增长势头比较明显，社会消费品零售总额平均增速达8.11%，显著优于6.35%的全国平均水平。依托全省消费市场的良好发展态势，省内各市（州）在过去四年内的社会消费品零售总额也呈现持续扩大态势，整体消费能力得到有效提升。2020—2023年，有11个市（州）增速超全省平均水平（见表1），其中南充、达州、攀枝花、遂宁4个市增速超10%。同时，随着经济社会的不断发展，各市（州）人均消费水平也得到显著提升，2020—2023年，有16个市（州）全体居民人均消费支出年均增速超过5.98%的全省平均水平，其中成都全体居民人均消费支出年均增速达6.76%，消费中心城市地位凸显。值得关注的是，市（州）消费发展呈分化态势。从2020—2023年社会消费品零售总额年均增速来看，市（州）间最大差距达6.73个百分点，部分市（州）消费潜力仍待释放。

市州消费分化显著

2023年，全国社会消费品零售总额超过3万亿元的省份有四个，包括广东（4.75万亿元）、江苏（4.55万亿元）、山东（3.61万亿元）和浙江（3.26万亿元）。2024年前三季度，与这些省份各地区间社会消费品零售总额情况相比，四川存在明显的区域不平衡现象（见表2）。

成都作为四川省会，凭借强大的消费能力和雄厚的经济实力，在2024年前三季度实现社会消费品零售总额7427.3亿元，断崖式领先于省内其他城市。绵阳、南充和达州虽紧随其后，但在零售额上与成都相比仍有较大差距，如绵阳仅有成都的19%。相比之下，广东、江苏、山东和浙江这四个省份除了省会城市，其部分经济发达城市的社会消费品零售总额同样高企，与位居榜首的城市差距相对较小，且远超四川省内排名第二的绵阳。尤其苏州和青岛的消费水平已经超越了它们所在省的省会城市。成都消费市场“一家独大”、市（州）间差异显著的特征说明，与3万亿省份相比，四川缺乏足够的千亿级市（州）作为支撑，消费市场增长点不够多元。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

表1　2020—2023年四川全省及各市（州）社会消费品零售总额年均增速和全体居民人均消费支出年均增速

地区	社会消费品零售总额年均增速（%）	全体居民人均消费支出年均增速（%）
四川	8.11	5.98
南充	10.73	6.52
达州	10.47	6.72
攀枝花	10.34	4.86
遂宁	10.11	5.98
乐山	9.94	6.61
德阳	9.39	6.44
绵阳	9.34	6.30
泸州	9.09	6.56
凉山	8.76	6.67
自贡	8.58	5.88
雅安	8.39	7.22
内江	7.99	6.73
甘孜	7.88	6.43
资阳	7.66	5.65
广安	7.58	6.55
成都	7.20	6.76
宜宾	6.63	7.00
阿坝	6.61	6.30
广元	6.19	6.54
眉山	5.90	5.86
巴中	4.00	7.08

表2　2024年前三季度四川与“3万亿”省份分地区社会消费品零售总额情况

地区	社会消费品零售总额（亿元）	增速（%）	地区	社会消费品零售总额（亿元）	增速（%）	地区	社会消费品零售总额（亿元）	增速（%）	地区	社会消费品零售总额（亿元）	增速（%）	地区	社会消费品零售总额（亿元）	增速（%）
四川	19767.6	4.4	广东	35371.3	0.7	山东	26978.5	5.2	江苏	35384.4	4.5	浙江	24205.0	4.2
成都	7427.3	2.2	广州	8275.8	0.1	青岛	4532.2	5.1	苏州	7418.5	5.0	杭州	5581.0	2.0
绵阳	1411.9	7.0	深圳	7731.6	0.7	济南	3611.4	0.3	南京	6377.8	3.3	宁波	3774.6	1.4
南充	1253.7	3.0	东莞	3211.6	−0.4	烟台	2692.8	5.9	徐州	3522.7	6.4	温州	3219.6	5.3
达州	1078.7	6.1	佛山	2859.2	1.1	临沂	2519.9	6.9	南通	3165.5	1.3	金华	2387.1	5.2
泸州	957.8	5.1	惠州	1625.3	2.5	潍坊	2237.8	6.3	无锡	2783.4	4.6	绍兴	2151.1	8.7
宜宾	927.6	4.7	湛江	1445.1	1.2	济宁	2207.6	6.9	常州	2272.9	2.7	台州	2085.8	4.6
德阳	847.2	6.9	中山	1256.4	0.9	菏泽	1611.0	7.0	盐城	2209.3	6.1	嘉兴	1900.8	6.6
乐山	756.7	4.6	茂名	1187.6	0.5	威海	1024.6	5.8	淮安	1528.8	4.5	湖州	1253.0	3.9
凉山	680.4	7.4	汕头	1173.8	0.1	德州	1019.4	9.8	泰州	1362.0	4.8	衢州	708.2	6.2
自贡	573.2	6.5	江门	1017.9	0.4	淄博	989.3	8.7	扬州	1302.1	7.4	丽水	674.4	7.0
广安	518.9	7.1	肇庆	897.3	1.5	泰安	979.6	7.3	镇江	1170.2	5.5	舟山	469.5	5.3
内江	510.2	6.7	珠海	810.5	−1.0	枣庄	851.8	5.8	连云港	977.1	7.9			
眉山	491.8	4.8	揭阳	795.7	0.7	聊城	734.9	7.3	宿迁	265.1	6.3			
遂宁	481.6	5.9	梅州	498.6	0.2	滨州	688.9	7.8						
巴中	411.4	6.6	清远	441.3	−1.6	东营	653.8	6.0						
广元	392.6	5.7	潮州	383.2	2.1	日照	531.4	4.3						
资阳	355.7	5.0	汕尾	374.2	2.2									
雅安	253.1	5.5	韶关	371.8	0.9									
攀枝花	233.8	6.8	阳江	370.1	−1.3									
甘孜	108.0	4.9	云浮	292.7	1.3									
阿坝	96.2	6.4	河源	290.3	−0.1									

对标消费大省，四川如何干？

——省外扩内需促消费经验对川启示

■文/吴华明

消费是经济循环的关键环节，更是现阶段经济发展重心从生产转向消费、经济发展阶段从供给约束转向需求约束、经济发展战略从出口导向型转为双循环新格局的重要突破点之一。消费的新业态新模式新场景，赋予了市场极强的活力、酝酿了极大的潜力。当前，先有广东、江苏、山东、浙江“高升”3万亿消费大省，后有安徽、河南“高呼”冲刺3万亿消费大省。四川社会消费品零售额总额于2005年突破3千亿元大关，2013年、2019年分别突破1万亿元、2万亿元，2023年达到2.63万亿元。站在3万亿消费大省“俱乐部”的门口，四川正全力跨越历史性新台阶。基于此，本文借鉴典型消费大省的新趋势和新经验，为四川促消费提供新启示。

消费大省的新趋势

中国正步入“创新·投资·消费”经济循环驱动的关键时期，广东、江苏、山东、浙江、安徽、河南等兄弟省份的消费新特点新变化，深刻彰显了当下消费“稳进向新、优化提质、强化完善”的新趋势。

消费市场稳进向新：一是市场规模稳步扩大化。从2023年社会消费品零售总额来看，广东、江苏分别为4.75万亿元、4.55万亿元，比上年分别增长5.8%、6.5%，稳居4万亿“头部梯队”；山东、浙江分别为3.61万亿元、3.26万亿元，较上年分别增长8.7%、6.8%，位列3万亿“榜眼梯队”；河南、安徽分别为2.6万亿、2.3万亿元，较上年分别增长6.5%、6.9%，暂居2万亿“冲刺梯队”。**二是消费业态逐步多元化。**近年来线上线下经济深度融合，内容电商、私域电商等新模式兴起，传统消费壮大的同时，数字化消费增长快速。从2023年实物商品网上零售额来看，广东、江苏、浙江均超过1万亿元，尤其是浙江占比总额高达56.8%；山东、河南、安徽分别为6.72千亿、3.81千亿元、3.41千亿元，增长较快，比上年分别增长8.6%、21%、12%。**三是消费环境进一步完善化。**随着消费对经济贡献的作用日益重要，各消费大省纷纷在消费环境上下功夫，出台一系列促消费保消费的措施政策。广东、山东、江苏、浙江等地开展消费维权行动，建设安全放心消费环境。

消费结构优化提质：一是城乡消费结构优化。城镇消费品市场仍是主力，核心消费城市带动消费突出，2023年广州、深圳、苏州、南京、杭州、青岛、郑州、合肥等省域重点城市社会消费品零售总额均逾5千亿元；乡村消费品市场同步发展、潜力较大，从2023年乡村消费品零售额来看，广东、山东、浙江、河南、安徽分别为6.11千亿元、5.78千亿元、4.79千亿元、4.37千亿元、3.67千亿元，比上年分别增长9.2%、9.5%、5.8%、7.2%、4.6%。**二是商品消费结构优化。**随着物质文化生活追求提高，消费结构逐步从基本型消费向发展型享受型消费转变，2023年限额以上单位商品零售额中可以看到，广东、江苏、山东、浙江、河南、安徽的部分升级类消费品增幅明显，如通讯器材类（除河南）分别增长15.8%、19.2%、13.8%、37.5%、19.9%，汽车类（除广东）分别增长5%、10.6%、4.2%、13.4%、5.6%。**三是服务消费结构优化。**大众餐饮、文娱文游、教育健康等新服务消费热点兴起，对应了人民对美好生活需要的消费理念转变。2023年广东、江苏、山东、浙江、河南、安徽，在餐饮收入方面分别为5.76千亿元、4.91千亿元、4.35千亿元、3.67千亿元、2.89千亿元、2.93千亿元，在旅游收入方面分别为0.95万亿元、1.20万亿元、0.97万亿元、1.12万亿元、0.96万亿元、0.85万亿元。

消费保障强化完善：一是消费驱动强化。随着消费的增长驱动重要性增强，消费赋能地方经济平稳发展尤为重要。2023年广东、江苏、山东、浙江、河南、安徽的城乡居民家庭人均消费支出分别为3.43万元、3.55万元、2.43万元、4.22万元、2.10万元、3.36万元，比上年分别增长6.7%、8.0%、7.3%、8.3%、10.5%、4.7%；其批发和零售业增加值占GDP（除江苏）比重分别达到9.7%、11.7%、13.9%、3.0%、10.1%。**二是消费基础强化。**消费大省的居民收入稳步提升，是稳定消费的重要基础。2023年广东、江苏、山东、浙江、河南、安徽的居民人均可支配收入分别为4.93万元、5.27万元、3.99万元、6.38万元、2.99万元、3.49万元，比上年分别增长4.8%、5.6%、6.2%、5.9%、6.1%、6.6%。

数据来源：各消费大省统计公报，部分指标因相关省份暂未公开已在文中标注。

浙江打造了“网上农博”电商平台，将特色农产品进行集中促销，变“单打独斗”为抱团共荣。

兄弟省份的新经验

为深入实施扩大内需战略，国家先后出台《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》《关于恢复和扩大消费的措施》（下简称《措施》）等政策，广东、江苏、山东、浙江、安徽、河南等消费大省为落实、贯彻和完成扩内需促消费目标，切实因地制宜出真招、想实策，不断强化细化针对性措施，取得的一些新经验值得借鉴：

围绕稳定大宗消费方面，《措施》重点提到支持稳定汽车和新能源汽车、刚性和改善性住房、家电家居和电子产品等传统消费。**江苏**组织开展“苏新消费·汽车享购全省行”“惠购车生活”等新车促销活动，推行转让登记、市场资信监管、出口政策辅导等二手车便利服务。**广东**积极推出新能源汽车下乡活动、购置税减免优惠政策、汽车消费金融服务。**山东**统筹专项债券资金支持停车基础设施建设、城市片区综合更新改造，筹集8.3万套保障性租赁住房，通过住房消费券等措施缓解新市民、青年人等群体购房刚需压力。**河南**鼓励各地出台家电家居、电子产品以旧换新、家电下乡等补贴政策，各地联合辖区商贸综合体等经销商举办节假优惠活动。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

理性！超前！
青年群体的买买买不一样

文/杨旭　黄强

受访青年中，超九成有过网络购物，超八成倾向于理性购物，超八成体验过消费新业态，五成使用过消费贷。

青年群体是消费市场的生力军，也是引领消费趋势的重要力量。为了解四川青年群体消费情况，国家统计局四川调查总队在成都、自贡等12个市（州）开展了专题调研。调研对象为兼顾不同职业、家庭结构、收入水平的18—40岁青年群体，共回收有效问卷3000份。结果显示：**青年群体消费观念趋理性，线上消费是主要途径，对信贷消费接受度较高，对消费新业态新模式情有独钟；与此同时，青年群体面临收入水平总体不高、刚性支出较多、消费环境欠佳、政策效果不明显等困难，制约了消费潜力进一步释放。**

青年消费的四大趋势

理性消费占主体

当前，青年群体更倾向于根据自身需求和实际情况进行消费，较为注重商品或服务的实际价值和性价比，消费行为愈发理性。调研显示：85.0%的受访者表示倾向于理性消费，不盲目追求大牌，不过分看重标签；在选择消费产品或服务时，更加注重价格、品质、实用性的受访者分别占69.3%、67.2%、59.8%。从消费结构看，85.3%的受访者表示日常消费集中于基本生活消费，38.4%表示教育消费较多，而主要消费领域在电子产品、文化娱乐等的受访者分别为18.2%、13.0%（本文部分问题为多选，选项相加不等于100%）。表明基本生活、教育等刚性消费仍为居民消费的主体，发展型消费相对保守。

线上消费是主流

随着电商平台的兴起，线上消费以其便捷、多样、个性化等优势，逐渐成为青年群体消费的重要渠道。调研显示，96.2%的受访者表示有过网络购物体验，其中，69.0%表示网络购物比传统购物方式更节省时间，购物更便捷；61.2%表示促销活动多、价格更加优惠透明；60.9%表示品类丰富，选择范围更多、更广。同时，直播带货也越来越受到青睐，83.2%的受访者表示在消费过程中会受到社交媒体或网络红人的影响。

新型消费受青睐

青年群体是消费趋势的引领者，对新业态、新模式的消费意愿和参与度均较高。调研显示：93.4%的受访者愿意尝试新产品或服务，82.7%表示体验过不同的消费新业态新模式，主要集中于数字消费（42.5%）、即时零售（42.0%）、健康消费（33.7%）等领域。

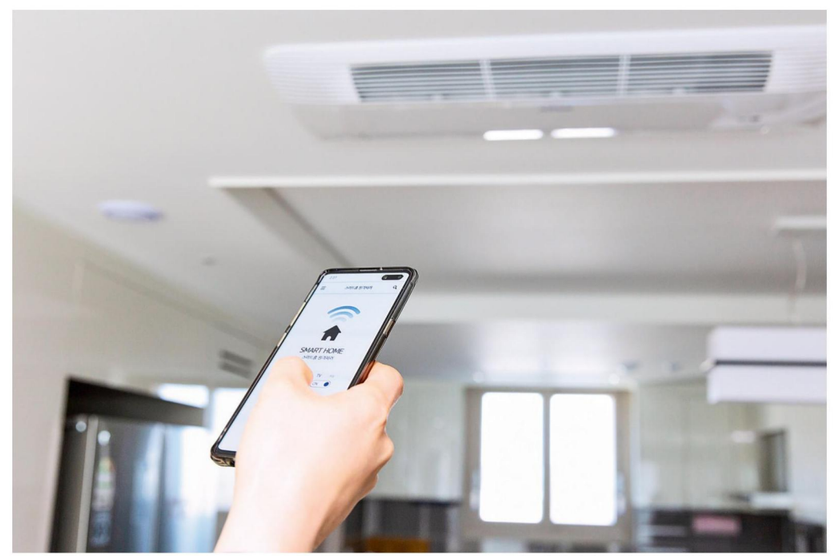
超前消费意识强

调研显示：五成受访者表示使用过消费贷产品，其中，65.5%的受访者将消费贷用于日常各类消费，表明信贷消费被大多数青年所接受，且使用场景较为广泛。从信贷消费渠道看，消费者主要通过支付宝、微信等平台提供的分期产品（65.3%）和信用卡（54.3%）进行信贷消费。

收入等因素制约消费需求释放

收入水平不高，未来预期偏谨慎，青年消费信心受影响

青年群体是消费市场主力，但是当前不少青年面临着收入较低的困境，尤其是处于学业、事业发展期的年轻群体收入渠道普遍较窄，收入水平普遍不高，难以满足较高的消费需求。调研显示：57.7%的受访者月收入在4000元以下，65.5%对自身消费能力表示一般或不满意，78.0%表示当前收入水平与消费不匹配。乐山市市中区25岁的左女士表示，从事社区网格员工作，每月实发工资2400元左右，平时喜欢购买零食、衣着、化妆品等，但是收入较低难以负担，经常出现入不敷出的情况，需依靠父母补贴。与此同时，收入预期不足对青年消费也有较大影响，54.7%的受访者认为当前大环境存在不确定性，49.7%的受访者表示对未来收入预期不乐观。收入预期影响消费决策，对未来一年的消费趋势，45.5%的受访者表示消费将保持不变，23.9%表示将减少消费。



智能家电等新产品受到青年消费者青睐。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

十年再深化，新一轮财税改革怎么看？

■文/黄策　李光武

财政是国家治理的基础和重要支柱。党的二十届三中全会审议通过《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》（以下简称《决定》），围绕深化财税体制改革，从健全预算制度和税收制度、完善中央和地方财政关系等方面作出重要部署。这是2014年深化财税体制改革10年以来，中国又一次重大的税制改革，其动向备受各界关注与期待。新一轮财税体制改革为何现在进行？会从哪些方面进一步深化？其中有哪些和普通消费者息息相关？如何构建现代化的财税体系？这些是新一轮财税体制改革的关键问题。

改革，为何选现在？

自改革开放以来，我国财税体制经历了1994年分税制改革和2014年深化财税体制改革两轮规模较大的改革。经过前两轮财税体制改革后，我国已经基本建立了现代财政制度。但随着经济转向高质量发展阶段，现行地方税制度体系不够完善、结构不尽合理、税权配置不够健全等问题日益突出，仍存在较大的调整空间。

土地财政与新发展阶段不适配

分税制改革后，随着财权上收和事权下移，地方政府面临巨大的收支不平衡，土地财政成为弥补缺口的主要方式。地方政府通常以廉价的工业用地吸引企业入驻，推动地方经济发展和就业，再以高价的商业用地推动城市地价上行和提高地方财政收入，通过这种“两手抓”的土地财政模式，地方政府迅速推动工业化和城市化发展进程，极大程度促进了经济发展。尽管土地财政能够在短期内弥补地方财政缺口，但是当前“土地财政”难以为继的情况愈发严重（见图）。过度依赖土地财政也有很多弊端（例如加剧地方政府债务风险等），从长远来看不可持续。土地财政收入锐减、与新发展阶段的不适配性成为深化财税体制改革的直接原因之一。

中央与地方财政事权和支出责任划分亟待改革

完善央地财政关系是历次改革的重点和难点，中央与地方财政事权和支出责任划分被称为财税体制改革中“最难啃的骨头”。分税制改革的重心在于税收分享，即政府间关于财政收入分配关系的改革。进入新发展阶段后，运行30年的分级财政体制的适应性不断减弱，央地支出责任、收入划分的不确定性、不可预期性日渐凸显，权责不匹配性更加突出。一个突出的表现就是，分税制改革后，中央财政收入得到提升，实现了财权向中央的集中，但财政支出的事权则较多留在了地方。近年来，央地一般公共预算收入占比分别维持在45：55左右，但是一般公共预算支出占比则基本保持在15：85左右，央地财权和事权不匹配的问题持续加剧，造成地方政府财力薄弱、钱少事多的局面（见表）。

图　2016—2024年国有土地使用权出让收入及增速

单位：亿元、%

资料来源：财政部公布的历年公共财政收支情况。

税收公平仍有待进一步体现

近年来我国税收总额保持平稳增长，2023年全国一般公共预算收入超21万亿元，但税收公平尚待进一步优化。从税收结构来看，目前我国总体上施行的是直接税和间接税双主体的税制结构，间接税占税收收入比重超过50%，承担分配调节功能的直接税在税收体系中所占比例过低。与直接税相比，间接税更容易被转嫁，税负较为隐蔽，税收归宿不确定，且通常被认为是累退税，不利于缩小居民收入差距，亟待提高直接税占比，科学发挥税收调节收入差距的作用。

地方财政预算管理制度仍需完善

2015年新《预算法》实施后，我国构建了地方政府举债及监管的基本制度框架，出台了一系列防范化解地方政府债务风险的政策措施。经历多轮债务清理整顿后，有效控制了地方政府债务规模，降低了地方政府债务风险，守住了不发生系统性风险的底线。但地方政府经由地方融资平台、政府引导基金等渠道违规举债的问题依然存在，导致隐性债务问题。从预算的编制和执行来看，地方财政预算约束制度也需进一步完善。目前，我国预算的编制和执行均由行政机关实施，总体监督力度较弱，财政预算多以行政法规、部门规章等非规范性文件来编制、执行，预算领域立法不足。从预算绩效来看，预算配置效率有待提高。一方面是部分工程投入产出比较低，后期回报少，资金利用效率低；另一方面是部分地区过度投资基础设施，造成资金的分配不均。以我国2022年城乡社区支出为例，当年城乡社区公共设施支出7611.14亿元，占城乡社区总支出的39%，而城乡社区环境卫生支出仅占12.5%。高质量发展迫切要求健全现代预算制度，加强财政资源和预算统筹，提升财政治理效能。

改革，应当何为？

改革是由问题倒逼而产生，又在不断解决问题中得以深化。为充分发挥经济体制改革对中国式现代化建设的牵引作用，必须建立与中国式现代化、与高水平社会主义市场经济体制相适应的现代财税体制。为此，进一步深化财政体制改革、优化税收制度以及完善支出结构至关重要。新一轮财税体制改革应当从上述三个方面出发，为建设高水平社会主义市场经济体制提供坚实的财税体制基础。

表　2016—2024年中央和地方财政收入、财政支出占比情况

年份	中央一般公共预算收入占比（%）	地方一般公共预算本级收入占比（%）	中央一般公共预算本级支出占比（%）	地方一般公共预算支出占比（%）
2016年	45.35	54.65	14.59	85.41
2017年	47.01	52.99	14.68	85.32
2018年	46.60	53.40	14.81	85.19
2019年	46.91	53.09	14.70	85.30
2020年	45.26	54.74	14.29	85.71
2021年	45.16	54.84	14.23	85.77
2022年	46.58	53.42	13.65	86.35
2023年	45.93	54.07	13.92	86.08
2024年1—10月	44.59	55.41	14.75	85.25

资料来源：财政部公布的历年公共财政收支情况。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

从四川百强民营企业榜单读出新变化

文/唐燕

为深入学习贯彻党的二十届三中全会精神和省委十二届六次全会精神，全面落实省委省政府支持民营经济发展系列决策部署，促进民营经济发展壮大，四川省工商联根据2023年企业经营情况，对营业收入排序前100名的民营企业发展情况进行分析，并首次发布四川制造业民营企业100强和四川服务业民营企业50强。

百强民企“总盘”更大更优

百强民营企业作为全省经济高质量发展的“主力军”“领头雁”，呈现以下特点。

经营规模稳步扩大。百强民营企业入围门槛营收达37.60亿元，较上年增加2.13亿元，增长6.01%；营收总额达18914.10亿元，增加1564.17亿元，增长9.02%；资产总额达18611.97亿元，增加735.35亿元，增长4.11%（见图1）。10家企业上榜2024中国民营企业500强，入围数量与上年持平，居西部第1位、全国第11位。17家企业上榜2024中国制造业民营企业500强，较上年增加4家，排全国第6位。新希望控股集团和通威集团荣登2024《财富》世界500强榜单。从区域看，成都强企较多（见图2）。制造业民营企业100强和四川服务业民营企业50强各有特点（见表）。

产业结构显著优化。制造业企业占据68个百强席位，占比68%，营收总额10255.04亿元，占比54.22%，资产总额9634.63亿元，占比51.77%，纳税总额460.85亿元，占比62.28%，充分彰显了制造业作为实体经济核心引擎，是经济增长的主要驱动力。服务业蓬勃发展，营收总额5227.33亿元，占比27.64%，较上年增加11.25个百分点。

转型升级持续深化。百强民营企业中加强创新的企业占77%，实施数字化转型的占77%，聚焦实业、做精主业的占70%。51%的企业已制定数字化转型战略规划，48%的企业已根据数字化转型需要进行整体布局，49%的企业通过数字化实现降本增效，80%的企业多措并举推动绿色低碳转型发展。

技术创新不断强化。百强民营企业共拥有国内外有效发明专利13077项，较上年增加1542项，增长率13.37%。百强民营企业重视高端人才的引入和培养，共拥有236名国家级人才、526名省级人才，有效提高自主创新能力；企业总部及其下属公司中有170家高新技术企业，96家科技型中小企业，86家省级专精特新企业，8家国家专精特新“小巨人”企业。

国际进程企稳向好。在出口方面，全年出口总额66.03亿美元，海外营业收入从上年的47亿美元增至53亿美元，同比增长了12.8%。在投资方面，百强民营企业中参与“一带一路”投资建设的企业有8家，未来三年有19家企业有参与投资的意愿。

社会贡献更加突出。从税收贡献看，百强民营企业纳税总额达739.95亿元，其中15家企业年度纳税总额突破10亿元，贡献了约501.25亿元税收，占到了百强民营企业纳税总额67.74%；有51家企业实现纳税规模上涨，共增加78.47亿元税收。从吸纳就业看，百强民营企业共提供就业岗位726023个，较上年增加17485个。其中，有17家企业就业规模突破万人大关（见图3）。从社会贡献看，42家百强民营企业发布社会责任报告，84家百强民营企业参与社会捐赠，55家企业继续推动“万企兴万村”产业帮扶项目，为推动共同富裕作出积极贡献。

图1 “2024四川民营企业100强”上榜企业经营情况

单位：亿元

图2 “2024四川民营企业100强”上榜企业区域分布

单位：家

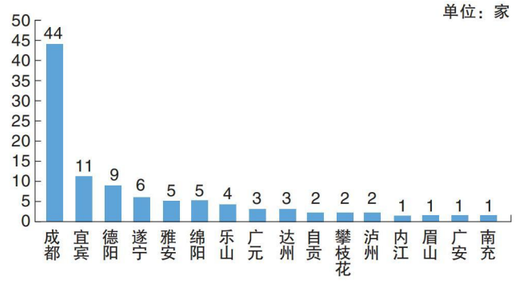


表 “2024四川制造业民营企业100强和服务业民营企业50强”上榜企业发展特点

	制造业民营企业100强	服务业民营企业50强
入围门槛	20.82亿元	10.56亿元
营收总额	10255.04亿元	3274.39亿元
资产总额	12115.62亿元	4115.54亿元
分布区域	分布于16个市（州），数量前三为成都、德阳、宜宾	分布于9个市（州），数量前三为成都、绵阳、攀枝花；成都有30家，占比60%
主要行业	黑色金属冶炼和压延加工业，有色金属冶炼和压延加工业，化学原料和化学制品制造业，计算机、通信和电子设备制造业	零售业和综合类

图3 “2024四川民营企业100强”上榜企业社会贡献

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

在发展中探寻工业创新之路

文/刘利　蒋绍玲

近年来，四川聚焦服务国家高水平科技自立自强和经济社会高质量发展，加快建设推进科技强省与国家创新驱动先行省建设。2023年规模以上企业创新调查数据显示，全省工业创新有力，但企业生产经营欠佳，创新活跃度、成功率、协作度及区域协调性下降，需要从行业发展韧性中探寻工业创新之路。

创新情况几何

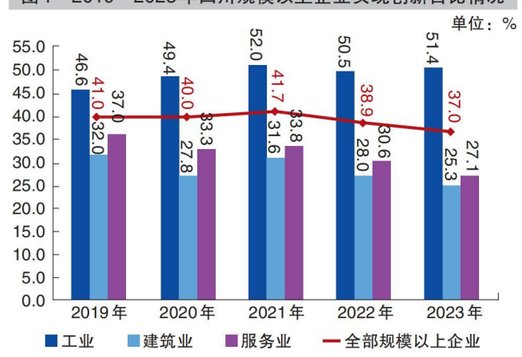
工业创新支撑有力，创新驱动发展引擎。2023年，开展创新的工业企业9985家[1]，占比55.3%，较上年提高3.3个百分点，分别高出建筑业、服务业28.7个、26.9个百分点；实现创新的工业企业9295家，占比51.4%，比上年提高0.9个百分点，分别高出建筑业、服务业企业26.2个、24.3个百分点；为实现创新而购买机器设备和软件的工业企业占比31.2%，比上年提高5.2个百分点，分别高出建筑业、服务业27.5个百分点、28.2个百分点（见图1）。

技术创新稳健迈进，赋能经济回升向好。2023年，开展技术创新（产品或工艺创新活动）的企业占比为27.8%[2]，较上年提高1.2个百分点。其中，工业、建筑业、服务业开展技术创新企业占比分别为47.3%、13.7%、14.1%，较上年分别提高4.6个百分点、提高0.4个百分点、下降0.5个百分点。仅有产品创新的企业占比2.3%，提高0.4个百分点，仅有工艺创新的企业占比4.5%，提高0.4个百分点。

创新产出稳步增长，创新发展成效明显。2023年，申请了专利的企业占比10.3%，较上年提高0.3个百分点，有发明专利申请的企业占比6.5%，提高0.3个百分点，有实用新型或外观设计专利申请的企业占比8.3%，提高0.3个百分点。规模以上企业实现新产品销售收入14205.1亿元，增长7.5%，新产品销售收入与创新费用之比为11.3：1，投入1元创新费用带来新产品销售收入11.3元，较上年增加0.7元。规模以上工业企业当年专利申请4.2万件，增长0.7%，其中发明专利1.7万件，增长6.8%，拥有期末有效发明专利6.3万件，增长8.4%，形成国家或行业标准1743件，大幅增长56.9%。

创新氛围持续优化，政策红利有力释放。2023年，规模以上企业投入创新费用1255.3亿元，较上年增长1.1%，内部研发活动经费占创新费用62.4%，外部研发活动经费占创新费用4.1%，分别提高4.5个百分点、0.8个百分点，规模以上企业创新投入强度（创新费用与营业收入之比）为1.21%，提高0.03个百分点。

图1　2019—2023年四川规模以上企业实现创新占比情况



[1] 2023年纳入规模以上企业创新调查汇总43718家，其中，工业、建筑业、服务业企业占比分别为41.3%、9.5%、49.2%。实现创新的企业：完成过产品创新、工艺创新、组织（管理）创新、营销创新中任一项或几项的企业。开展创新的企业：包括实现创新的企业，以及当年正在进行或中止产品、工艺创新的企业。

[2] 计算方式为开展技术创新企业数与纳入创新调查汇总数之比。部分企业存在同时开展技术创新和非技术创新活动的情况。

近年来，四川工业企业创新氛围持续优化，且还有潜力可挖。图为绵阳重视自主创新的某电池片厂商。

多重承压求解

经济下行压力较大，创新活跃度减弱。2023年，规模以上企业实现创新的占比为37.0%，较上年下降1.9个百分点，实现产品创新、工艺创新、组织管理创新、营销创新活动的企业占比分别为14.0%、19.5%、21.6%、18.3%，分别较上年下降0.3个百分点、1.0个百分点、2.7个百分点、1.5个百分点；设置创新战略目标的企业占比35.6%，较上年下降4.4个百分点。创新活跃情况主要指标均呈下降趋势，几乎下滑至2016年、2017年水平，如实现创新企业占比下滑至2017年水平（2016年、2017年分别为35.7%、37.3%）。市场活跃度降低，带动企业创新活跃度减速，亟需激发企业内生创新活力，朝着前沿、未来产业加速转型。同时也要看到，全国2019—2022年规模以上企业实现创新的占比分别为41.7%、41.1%、41.1%、39.6%，四川创新活跃趋势与全国趋势基本一致，还需积极对接国家战略科技力量，在主动融入国家科技创新体系中，促进创新资源有效聚集、创新要素高效流动，扎实推进区域科技创新中心建设。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

[3] 指纳入创新调查汇总的规模以上企业。

西部地区特色农产品出口快速增长。图为安岳县工业园区某厂房内正在装箱出口订单柠檬。

8.4%！西部地区外贸领跑全国

文/王记

- 1—10月西部地区进出口增速分别高出东部、中部、东北地区2.7个、9.7个、6.4个百分点
- 西部地区对共建“一带一路”国家进出口1.98万亿元，增长11.8%
- 四川鱼油和柠檬、贵州白酒、内蒙古葵花籽等出口额均列全国第一位

据海关统计，今年1—10月，西部12省（区、市）（以下简称“西部地区”）进出口3.25万亿元（32549.3亿元），规模创历史同期新高，同比（下同）增长8.4%，高出全国3.2个百分点。其中，出口2万亿元（19962.6亿元），增长10.6%；进口1.26万亿元（12586.7亿元），增长5%。

10月份，西部地区进出口3400.8亿元，增长3.7%，连续8个月保持月度同比增长。其中，出口2168.9亿元，增长6.7%；进口1231.9亿元，下降1.1%。

增速居全国主要区域之首，四川占比超四分之一

1—10月，西部地区进出口增长8.4%，增速居全国主要区域之首，分别高出东部、中部、东北地区2.7个、9.7个、6.4个百分点，占全国进出口总值的比重提升至9%，对同期全国外贸增长的贡献率为14.1%。8个省（区、市）进出口实现增长，其中，四川进出口8420.8亿元，增长9.7%，占同期西部外贸进出口总值的（下同）25.9%，比重提升0.3个百分点；新疆、甘肃、陕西、青海分别增长28%、15.3%、13.8%、13%，增速分列全国第一、三、四、五位。

- 西部地区主要出口的自动数据处理设备、集成电路均以代工国外品牌为主，自主品牌占比仅分别为3.3%、0.8%，远落后于全国17.6%、11.2%的平均水平。

经营主体活力增强，民营企业数量和贸易额增速均领先整体

1—10月，西部地区有进出口实绩的民营企业达3.5万家，增加14.9%，占西部地区有进出口实绩企业数量的91.4%，提升1.1个百分点；民营企业进出口额1.81万亿元，增长11.6%，占55.5%，提升1.6个百分点。同期，外商投资企业进出口9741亿元，增长9%，占29.9%。

对东盟进出口快速增长，深度融入共建“一带一路”

1—10月，西部地区对东盟进出口7944.5亿元，增长16.2%，占24.4%，比重提升1.6个百分点。其中，对越南进出口3976.5亿元，增长22.6%，拉动西部地区对东盟进出口增长10.7个百分点。对欧盟、美国进出口额分别达3076.8亿元、3059.5亿元，分别增长5.6%、17.4%，前三大贸易伙伴合计占43.3%。同期，西部地区深度融入共建“一带一路”，双边贸易更加紧密，对共建“一带一路”国家进出口1.98万亿元，增长11.8%。

优势产业出口持续发力，特色农产品出口快速增长

1—10月，西部地区出口机电产品1.33万亿元，增长13.3%，占出口总值的（下同）66.5%。其中，笔记本电脑、平板电脑分别出口2275亿元、600.6亿元，分别增长5.7%、7.7%，分别占全国同类产品出口的49.4%、43.5%。出口“新三样”890.4亿元，增长9.2%。其中，电动汽车、锂离子蓄电池出口分别增长108.6%、33.6%。同期，西部各省（区、市）发挥各自优势，特色农产品出口快速增长。四川的鱼油和柠檬、贵州的白酒、内蒙古的葵花籽、云南的咖啡、甘肃的种子、青海的冬虫夏草出口都保持两位数以上增长，出口额均列全国第一位。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

擦亮四川“天府菜油”金字招牌

文/汪希成　伏雪　范丹　谢小蓉

油菜是我国种植的第一大油料作物，川味里的“油菜花香”甚是喜人。

摄影/李泉江

四川是全国油菜籽生产和菜籽油消费大省，油菜籽产量常年位居全国首位。自2018年起，四川以“天府菜油”省级区域公共品牌建设为抓手，大力实施“天府菜油”行动，在促进农民增收、企业增效、产业发展上取得了显著成效，但油菜产业大而不强的整体形势还未根本改变。如何持续以“天府菜油”行动为载体，引领四川油菜全产业链高质量发展，加快推动油菜资源优势向产业优势转化的发展瓶颈还亟待破解。

川油在全国地位稳步上升

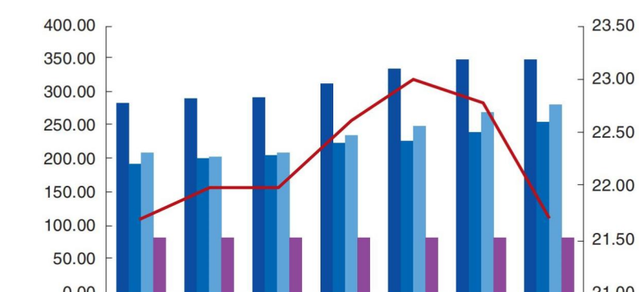
油菜籽产量连续14年位居全国第一。2017—2023年，四川油菜籽产量从288.03万吨增长到354.39万吨（见图），增长了23.04%，并连续14年位居全国第一。油菜籽播种面积从120.62万公顷增加到141.38万公顷，增长了17.21%。油菜籽单产从2387.97千克/公顷增加到2506.65千克/公顷，增长了4.97%，单产高于全国平均水平。与湖南、湖北、安徽相比，四川油菜籽产量最高，湖北、湖南和安徽增速更高。

油脂加工产业经济指标逐年增长。近年来，在“天府菜油”行动带动下，四川油脂加工产业产值逐年增长，四川省粮食和物资储备局数据显示，2022年实现产品销售收入318.80亿元，比2019年增长102.23%。

“天府菜油”品牌知名度迅速跃升。“天府菜油”连续四年上榜中国粮油影响力公共品牌、被评为十佳公共品牌，入选“新华社民族品牌工程”，品牌价值突破100亿元。中国油菜产业发展大会连续多年在四川举办，“菜油看四川”成为业内共识。

图 2017—2023年四大油菜主产省油菜籽产量及四川占全国比重情况

单位：万吨，%



	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
四川	288.03	292.20	296.45	317.20	338.66	354.14	354.39
湖南	195.70	204.17	208.01	228.74	230.25	243.82	258.80
湖北	213.17	205.31	211.35	241.06	251.78	274.19	286.09
安徽	83.16	84.30	87.28	85.30	91.06	96.40	110.60
四川占比	21.70	22.00	21.98	22.58	23.02	22.80	21.72

数据来源：国家统计局。

四川油菜产业比较优势指数稳步提升。2017—2022年，四川油菜效率比较优势指数位居全国第一，油菜产业规模比较优势指数和综合比较优势指数全国领先，目前仅次于湖南。

发展川油正逢其时

“大食物观”改变全球粮食安全理念。我国是世界上最大的粮食进口国，食用植物油也存在较大的供需缺口。油菜作为食用油供给的重要来源，贯彻“大食物观”要求提升油菜发展势能，增强我国粮食和油料等重要农产品全球供应链的安全性、稳定性和可持续性。四川作为全国油菜籽生产大省，在提升油料产能方面机遇大好。

“大循环”为油菜产业发展注入新动能。在加快构建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，油脂油料进口减少，国内油菜产业正处于大发展的“窗口期”。同时，2022年我国提出大力实施大豆和油料产能提升工程，要求加大耕地轮作补贴和产油大县奖励力度，在长江流域开发冬闲田扩种油菜将进一步推进优化粮油生产的空间布局，强化四川油菜产业地位。

建设更高水平“天府粮仓”带来新机遇。近年来，省委、省政府印发《建设新时代更高水平“天府粮仓”行动方案》，提出“做强粮油、肉制品、精制川茶等千亿产业”“打造一批粮油绿色高质高效行动示范县”等具体举措，将加快推进四川从油菜生产大省向油菜产业强省转变。

产业发展有“堵点”

相较于湖北、湖南、安徽等油菜主产省，四川油菜籽现货价格明显更高，加工利润承压。由于原料成本高企而近两年菜籽油价格的大幅度下跌，导致全省食用植物油加工业的销售利润率逐年下降，2022年全省食用植物油加工业的销售利润率为0.82%，比2021年下降了1.51个百分点。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

2023年四川数字乡村建设研究报告

文/万青　余元春

数字乡村[1]建设将数字经济注入乡村振兴战略，助力乡村振兴事业稳步向前，是主动适应新发展阶段、推动农业高质量发展的客观需要。今年9月，2024年全国数字乡村建设工作现场推进会首次在四川召开，也是首次在中西部地区召开。四川凭什么获得此次良机，又将如何更好地推进建设数字乡村?

数字乡村建设的“四川实践”

乡村数字基础设施建设持续推进

乡村网络基础设施建设成效明显。2018—2023年，全省农村地区宽带接入用户增长了724万户，增幅达到85.0%。2023年，农村固定宽带用户普及率为46.5%，比2022年提高1.9个百分点，5G网络通达率为71.3%，比2022年提高21个百分点。**乡村信息基础设施建设全面展开。**2023年全省乡村广播综合人口覆盖率为99.4%，乡村电视综合人口覆盖率为99.7%，分别较上年提升0.2个、0.1个百分点。截至2023年底，全省共建成1个省级应急广播平台、4个市级应急广播平台、145个县级应急广播平台，应急广播覆盖行政村数量21431个。**乡村物流基础设施建设持续推进。**2023年，全省设立村级寄递物流综合服务站（村邮站）20391处，全国邮政普遍服务农村投递路线10582条，农村每周平均投递4次，快递服务不断向乡村基层延伸。

新业态新模式不断涌现

电商发展势头良好。2023年，全省电商农村网络零售额2553.8亿元，较上年增长24.7%；农产品网络零售额503.2亿元，较上年增长13.9%，乡村电商产业持续蓬勃发展。**农文旅融合发展。**培育“美丽乡村+”农业、文化、旅游等新业态，创建中国美丽休闲乡村81个、全国乡村旅游重点村镇55个。**普惠金融服务快速发展。**2023年，全省银行业金融机构普惠小微贷款余额增加2517亿元、较上年增长25.9%，增速连续5年保持在20%以上；涉农贷款同比增长18.0%，增速较上年同期提高1.7个百分点，其中农田基本建设、农业科技贷款增速分别为81.3%、30.7%。

乡村数字化治理效能持续提升

“互联网+政务服务”加快向乡村覆盖延伸。2023年，四川着力打造“川善治”数字化乡村治理平台，截至2023年末，“川善治”平台已入驻全省村庄25667个；使用平台的村民达到613.2万人，占全国使用“村级服务平台”村民数的61.6%。**智慧乡村治理试点工作继续推进。**2023年，四川在1161个村开展“积分制、清单制+数字化”智慧乡村治理试点；创建全国乡村治理示范乡镇18个、示范村179个；省级乡村治理示范乡镇127个、示范村1195个。**乡村干部数字治理能力不断强化。**自2022年全省大力实施“耕耘者振兴计划”以来，已累计组织培训87期，培训人数达6100余人次，开班数和培训人数均居全国之首，着力培养适应农业农村现代化的乡村治理骨干，有效提高乡村治理干部能力水平。

智慧农业建设快速起步

加快奠定农业之基。2023年，全省实施“天府良田”建设攻坚提质行动，耕地面积净增加50万亩以上，新建和改造提升高标准农田425万亩；启动农机装备补短板行动，新增农机装备30万台（套），新建农产品产地冷藏保鲜设施1000座。**加快现代农业产业园建设。**2023年，全省启动“天府粮仓·千园建设”行动，新创建国省级农业园区95个、产业集群21个、产业强镇66个；已创建国家现代农业产业园17个，数量居全国第二，仅比第一的广东少1个；国、省、市、县级现代农业园区总量达1500个以上。**加快推进科技强农。**创建国家数字农业创新应用基地5个，被评定为全国农业农村信息化示范基地4个；截至2023年底，全省已在大邑县、三台县、苍溪县、嘉陵区开展国家级数字农业试点，支持筠连县、雨城区等11个县（市、区）开展省级数字农业试点；自2024年5月全省智慧农业创新实验室基地落成以来，智能设备已在省内11个市（州）“点亮”，累计服务农田1万余亩。

数字文旅乡村建设积极推进

建设文化服务一站式平台。深入实施智慧图书馆、公共文化云建设项目，支持66个国家级脱贫县公共文化服务平台建设，推动“四川公共文化云”服务平台向乡村延伸，提供云展览、云讲座、云阅培训、云推广等线上服务，打造集资源互通、活动共享、供需对接的“一站式”服务平台。**加强乡村旅游智慧化建设。**编制《四川省乡村智慧旅游发展导则》，评选命名第三批天府旅游名镇10个、名村30个，培育省级乡村旅游重点村100个，推进乡村智慧旅游规范化建设，全省15条乡村旅游线路入选2023年“乡村四时好风光”全国乡村旅游精品线路。**发展乡村数字文旅经济。**实施乡村旅游网络达人“百千万”工程，举办网络达人短视频/直播运营进阶训练活动，培训乡村旅游网络直播人才4000余人次，开展80名散居于乡村的省级非遗传承人记录工作，组织“安逸四川——非遗过大年”等展示展销活动，2023年度累计销售额达2.95亿元。

数字惠民服务扎实推进

推动数字乡村建设政策全面落地。“十四五”期间，四川将数字乡村建设纳入省委年度“一号文件”、“十四五”网信规划和农业农村现代化规划，出台《关于信息技术助推乡村振兴的实施意见》《四川省县域数字乡村建设与运营指南》等系列政策文件；构建由57家企事业单位组成的数字乡村服务资源池，发布两批次近700项基层“需求清单”和企业、智库“能力清单”，有效搭建供需对接平台。**“四川数字点亮万村计划”成效明显。**自2023年计划启动以来，已覆盖全省2.5万个行政村（社区），服务近3000万农村人口，产生数据流量14.85亿条，在农业生产、农村治理、农民服务等方面发挥了积极作用。**推动义务教育优质均衡发展。**2023年，“四川云教”已形成从幼儿园到高中全覆盖的44个教学联盟，惠及民族地区、偏远地区1600余所薄弱学校，3万余名教师跟随省内优秀教师同步研修学习，43万余名学生享受到省内优质教育资源。

2023年四川电商农村网络零售额同比增长24.7%。图为凉山冕宁县村民在樱桃林中直播销售特色农产品。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

[1]《数字乡村发展战略纲要》中指出，数字乡村是伴随网络化、信息化和数字化在农业农村经济社会发展中的应用，以及农民现代信息技能的提高而内生的农业农村现代化发展和转型进程。

近年来，四川二手车出口取得积极成效，图为从成都国际铁路港中心站出发的二手车出口国际专列。

二手车“出海”赛道火热

■文/杨慧

为了解四川二手车市场出口情况，近期国家统计局四川调查总队对39家二手车出口代表性企业进行了专题调研，**调研结果显示：**二手车出口取得积极成效，企业竞相“抢滩”布局，但单车利润缩水、退税机制不足、物流成本较高、跨境结汇受阻等问题阻碍行业发展。

国产新能源二手车出口备受青睐

“零公里二手车”占比较高，但有下降趋势

受国产汽车品牌海外知名度、市场竞争力、退税政策、旧车评估标准不一等多重因素影响，“零公里二手车”（即在国内完成上牌、落户等程序，但实际没有被使用过）出口的现象较为普遍，但当前实际使用过的二手车出口比重正稳步上升。某汽车进出口有限责任公司反映，今年二手车出口中，“零公里二手车”占比从去年的80%下降至60%。某科技有限公司反映，今年实际使用过的二手车出口占比约10%，虽仍占少数，但较去年增长了近5个百分点。某新能源科技有限公司反映，“零公里二手车”比重从70%减少到50%，进一步印证了市场结构正发生积极变化。

俄罗斯、中亚地区是主要目标市场

据对39家二手车出口企业调研显示，二手车出口企业的主要出口国家高度重合，俄罗斯地区占比均超过50%，中亚地区占比约为10%-20%左右，其余份额平均分配至中东、东南亚、南美等地。其中，企业反映出口到中亚地区国家的二手车大多也会流向俄罗斯市场，因此综合来看，最终流向俄罗斯地区的二手车占比超过60%。

国产新能源二手车出口更受青睐

我国新能源汽车产业世界第一，国产新能源二手车凭借高智能化、强科技感及显著价格优势，深受海外消费者喜爱。调研显示，当前，四川二手车出口以新能源乘用车为主导，主要品牌涵盖比亚迪、理想等国产品牌，燃油车则以丰田、大众等合资品牌为主。某新能源科技公司反映，今年出口的二手车中，新能源车占比达80%。

世界不同地区需求差异较大，车型需求相对单一

调研显示，俄罗斯地区因气候寒冷，对纯电和插电式混动新能源汽车需求不大，主要是长城坦克、奇瑞等燃油汽车和理想的增程式新能源汽车，且配置较高的3厢轿车和SUV销量较好。中东、南美地区对性价比高的新能源汽车兴趣较高，比亚迪、大众ID系列、极氪、理想等车系销售火热。东南亚、非洲地区消费者追求“能开、皮实、车价低”，这些地区也是国内已使用较长年限的二手车出口的主要地区。

省内企业分布冷热不均，二手车出口交易量集中在成都

值得注意的是，调研中还发现，四川在发展二手车出口业务时出现冷热不均的现象。四川省商务厅数据显示，2023年，四川二手车出口26260辆，同比增长5.7倍，出口额37.4亿元，同比增长7.1倍，规模位居全国前列，正处于二手车出口快速发展期，但大部分交易量都集中在成都，其他地区业务目前仍处于起步阶段。如绵阳涉及二手车出口业务的企业只有6家，其中5家是2024年新增出口备案企业，多数订单尚处于洽谈阶段；泸州、资阳等地仅1家二手车出口企业。

资金成本等多方约束

“淘金热”面临“低价内卷”挑战，单车利润缩水

随着越来越多企业涉足二手车出口领域，市场竞争日趋激烈，不少企业选择以降低价格获取竞争优势，虽然短期内可能带来销量增长，但长期看损害国内企业整体利润空间，不利于市场良性发展。多家汽车销售公司反映，行业低价竞争现象愈发严重，部分企业即使单车利润不足1000元，也选择继续销售，并通过出口退税政策来弥补利润损失。

“平行出口”新车穿“旧衣”，出口退税政策仍需完善

一是出口退税在一定程度上造成“平行出口”现象（即“零公里二手车”），不利于行业长远发展。企业想要获得与二手“新车”同等利润，就不得不调高出口定价，削弱二手车原有的低价优势，导致多数企业倾向“平行出口”，通过出口退税“获利”。

二是出口退税周期长，影响企业流动资金。多家公司反映，不同地区税务局对二手车出口业务的审核标准、所需资料与审核周期并不相同，退税流程往往需要3—6个月，这对于小型企业资金周转尤为关键。

成本偏高，物流不确定性增加

调研了解到，不同地区客户需要使用不同的物流方式，俄罗斯、中亚等地区普遍使用铁路或公路运输，中东、南美地区使用海上运输。某外贸公司反映，铁路运输和公路运输成本约为2200美元/辆，但中欧班列订仓困难，而使用汽车运输则因车辆裸露导致运损较大。汽车贸易公司反映，受国际地缘政治影响，海运费可能随时暴涨，大大增加运输成本，致使订单利润微薄，且时常出现仓位难定，仓位临时加价等现象，增加物流不确定性。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

四川科创沃土如何进一步“施好肥”?

■文/本刊记者　乔燕艳

11月18日，我国水电装备领域再次实现“零”的突破——德阳国机重装自主研制的世界首台500兆瓦冲击式水电机组球阀铸钢件成功发运。近年来，四川科技创新成绩斐然，获批建设多家国家重点实验室，国家高端航空装备技术创新中心投入运行等，2023年区域创新能力提升2位至全国第10位。未来，四川科技创新之沃土如何“施好肥”，以结出更多硕果？笔者根据《中国统计年鉴2024》相关数据，对四川科技创新现状及短板予以简要分析。

四川科技创新力度整体居全国上游

2023年，四川投入研究与试验发展（R&D）经费1357.8亿元，增长11.8%，总量居全国第8位；投入强度（R&D经费与地区生产总值之比）为2.26%，投入强度居全国第13位，低于全国平均水平0.39个百分点。从国内三种专利授权数来看，四川在发明类较有优势，2023年发明专利为3.3万件，居全国第7位，实用新型类、外观设计类分居全国第11、10位。

工业创新力度相对稳定

四川规模以上工业R&D经费为571.8亿元，有效发明专利6.3万件，R&D人员全时当量为12.8万人年，分居全国第12、10、11位。广东、江苏、浙江、山东基本稳居各项指标前四位（见表1）。

其中，新产品产出效率待提高。2023年四川新产品销售收入、开发经费支出、项目数分居全国第14、14、10位（见表2）。但从新产品销售收入与开发经费支出之比看，四川居第21位，而甘肃居第1，1元支出可产生21.8元收益，其后为山东、安徽等地1元支出产生15-19元的收益（见表3）。

成果转化还需加强

2023年四川技术市场成交额为1942.1亿元，居全国第11位。从2017—2023年变化来看，2018年增速为高点，较上年增长1.46倍，此后分别增长21.65%、2.7%、11.6%、18.3%、18.2%。在全国排名从2017年的第9位上升到2018年的第6位，后逐渐回落至11位。从领先省份看，2020—2022年间前三均为北京、广东、江苏，但2023年湖北冲至第二，格局调整为北京、湖北、上海（见表4）。

国家级高新区企业营收占全国比重较低

高新区是科技创新的重要载体，一定程度上反映地方科技创新能力水平。2023年，178个国家级高新区中，四川8个高新区企业营业收入合计17367.8亿元，占全国的3.16%。同有8个高新区的浙江、安徽企业营业收入分别为30844.6亿元、16495.3亿元，四川分别相当于其56.31%、1.05倍。此外，北京中关村国家自主创新示范区一家独大，营业收入占比16.68%；省份中广东、江苏占比较高，分别为12.67%、10.53%。从区均营业收入看，四川仅为广东、浙江、江苏、湖北的43.6%、56.3%、67.4%、82.15%（见表5）。与东部发达省份相比，四川高新区区均实力相对偏弱，发展质效还需提升。

表1　2023年规模以上工业创新前13位省（市）情况

排位	省（市）	R&D经费（亿元）	省（市）	有效发明专利数（万件）	省（市）	R&D人员全时当量（万人年）
1	广东	3426.6	广东	66.2	广东	92.0
2	江苏	3301.7	江苏	32.9	江苏	72.1
3	山东	1869.3	浙江	18.1	浙江	65.1
4	浙江	1827.6	山东	15.6	山东	44.4
5	湖南	942.0	安徽	10.1	福建	21.2
6	安徽	927.0	湖北	9.8	湖南	20.9
7	福建	917.3	上海	8.9	安徽	19.6
8	河南	914.2	北京	8.0	湖北	18.4
9	湖北	895.6	福建	6.4	河南	18.3
10	上海	811.0	**四川**	**6.3**	河北	12.9
11	河北	703.5	湖南	6.1	**四川**	**12.8**
12	**四川**	**571.8**	河南	5.0	江西	12.6
13	重庆	499.9	河北	4.4	上海	11.3

表2　2023年规模以上工业企业新产品开发及生产前15位省（市）情况

排位	省（市）	新产品销售收入（亿元）	省（市）	新产品开发经费支出（亿元）	省（市）	新产品开发项目（万个）
1	广东	51877.5	广东	5846.1	广东	24.1
2	江苏	49561.7	江苏	4074.4	浙江	20.8
3	山东	47124.6	浙江	2958.7	江苏	14.1
4	浙江	41836.3	山东	2497.2	山东	12.0
5	安徽	19592.5	上海	1257.3	湖南	5.4
6	湖南	15631.3	安徽	1157.1	安徽	4.5
7	湖北	14722.4	湖南	1120.4	河北	4.0
8	江西	12470.1	湖北	1068.2	江西	3.9
9	河北	11173.9	福建	921.7	福建	3.5
10	上海	10385.0	河北	901.4	**四川**	**3.3**
11	河南	9425.5	北京	703.3	湖北	3.2
12	福建	7714.1	江西	678.6	河南	3.0
13	重庆	7586.7	河南	611.5	上海	3.0
14	**四川**	**6081.5**	**四川**	**592.6**	重庆	2.3
15	北京	5648.5	重庆	553.5	北京	1.8

表3　2023年新产品销售收入与开发经费支出之比前21位省（区、市）情况

排位	省（市）	收入/支出	新产品销售收入（亿元）	新产品开发经费支出（亿元）
1	甘肃	21.8	1377.0	63.1
2	山东	18.9	47124.6	2497.2
3	江西	18.4	12470.1	678.6
4	山西	17.3	3306.8	190.9
5	安徽	16.9	19592.5	1157.1
6	河南	15.4	9425.5	611.5
7	浙江	14.1	41836.3	2958.7
8	湖南	14.0	15631.3	1120.4
9	湖北	13.8	14722.4	1068.2
10	重庆	13.7	7586.7	553.5
11	天津	13.5	4124.6	306.0
12	贵州	13.2	1107.2	83.6
13	内蒙古	13.2	2574.9	195.0
14	广西	12.6	2975.2	236.9
15	河北	12.4	11173.9	901.4
16	江苏	12.2	49561.7	4074.4
17	云南	11.8	2204.6	187.2
18	辽宁	11.4	4491.5	392.7
19	黑龙江	11.2	1053.9	93.9
20	西藏	10.7	14.7	1.4
21	**四川**	**10.3**	**6081.5**	**592.6**

表4　2023年技术市场成交额前11位省（市）情况

排位	省（市）	技术市场成交额（亿元）
1	北京	8536.9
2	湖北	4771.2
3	上海	4642.3
4	山东	4554.7
5	浙江	4323.7
6	陕西	4118.5
7	湖南	3989.8
8	广东	3866.8
9	安徽	3597.6
10	江苏	3331.0
11	**四川**	**1942.1**

表5　2023年各省（区、市）国家级高新区区均企业数、营业收入、就业人员、出口总额对比（按区均营业收入前15位排序）

排位	省（市）	高新区（个）	区均企业数（个）	区均从业人员数（万人）	区均营业收入（亿元）	区均出口总额（亿元）
1	北京	1	24294	322	91772	3377
2	上海	2	8832	99	24178	2749
3	天津	1	4680	24	6009	414
4	广东	14	1921	27	4978	923
5	沈阳	1	2134	18	4857	99
6	浙江	8	1545	21	3856	478
7	江苏	18	1737	17	3220	629
8	湖北	12	1170	14	2644	142
9	陕西	7	1443	14	2622	137
10	山东	13	857	12	2369	240
11	山西	2	996	9	2248	16
12	**四川**	**8**	**1015**	**12**	**2171**	**545**
13	安徽	8	738	8	2062	208
14	重庆	4	939	13	1965	327
15	广西	4	800	13	1936	214

数据来源：根据《中国统计年鉴2024》相关数据计算得出。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

甘肃：
激活银发经济“一池春水”

文/张雪　曹芙蓉

银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和，发展潜力巨大。近期，国家统计局甘肃调查总队通过重点访谈、问卷调查、实地走访等方式，对全省14个市（州）的77家养老机构、1398位老年人及各地行业主管部门、产业对象等进行了调研，分别从供给侧和需求端了解鲜活实情，结合实际提出促进我省银发经济高质量发展的相关建议。

新蓝海，正蓄势待发

“银发族”消费潜力大

银发经济不仅包括“老年阶段的老龄经济”，也包括“未老阶段的备老经济”。本次参与调研的受访者为城乡各半的55周岁以上老年人，其中男性占51%、女性占49%；从年龄分段来看，55—59岁的占41%、60—69岁的占43%、70岁及以上的占16%；从婚姻状况看，已婚有偶、离婚、丧偶分别占82%、3%、15%。调研结果显示：八成以上的老年人的每月有自主收入来源（包括工资、退休金、社保及务农收入、财产性收入、经营性收入等），依靠子女给予生活费的仅占13%。其中，月收入在2000—5000元之间的占40%，5000元以上的占18%。但从老年人消费支出情况来看，每月消费金额在2000元以下的超过六成，老年群体消费观念相对保守，消费潜力有待挖掘。

老龄阶段消费呈现多样化

随着经济水平的不断提高和社会保障制度不断完善，老年人的消费需求逐步从购买生活必需品的“养老”需要向家政服务、康复护理、旅游休闲、社交文娱、投资理财、运动健身、医美等“享老”服务方面过渡。调研显示，关于今年以来的日常花费情况，表示同比增加的占52%、持平的占41%、减少的仅占8%。从消费去向看，老年人日常消费集中的领域主要有：一是购买食品、衣着、居住、出行等基本生活类的“刚需”支出；二是对看病买药、保健品、养生等医疗保健类支出；三是照顾家庭及支持子女生活等转移性支出；四是“老有所学”“老有所乐”的文娱消费和养老服务消费等。

老年人主动适应“数字化”生活

新媒体时代，以智能手机为代表的移动设备为老年群体接入和使用互联网提供了便利。大部分老年人不仅会使用智能手机联系亲友，还会应用浏览新闻资讯、网购、通过社交媒体平台分享生活等数字化场景。调研中，有近三成的受访者表示正在使用或曾经使用过智能穿戴设备、家居产品等。有49%的受访者今年以来网购商品的次数在5次以上，58%今年以来网购花费在100元以上，其中超过三成的消费者花费金额在1000元以上。在日常消费支付方式的选择上，42%的受访者表示使用现金支付，37%使用微信、支付宝等移动支付方式，40%表示两者都会用。

“助老”服务市场需求迫切

调研显示，在养老方式的选择上，75%的受访者表示居家养老是首选。同时，受老年人出行不便、子女无暇照护或看望等因素影响，“助老”服务市场需求旺盛。老年人最迫切的需求位列第一位的是打扫卫生、洗衣做饭等家政服务市场领域（59%），其次是协助陪诊配药等医疗服务领域（33%），再次分别是应急救助类服务（30%）、助浴、理发等个人卫生护理类（28%）、上门送餐送菜（25%）、精神慰藉（24%）、协助出行（22%）、康复护理和康复辅具租赁等（15%）、法律援助（11%）等。

养老新业态商机无限

调研显示，老年人因享有更多的自由时间，对精神文化需求更为迫切，当前休闲娱乐活动除了看电视、听广播外，外出旅游、老年大学、舞蹈、唱歌、保健养生、体育锻炼、棋牌游戏、读书看报写字等各类文娱消费活动也广受欢迎。另外，从居住情况来看，目前大部分老年人属于“纯老”式居住（家庭中实际居住生活的成员均为老年人），可以预见，未来与家庭适老化改造、物联网设备应用、智慧养老、上门服务、健康照护、老年餐厅、社区日间照料中心等新型养老市场开发及职业养老服务等与银发经济相关的新业态将会迎来无限商机。

有短板，应高度关注

目前，甘肃各地相关行业发展已具备良好基础，但存在的一些短板问题仍需高度关注。

机构养老“叫好不叫卖”

本次调研的77家养老机构，床位数合计1.15万张，共入住6180位老人，整体入住率仅为54%，大部分机构存在床位空置情况。究其原因，一是“不愿住”——受传统的家庭孝道文化观念和风俗习惯影响，诸多家庭的老年人对养老院存在认知偏差，有一定的抵触情绪。二是“住不起”——目前各地公办养老机构主要是供养“三无”老人等特定人群，入住床位有限；民办养老机构的有偿服务可选择性多，但收费普遍高于公办机构，部分老人存在“住不起”的尴尬。三是“不放心”——专业养老机构在宣传运营方面较少投入，社会认知度和信任度不高，加之存在服务质量参差不齐、医养结合不够紧密等短板问题，容易给老年人及家属造成入住顾虑。

居家养老配套供需不匹配

一是面对居家养老占据主流的现实需要，银发群体对居住区域适老化建设、健全医疗保障和养老服务体系、提供专业养老职业服务等方面期盼较多，各地普遍存在公共服务设施不足、医疗资源有限等问题。二是随着老年消费群体规模的增加及消费理念的提升，银发经济的需求侧呈现弹性大、多层次、多样化、个性化等特点，但目前各地居家养老服务项目开发不足、消费场景缺失、适老化产品不足、县市银发市场发展乏力等供需不平衡的问题日渐凸显。

银发群体消费潜力巨大。图为甘肃某养老机构。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情”下载。

内蒙古：龙年会呈生育小高峰吗？

文/汪欣宇

为了提高生育意愿，应降低托育服务成本。图为内蒙古鄂尔多斯市某托育机构。

2024年是龙年，中国人对生肖“龙”有着特殊偏爱。从内蒙古人口出生情况看，2000年和2012年两轮龙年均出现了生育小高峰，2024年全区人口出生情况是否会延续以往的趋势？新生代育龄女性的生育属相偏好是否存在？近期，内蒙古自治区统计局围绕上述问题，组织开展了线上线下多渠道调研。调研结果显示，2024年内蒙古出生人口不会有较大变化，预计仍将延续上年趋势，同时目前有生育计划的女性对属相偏好较低。育龄妇女人数减少、晚婚晚育、生育意愿下降、生育养育成本偏高等现实因素对生育影响更大，内蒙古龙年人口生育形势仍不容乐观。

龙年出生人口微增

出生人口稳中微增

卫健部门数据显示，2024年1—5月，全区住院分娩人数约为5.3万人，与2023年同期相比稳中略增，预产期在下半年的医院建档人数与上年基本持平，预计全年出生人口略多于2023年，或为近年来人口首次反弹，但增幅较小。

上半年结婚人口继续减少

民政部门数据显示，2024年上半年，全区结婚登记对数为5.6万对，与去年同期的7.0万对相比减少1.4万对，同比减少20.0%。同时，根据官方公布数据，全区在“七夕节”办理结婚登记的人数为1676对，比上年“七夕节”的3503对减少1827对，同比减少52.2%。

女性生育意愿不高

网络调研（样本情况见表）结果显示：有属相偏好的妇女占比较低，育龄妇女生育意愿普遍不高，经济因素是影响生育意愿的首要因素。

表　调研样本基本情况

指标		数量（人）	占比（%）
合计		2074	100.0
年龄	20—24岁	70	3.4
	25—29岁	389	18.8
	30—34岁	472	22.8
	35—39岁	474	22.9
	40—44岁	391	18.9
	45—49岁	278	13.4
学历	小学及以下	19	0.9
	初中	239	11.5
	高中/中专/技校	215	10.4
	大学专科	463	22.3
	大学本科	1035	49.9
	硕士及以上	103	5.0
职业	政府部门	695	33.5
	企业管理者	72	3.5
	普通职员	338	16.3
	专业人员	138	6.7
	普通工人	102	4.9
	个体经营者	68	3.3
	自由职业者	145	7.0
	农林牧渔劳动者	102	4.9
	其他	414	20.0

注：分项占比合计不等于100%为四舍五入原因导致。

生育属相偏好人群减少

随着社会的进步和科学知识的普及，人们越来越倾向于以科学的态度看待生育问题。生肖文化虽然在中国有着悠久的历史和深厚的底蕴，但其对生育决策的影响正在减弱。相对于属相，人们更加关注家庭经济状况、抚养能力、身体健康及个人职业发展等因素。调研结果显示，267位有生育意愿的受访者中，21.7%的受访者表示对生育孩子有属相偏好，但仅有11.2%的受访者会因生辰属相较好而选择特定的生育时间。

育龄妇女生育意愿低迷

2023年内蒙古人口变动情况抽样调查数据显示，调查样本的育龄妇女总和生育率仅为0.85，远低于国际通认的世代更替水平（2.1）和高度敏感警戒线（1.5）。本次调研结果显示，1627位已婚受访者中，超八成没有生育（再生育）计划，占比高达83.6%。其中，已有生育的受访者再生育意愿较低，1385位已有生育的受访者中，仅有8.7%有再生育意愿；242位未有生育的受访者中，有近四成受访者没有生育意愿，占比39.7%。育龄妇女生育意愿低迷，促进生育政策短期效果不明显。

经济和生活压力严重制约生育意愿

随着各项生活成本的不断攀升，年轻人在面临巨大的经济压力时往往会选择推迟生育计划，以确保能够承担起婚姻、家庭及养育子女的责任。调研结果显示，1627位已婚受访者中，有超八成受访者表示“抚养成本高，经济负担重”是其不打算生育（再生育）孩子的主要原因，占比高达83.0%，该选项占比高于第二位“子女无人照料”（52.5%）30.5个百分点，高于第三位“年龄过大或身体状况欠佳”（39.6%）43.4个百分点。

三个现实因素影响生育

育龄妇女人数持续减少

育龄妇女人数及年龄结构是影响生育率的主要因素。第七次全国人口普查数据结果显示，2020年全区育龄妇女为558.2万人，较第六次全国人口普查减少129.6万人，减幅达到18.1%，与第五次全国人口普查相比，减幅扩大了18.8个百分点。按照年龄移算（不考虑死亡和迁移），2023年，全区15—49周岁育龄妇女约为520万人，比2020年第七次全国人口普查减少约38万人，其中，21—35岁生育旺盛期妇女仅有199万人，比2020年减少28万人。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

值得一看的《文明之旅》

文/本刊专栏作者　陈智

著名知识分享者罗振宇曾在今年初的跨年演讲上宣布，2024年他要干一件大事。其后正式推出了一档名为《文明之旅》的新节目，计划持续二十年。这是一档聚焦中国历史的视频节目，也是一个超长期的文化工程。此后，笔者特别关注这一节目，从2024年2月28日第一期上线，开始每周跟着“罗胖”学历史，大半年过去了，一期也没落下，特推荐给读者朋友们。

首先，选题独特浩大。节目传承《资治通鉴》的中国编年史传统，从公元1000年开讲，一直讲到大清王朝覆灭的公元1912年，每周一期，一期节目聚焦于中国历史上的一年，大约1小时，共913期节目。前后持续20年的时光，直到2043年4月1日结束，将陪伴和影响不止一代人。20年的《文明之旅》项目，是罗振宇为自己立下的第三个长期“flag”。众所周知，2012年起罗振宇坚持每天发布一段60秒时长的语音，他当时表示这件事要做10年，2022年12月21日，他成功做到了；2015年，罗振宇又发下宏愿，要持续办20年的跨年演讲，如今已经是第九个年头，即将完成目标的一半；现在当罗振宇谈到他的20年新项目时，大多数人选择了相信。定下这么长远的目标，选择这么浩大的项目，也只有坚持“长期主义”，不放过自己、榨干自己、死磕到底的罗振宇和他的团队能做到。

第二，内容鲜活新颖。《文明之旅》不是简单的历史科普，也不是通俗讲史，而是带着当代人的视角和困境对话中华文明。聚焦于历史上这一年的大事要事，立足于基本史实，有拓展有思考，每期都围绕几个话题叙述论证、深入浅出、旁征博引，观众喜欢看愿意听。第一集就讲“宋代如何走出五代阴影?”随后几集，也一直围绕着一千多年前北宋时期权力交接、社会稳定和历史传承等方面做文章。“公元1014年”那一期的题目是“杨家将传说到底有几分真?”通过正史和民间传说两个版本的杨家将，导出口语文化和文字文化的差异以及在人类文明传播中的作用，听后很有收获。相比较传统的历史节目，这样的讲述方式显然更有“螺蛳壳里做道场”的趣味。另外，不仅在“得到”APP上可以免费观看视频，每一期还附有详细的文稿，方便反复学习查阅。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

“镇域经济”提法应慎重

文/刘世明

日前，某管理咨询企业发布“2024镇域创新发展潜力500强暨中部100强、西部100强”榜单，很多地市甚至县区应声响应，似乎一场“镇域经济”发展的高潮即将掀起。查阅相关文献资料可以看出，中央各部委文件中只有“乡镇经济”表述，现有的“镇域经济”只是管理咨询机构和部分地方媒体提出的流行词汇。笔者认为“镇域经济”提法应慎重。

一是概念本身是学术伪命题。从字面理解，镇域经济为一镇区域之内的经济，当属于区域经济范畴。区域经济活动中涉及生产、交换、分配、流通等各个环节，县级政权可以作为市场调控主体，有县级财政作为经济发展保障，具有相对独立性。也因此，在我国，县域经济是国民经济的基本组成单元。乡镇固然是一级政权，但其不具备独立的财政，没有资源和生产要素完整配置权限。“镇域经济”本身不是一个严谨的区域经济概念，任其泛滥，则村域经济、组域经济……等伪概念将得其门而入。

二是极易造成误导。乡镇发展产业普遍面临资金资本缺乏，投资环境差，技术落后，抗风险能力弱，人才无支撑，高效管理能力和机制欠缺，土地利用粗放，投资强度低等诸多问题。在绝大多数地方县域经济发展尚不成熟，县级产业园区都没有得到有效利用的情况下，大力发展“镇域经济”不仅不“经济”，反而极易造成乡镇为迎合政治正确而独立发展产业的冲动，形成镇镇点火，村村冒烟的表面繁荣。这种“大炼钢铁”式的发展“镇域经济”会造成资源的浪费。

三是容易冲击“县域经济”主题。当前推进城乡融合，国省层面已经确定的大的方针是“以城带乡”，其中发展县域经济为重点。发展县域经济，县城是中心，乡镇是纽带，农村是腹地。乡镇经济是县域经济的组成部分。农村乡镇发展农业产业，以及农业深加工业，其本身就是县域经济的重要内容，也是乡村振兴的重要内容。如果政府部门将“镇域经济”独立提出并大力倡导，很容易造成对“县域经济”发展主题的淡化。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

公共数据授权运营的关键环节

■文/王建平

今年10月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《关于加快公共数据资源开发利用的意见》明确了共享、开放、授权运营三种公共数据资源开发利用方式，提出鼓励探索公共数据授权运营。要以国家顶层设计为指引、各地探索实践为参考，抓住公共数据授权运营的关键环节，推进制度创新、模式创新和管理创新，加快释放公共数据价值，赋能经济社会高质量发展。

加速公共数据资源高质量供给

数据资源是公共数据授权运营的源头活水。目前，面对体系庞大、涉及面广泛、规模巨大的公共数据资源，仍然存在有效供给不足、供给质量不佳、供给效率不高、供需不匹配等问题，影响公共数据资源的开发利用。要加快完善公共数据资源体系，建立公共数据资源汇聚平台，对各地各部门数据资源进行归集管理和统筹调度；推动数据资源标准化、规范化建设，开展数据分类分级管理，强化数据源头治理和质量监督检查，实现数据质量可反馈、使用过程可追溯、数据异议可处置；构建数据供给激励补偿机制，在坚持扩大免费共享开放规模基础上，探索通过利用市场化方式，鼓励被授权主体为供给主体提供利益补偿。

探索多种公共数据授权运营模式

公共数据授权运营目前主要有整体授权、分领域/分场景授权、混合授权等模式。整体授权有利于加强监管，减少数据安全风险，但特定行业和应用场景的数据价值挖掘效率可能会降低；而分散授权有利于开发更多的应用场景，但容易导致监管不力、数据安全风险等问题。目前我国公共数据授权运营尚属探索阶段，各地经济社会发展水平、数据供给质量和应用场景需求差异较大，立足实际，应大力推进不同地区、不同层级、不同行业的试点工作，探索建立公共数据分类分级授权机制，结合实际采用整体授权、分领域授权、依场景授权等模式，授权符合条件的运营机构开展公共数据资源开发、产品经营和技术服务。在部分行业和场景开发方面可探索“多元运营主体”模式，允许国企和民企共同参与公共数据授权运营。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

南充：制造业技能人才，“缺口”何填?

■文/邓光文　牟雯波

制造业是国民经济的主体，是南充立市之本、兴市之器；技能是强市之基、立业之本。在制造强国战略下，作为南充人才队伍重要组成部分的技能人才是联结科技创新与生产实践“最后一公里”最关键最核心的劳动要素，是制造业提升竞争能力、提高经济效益的重要基础，也是稳定和扩大就业、实现共同富裕的关键。近日，国家统计局南充调查队联合市委组织部、市经信局等单位对市内涉及30多个工业行业类别的440家规模以上（以下简称“规上”）工业企业开展了技能型人才队伍建设专题调查。**调查显示，虽然近年来南充制造业技能人才队伍建设取得了一定成效，但仍存在总量偏小、素质偏低和结构不合理等问题，需高度关注。**

队伍搭建成效初显

技能人才是指在生产一线熟练掌握专业技能，在关键环节发挥作用，能够解决操作难题的人员，是产业技术创新和新产品开发的中坚力量。我国现有技能人才资格等级标准分为学徒工、初级工、中级工、高级工、技师、高级技师、特级技师和首席技师“八级工”序列。

人才结构丰富多样

从年龄段看，以31—50岁为主，占76.4%；18—30岁占12.9%；51—60岁占10.7%。从文化程度看，以大专及以上文化为主，占58.2%；高中及以下占41.8%。从技能等级看，初级工占50.6%；中级工及以上占49.4%，其中高级工占7.7%，技师占7.3%，高级技师及以上占6.8%。

创新研发人才结构逐步优化

从年龄段看，31—40岁的占50%；从文化程度看，大专文化占52.9%；从技能等级看，技师占60%；从人才类型看，技术型占46.8%。

近五成有自己的核心技术来源

调查显示，企业核心技术来源“自有创新平台自主研发”的占46.4%；“合作创新平台联合开发”的占10.3%。未来3—5年南充规上工业最需要的技能人才，从年龄段看，以31—40岁为主，占67%；从文化程度看，以大专和本科文化为主，占92.1%；从技能等级看，以技师为主，占55.2%。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

随着全球气候变化的严峻挑战和可持续发展理念的深入人心，清洁能源装备产业已成为推动经济转型、实现绿色低碳发展的关键力量。德阳作为中国重要的清洁能源装备制造基地，承载着推动能源结构优化和产业升级的重要使命。

这个产业，点“绿”德阳！

■文/黄抚贵　金明

突破：绿色驱动，打造新高地

持续释放雁阵效应，推动产业集群协同发展

凭借深厚的产业底蕴，德阳汇聚了国机重装、东方电机等众多龙头企业，以及超过240家规模以上的配套中小企业（其中包括8家国家级专精特新企业和181家国家级高新技术企业），围绕“源网荷储”四大环节，已逐步构建起涵盖风电、水电、核电、气电、氢能等的清洁能源装备全产业链（见图1），形成了一幅大企业屹立如峰、中小企业繁星点点的壮丽企业雁阵图景。

全球产业升级与发展路径表明，集群化是有效解决创新总量不足、水平总体不高、区域发展不平衡等问题的重要方式。为加强区域协作能力，德阳与成都两地围绕高端能源装备产业，各自深耕并强化合作。通过“头部企业引领+配套企业跟进”“研发创新+制造落地”“总部决策+基地实施”的合作模式，共同编织跨区域产业生态圈的宏伟蓝图。截至2023年底，两地已携手实施了66个产业协作项目，总投资额达到1493亿元，为清洁能源装备行业的蓬勃发展注入了强劲的新动力，有力推动了产业集群的规模化、高端化和高质量发展进程。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

图1　2023年德阳部分清洁能源装备产品占国内市场份额情况

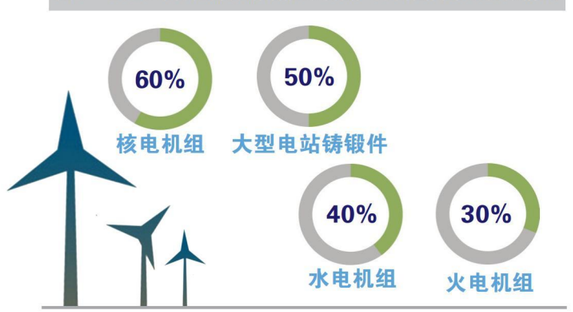


图2　2020—2023年德阳清洁能源装备产业企业个数及其占全市规模以上工业企业数量比重

攀枝花东区：对标之下　淬炼“百强”

■文/陈琪　张倩　陈建彦

挤入赛迪“百强区”排名，不仅是城市竞争力的有力展现，也是推进高质量发展的成果体现。目前，攀西地区全国“百强区”仍处于空白，在省委“五区共兴”发展战略之下，攀枝花东区（以下简称“东区”）作为攀西经济区产业基础较好的地区，更应对标先进，探索“百强区”高质量发展路径。

进军“百强”，潜力何在？

近年来，东区充分发挥产业、资源等方面优势，在做强产业、做优基础上下功夫，产业基础不断夯实、综合实力不断提高、居民生活更加富足。2023年，东区在全省县域经济运行监测中排第41位，连续四个季度均位于前60。

产业基础不断夯实

2023年东区地区生产总值增长6.7%，分别高于全国、全省、全市1.5个、0.7个、0.2个百分点，较上年提升3.3个百分点，在全省排名第66位。其中，第二产业增加值增长7.2%，分别高于全国、全省、全市2.5个、2.2个、0.9个百分点，较上年提升2.1个百分点，在全省排名第58位；第三产业增加值增长6.1%，高于全国0.3个百分点，较上年提升4.7个百分点，在全省排名第140位。

经济贡献首位度较高

2023年东区地区生产总值占全市总量的43.8%，对全市地区生产总值增长的贡献率为45.1%；第二产业增加值占全市总量的45.0%，对全市贡献率为51.4%；第三产业增加值占全市总量的52.2%，对全市贡献率为43.6%；社会消费品零售总额占全市总量的45.9%，对全市贡献率为46.2%。

城镇化推进成效显著

2023年东区常住人口达41.34万人，占全市常住人口的比重为33.9%，常住人口城镇化率由2022年99.02%提升至99.06%。2022年东区城镇居民人均可支配收入达55016元，在全省183个区县中排名第11位；2023年城镇居民人均可支配收入增长3.4%。

优势产业支撑较强

东区拥有全球第一的产钒企业——攀钢集团，同时也是国内第一、世界顶级的重轨生产企业，在国内率先开发出时速350公里高速重轨，生产的重轨拥有全国唯一“钢轨出口免验”证书并获得“四川名牌产品”称号。

开发区方面，东区在全市各县区中拥有唯一一个省级开发区——攀枝花东区高新技术产业园区，形成了钢铁材料、机械制造、资源循环利用、先进钒钛产业等为主导的产业发展平台。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

宣汉：
林下天麻，“药力”还在“缓释”中

■文/冯勇　程春雄

天麻为兰科天麻属多年生草本植物，在我国多数省份均有分布。目前，我国野生天麻数量稀少，天麻仿野生种植随之兴起且发展态势良好，因其不与农作物争地、争养分，是种植业中回报率极高的“懒汉黄金产业”。2018年以来，宣汉积极开展林下天麻种植，并逐渐摸索出一套适合本地的成熟种植技术，自主培育出“宣乌1号”，林下天麻产业发展加速。

产业发展前景广阔

宣汉森林资源丰富，2023年末森林面积达398.27万亩，森林覆盖率为62.15%；境内人文资源、土壤条件、森林资源、气候条件等都非常适宜林下天麻种植，为产业发展提供了有力支撑。

目前，全县已初步形成以厂溪镇为中心，辐射带动龙泉土家族乡、三墩土家族乡、红峰镇等地的林下天麻产业带，常年种植面积达2000余亩（净作面积）。2024年，宣汉县“林下天麻产业建设项目”成功入选四川省第二批“天府森林粮库”建设项目，经过两年建设期，将打造一个秦巴道地中药材（天麻）产业示范基地，林下天麻面积有望突破5000亩（净作面积）。按照平均亩产鲜品5000公斤计算，年总产量可达2.5万吨，若均价按30元/公斤计算，产值可达7.5亿元，以两年为一个生产周期，年均产值约3.8亿元；扣除菌种购买、培育、人工、土地流转等成本后，林下种植亩均年净收益约为4万元。经过初级加工后出售，产值会更高。种植规模的扩大也将为大量农民提供就地就近务工机会，增加收入。对提升达州“秦巴药库”影响力、助力巩固脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接、推动产业兴旺和乡村全面振兴的作用日益显著，成为开启增收致富之门的一把金“药”匙。

发展“瓶颈”亟待突破

种质资源保护与良种繁育形势严峻

目前，宣汉尚未建成标准化、规模化的良种繁育基地，无法满足统一供种需求，各生产业主基本各自为政。天麻种植良种化率低，制约了宣汉天麻品质的进一步提升，加强优质天麻种质资源保护迫在眉睫。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

改革之笔绘就“健康达川”新篇章

■文/廖建华

达州市达川区位于四川东北部丘陵山区，医疗条件一度滞后，群众对优质医疗服务的渴望十分强烈。近年来，“健康达川”建设如火如荼，一系列创新举措与扎实行动，犹如璀璨光芒，照亮达川医疗卫生事业前行之路，使其现代化建设大步迈进，服务水平显著提升，群众在家门口即可尽享高品质医疗服务。

医疗基础设施大提升
筑牢基层医疗建设堡垒

走进达川区人民医院，最醒目的就是刚刚投用的医院6号新外科大楼。这座总建筑面积达5万平方米的大楼不仅新增了500张床位和120个车位，还设有18个住院病区，极大缓解了患者的住院压力。楼顶还配备了停机坪，可承受8吨重的直升机停靠、起飞，为急危重症患者的救治开辟“空中绿色通道”，大幅缩短转运时间。

外科力量崛起的同时，中医药在达川区也迎来黄金发展期。国家级非物质文化遗产“中药炮制技术”代表性传承人胡昌江领衔的3个中医传承工作室在达川区中医医院陆续建立，吸引了众多患者前来寻求中医诊疗与治未病服务。

医院通过“师带徒”模式培养中医骨干，形成了一支学科门类齐全、中医特色突出、年龄覆盖老中青三代、结构合理的中医医生队伍。截至目前，医院先后创建了胡昌江、陈逊文、张荣忠等3个名医传承工作室和10个省市名中医诊疗室。

目前，达川区1家基层医疗机构创建为县域医疗卫生次中心，4家基层医疗机构达到“国家优质服务基层行”推荐标准，3家基层医疗机构创建为“社区医院”，3家基层医疗卫生机构针灸理疗科创建为“四川省基层临床特色科室”。

从外科水平的实力跃升，到中医传承工作室建立及人才培养，达川区正稳步提升医疗服务质量，筑牢基层医疗根基。

惠民举措层出不穷
就医体验持续提升

“一次挂号管三天，确实给我们带来了很大便利，节约了很多时间。”在达川区人民医院门诊大厅，市民代先生拿着前一天做的检测报告单，只需要重新扫描初诊时的挂号单，不用再次挂号就可进行复诊。

(全文见《四川省情》2024年第12期)

获取更多数据及财经资讯，请下载四川省情APP客户端!

下载方式：安卓手机用户可在腾讯应用宝、360移动开放平台、华为应用市场、小米应用商店等下载，苹果手机用户在AppStore中搜索“四川省情"下载。

数说天下

DATA GLOBE

本/期/看/点

- 2024年1–10月全国主要经济数据
- 2024年1–10月四川主要经济数据
- 2023年四川卫生健康事业发展情况

安卓系统　　IOS系统

下载APP获取更多数据分析

No.166 汇聚权威数据 透视全球经济
December 12 2024

《四川省情》随刊附送

CONTENTS

目录

主管　四川省统计局
主办　四川省统计科学研究所
出版　四川省情杂志社有限责任公司

01 世界篇

主要国家和地区国内生产总值增长率（同比）----- 1
主要国家和地区工业生产增长率（同比）--------- 2
世界主要股市数据------ 3
消费者价格涨跌率及预测---------- 3

02 中国篇

工业
全国规模以上工业生产主要数据---------- 4
投资
全国固定资产投资（不含农户）主要数据 -------- 5
贸经
全国社会消费品零售主要数据---------- 6
价格指数
全国居民消费价格涨跌幅---------- 7
全国工业生产者价格涨跌幅---------- 8

03 四川篇

工业
四川规模以上工业增加值---------- 9
四川规模以上工业企业经济效益---------- 9
四川全省及各市（州）规模以上工业主要数据---- 10
投资
四川固定资产投资（不含农户）主要数据-------- 11
四川全省及各市（州）固定资产投资（不含农户）主要数据---------- 12
贸经
四川社会消费品零售主要数据---------- 13
四川全省及各市（州）社会消费品零售主要数据---------- 14
价格指数
四川居民消费和工业生产者价格指数---------- 15

04 专题篇

2023年四川卫生健康事业发展情况
卫生机构发展情况 16
治疗费用情况 17
公共卫生情况 18