

“两新”政策效应不断显现 有力提振内需

加力扩围实施“两新”(大规模设备更新和消费品以旧换新)政策以来,取得了哪些成效?记者从国家发展改革委获悉,今年以来,“两新”政策效应持续显现,有效激发内需潜力,促进产业转型升级。

国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超表示,国家发展改革委会同各地方各部门,用足用好超长期特别国债资金,推动“两新”加力扩围政策加快落地、持续显效,成为扩消费、稳投资、促转型、惠民生的重要引擎。

从拉动消费方面看,最新数据显示,加力扩围实施“两新”政策,有力增强了消费活力。

4月份,限额以上单位家电、文化办

公用品、家具、通讯器材零售额同比分别增长38.8%、33.5%、26.9%、19.9%,装修旺季叠加换新补贴,带动建筑及装潢材料类零售额增长9.7%,仅这五项就拉动社会消费品零售总额增长1.4个百分点。截至5月5日,汽车、家电、数码产品、家装厨卫、电动自行车等五大类产品带动销售额约8300亿元。

在拉动投资方面,前4个月,设备工器具购置投资同比增长18.2%,对全部投资增长的贡献率为64.5%。与“两新”密切相关的计算机及办公设备制造业、消费品制造业、装备制造业、制造业技改投资分别增长28.9%、13.4%、8.2%、5.1%。

“随着绿色、智能、高品质产品消费

需求持续释放,设备更新推动企业生产效率持续提升,相关行业生产和效益同步向好。”李超说。

统计数据显示,4月份,规模以上高技术制造业增加值、数字产品制造业增加值均同比增长10%;新能源乘用车零售量90.5万辆,增长33.9%;新能源车零售渗透率达到51.5%,同比提升7个百分点。

消费品以旧换新活动有效满足居民对高品质生活的需求。截至5月5日,全国汽车以旧换新补贴申请量突破300万份,消费者购买12类家电以旧换新产品超过5500万台,手机等数码产品购新超过4100万件,超过1.2亿人次以更加优惠的价格购买了心仪的产品。

下一步,如何推动加力扩围实施“两新”政策继续显效?

李超表示,国家发展改革委将重点做好三方面工作:一是加快资金下达,会同财政部尽快完成2024年消费品以旧换新资金清算,下达后续资金额度。二是提高资金使用效率,建立超长期特别国债资金直达快享机制,抓紧推出加力实施设备更新贷款贴息政策;推动有关部门进一步简化补贴申领流程,明确审核兑付时限,落实资金预拨制度,缓解经营主体垫资压力。三是强化政策储备,及时跟踪评估各项工作进展,深入研究“两新”领域增量和储备政策,适时按程序报批后推出。

新华社北京5月21日电

建设各美其美的美丽河湖 行动方案来了

新华社北京5月21日电(记者高敬)生态环境部等部门印发的《美丽河湖保护与建设行动方案(2025—2027年)》21日对外发布。这份行动方案提出,大力推进美丽河湖保护与建设,到2027年,美丽河湖建成率达到40%左右;到2030年,美丽河湖建设取得明显成效;到2035年,美丽河湖基本建成。

美丽河湖是美丽中国在水生态环境领域的集中体现和重要载体。行动方案以改善水生态环境质量为重点,坚持精准治污、科学治污、依法治污,统筹水资源、水环境、水生态治理,推动重要流域构建上下游贯通一体的生

态环境治理体系,大力推进美丽河湖保护与建设,提升河湖生态系统健康水平。

据悉,生态环境部组织制定了国家层面美丽河湖保护与建设清单,共确定2573个河湖水体,基本覆盖我国具有重要生态功能、生态环境敏感脆弱、社会关注度高的大江大河干流、重要支流和重要湖泊水库。

行动方案共明确19项措施:在巩固深化水环境治理方面,提出提升入河排污口整治效能、加强工业园区水污染防治、强化生活污水收集处理、推进农业面源污染防治等6项措施;在加强基本生态用水保障方面,明确了着力

保障河湖生态流量、落实生态流量泄放措施,强化生态流量监测信息共享3项措施;在积极推进水生态保护修复方面,提出推进水生生物保护恢复、实施湖库富营养化综合治理等6项措施;在全面推进保护与建设方面,提出加大支持力度、开展全民行动等4项措施。

下一步,生态环境部将指导各地统筹水资源、水环境、水生态治理,推动流域上下游、左右岸、干支流协同治理,推进建设各美其美的美丽河湖。各省份依据美丽河湖保护与建设指标体系,组织地市对清单内的水体保护与建设情况开展自评,对已达到美丽河湖指标要求的水体加强监管。

中国体育用品业发展报告: 行业展现 较强经济韧性

新华社南昌5月21日电 21日,第十二届中国体育产业交流大会在江西南昌举行,会议期间发布的《中国体育用品业年度发展报告(2024)》显示,2023年体育用品制造及销售总产出20125亿元,首次突破“两万亿大关”,同比增长2.39%,占全部体育产业总产出的54.8%。

体育用品业整体持续回暖,展现出较强的经济韧性。报告显示,2022年以来,体育用品制造业情况表现良好,2022年和2023年分别以7.30%、3.96%的增长速度,展现了良好的增长韧性。

出口贸易方面,2024年体育用品出口持续回升,总额达到283.96亿美元,较2023年增长6.77%。市场整体呈现北美和西欧地区走强、日韩亚洲地区走弱,而越南、泰国、墨西哥、巴西、波兰等新兴市场潜力较大,成为我国体育用品出口第二梯队的中坚力量。跨境电商正在从“卖货红利期”转入“品牌红利期”。

国内消费需求方面,扩张态势显著。报告特别引入京东、淘宝、天猫、抖音四家电商平台的交易数据。总体来看,2024年,全国体育用品电商销售额达到3337.45亿元,同比增长22.59%,增速高于全国电商零售整体水平。国内品牌和国外品牌整体销售额势均力敌。

公共体育场地建设增速放缓,升级提质需求持续释放。根据2024年全国体育场地统计调查数据,全国共有体育场地484.17万个,体育场地面积42.3亿平方米,全国人均体育场地面积达到3平方米,体育场地面积增速较往年有所放缓。

报告显示,在过去一段时间内,我国体育用品行业呈现如下特征:赛事活动提升体育用品渗透率、体育用品智能化发展加快升级、多样化消费需求推动体育产品体系多元化、营销渠道多元化明显、库存压力被逐步消化;但同时,出口风险也在倒逼企业加速海外产能布局,需警惕“内卷式竞争”破坏市场竞争逻辑。

一箭六星!

力箭一号遥七运载火箭发射成功



5月21日12时05分,力箭一号遥七运载火箭在东风商业航天创新试验区发射升空,将搭载的泰景三号04星、泰景四号02A星、星睿十一号卫星、星迹源一号卫星、立方108 001星、西光壹号02星共6颗卫星顺利送入预定轨道,飞行试验任务获得圆满成功。

这次任务是力箭一号运载火箭的第7次飞行。

新华社发 汪江波 摄