

创新评说

稳定、信心与预期

徐阳晨

去年底,随着疫情防控“新十条”的出台,此前低迷不振的旅游行业打响了经济回暖的第一枪,海南省宣布“海口、三亚、儋州、澄迈、东方等多个市县对外来(返)人员不再实施分类管理”。政策一出,民之所呼,去哪儿网数据显示,消息发布后一小时内,三亚入港机票搜索量环比前日同时段增长1.8倍,预订量增长3.3倍。

无疑,“跨区域流动”首先会开启交通运输业的整体回暖,打通国内大循环的关键一脉。2022年12月27日,交通运输部明确,自2023年1月8日起,调整公路口岸国际道路运输“客停货通”政策,在公路口岸恢复客运出入境服务后,逐步有序恢复国际道路运输服务。从国内路线看,近日全国铁路已实行2023年一季度列车运行图,调图后,全国铁路开行旅客列车6046对,增加63对;开行货物列车10894对,增加50对。运力的释放,在一定程度上保障了社会发展的原动力,激活了因疫情搁浅的区域活力。

去年12月以来,“稳经济”成为发展的主题词。中央经济工作会议强调2023年要坚持稳字当头、稳中求进,继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策。2022年12月20日,国务院常务会议部署深入抓好稳经济一揽子政策措施落地见效,要求持续做好“保供稳价”“稳就业保民生”工作。12月30日,央行发布消息,继续加大稳健货币政策实施力度,着力稳增长稳就业稳物价,着力支持扩大内需,着力为实体经济提供更有力的支持,各地也纷纷因“稳”制宜,在保交楼、新基建、公共普惠性服务等方面出具细化举措。

一系列“稳”字当头的重点工作中,多地将“扩大内需”作为新一轮经济增长的着力点。如河南、沈阳等地发放消费券,明确财政给予补贴;深圳开展补贴促销活动,将更多消费电子和家用电器的新品、优品纳入补贴范围;上海重启“地摊经济”,增加“烟火气”。

我们应看到,民生消费所映射出的问题,不仅仅在经济内生动力、保就业和稳物价,更重要的是“提振信心,强化预期”。从国民视角看,疫情期间,大众的储蓄在减少、消费在降级、就业风险在增加,所固化的消费心态和习惯会延续相当长一段时间。当第一轮“报复性”消费结束后,面对疫情的不确定性,如何提振消费者信心,向上“恒定”预期,成为摆在各级政府面前的一道考题。从国外实践看,多国疫情开放后推出一揽子刺激计划,但即便在如此宽松的货币政策环境中,经济复苏程度仍不尽如人意,消费信心指数难以拉升。

预期是什么?是信心、信用和信贷。如今,我们朝着刺激内需——消费者信心——市场预期——增长拐点的逻辑迈向复苏,首先要走好扩大内需这一步。除了花式补贴,消费场景的变化也值得注意。疫情期间,拼多多砍价、直播带货等“最低价”消费悄然走俏,消费降级趋势下,“地摊经济、拼团购、工厂直销”等多元平价经济模式发挥了独特的优势,满足了更多的沉默性消费需求,真正让“烟火气”从民间燃起。期待在多方共促的供给侧支撑下,改善性增量需求会逐步显现,再叠加新业态刺激,内需市场的韧性、潜力与活力将进一步释放。

实现收入265.17亿元 同比增长4.0%

元旦假期国内旅游“开门红”

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

近日,记者从文旅部获悉,经文旅部数据中心测算,2023年元旦节假日假期,全国国内旅游出游5271.34万人次,同比增长0.44%,按可比口径恢复至2019年元旦节假日同期水平的42.8%;实现国内旅游收入265.17亿元,同比增长4.0%,恢复至2019年元旦节假日同期水平的35.1%。全国文化和旅游假日市场总体安全平稳有序。

都市休闲、周边游仍占主流,中远程旅游稳步复苏。元旦期间,城市周边游、近程游、休闲游仍是主流,冰雪、温泉、逛乐园、游湖、露营、围炉煮茶、酒店剧本杀、街区休闲、古镇漫游、看烟花、登山等高品质玩乐体验受到年轻人青睐。北京圆明园、颐和园、紫竹院、什刹海等同步启动假期冰场或雪场活动,吸引不少亲子家庭前往体验。东北冰雪大世界、亚布力、长白山、中国雪乡、“北极”漠河等经典冰雪旅游目的地吸引不少游客体验冰天雪地别样乐趣。中远程旅游稳步复苏,长三角、珠三角成为西南、西北、中部地区旅游目的地的主要客源地,三亚、西双版纳、昆明、厦门等地成为北京和东北三省游客“避寒跨年”主要旅游目的地。

民俗体验带热传统文化,跨年仪式感成新风尚。元旦期间,充满欢乐祥和迎新氛围的跨年活动受到年轻人追捧,各地灯光秀、烟花、跨年敲钟等文化体验活动广受欢迎。上海迪士尼、长沙橘子洲头、深圳世界之窗以及香港、澳门等地举办烟花表演迎接新年,南京牛首山、无锡灵山、苏州寒山寺等地开展撞钟祈福活动,上海外滩、成都双子塔、武汉江汉路、重庆解放碑等地万人倒数零点钟声迎接新年。北京八达岭长城景区开放夜长城,成都天府双塔呈现218米高空“云端跨年”灯光秀,山西太原汾河公园华灯、宁夏银川“塞上湖城”华灯为市民喜迎新年增添节日氛围。

文旅活动有序开展,惠民措施助推文旅消费回暖。文化和旅游部组织各地因地制宜开展丰富多彩的“村晚”系列活动,鼓励利用剪纸、年画、灯彩等非遗项目,营造浓厚的节日氛围。新年戏曲晚会、新年音乐会直播等丰富了节日供给。海南举办2022年海南国际旅游岛欢乐节活动并面向全国发放1000万元旅游消费券,以“冰雪之都,创意无限”为主题的第24届哈尔滨冰雪大世界开园,山西、河南洛阳等地纷纷推出门票优惠及门票减免等活动,湖南开展百余场内涵丰富的非遗宣传展示和民俗活动,重庆启动“2023爱尚重庆·迎新消费季”活动,助推文旅行业在疫情新形势新变化下的复苏。



张荣华



刘婷



王树彤



万美英



刘娟



徐建娟

编者按

党的二十大吹响了全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴的时代号角。回望过去一年,中国企业历经了不平凡的时刻,中国女企业家们也在困境与机遇中寻找升级新路,乘风破浪,自强前行。2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年,蓝图已经绘制,梦想已经起航。本期发展周刊特邀6位优秀行业代表,倾听她们在新时代新征程中的“发展之声”。

2023 稳中求进开新局

——女企业家新年话发展

中国妇女报全媒体记者 徐阳晨

全国工商联女企业家商会会长、荣程集团董事长兼总裁张荣华:

以大格局面向大市场

中央经济工作会议特别强调从政策和舆论上鼓励支持民营经济和民营企业发展壮大,切实落实“两个毫不动摇”,进一步坚定了我们民营企业的发展信心和决心。2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年,也是荣程人统一思想,团结一心、协同作战、奋勇争先,迈向壮阔新征程之年。我们要构建新格局、大格局、超格局,保持清醒、坚定信心,既有钢铁般的坚强意志,又有如水一样的包容仁爱,践行“人类命运共同体”理念,构建产业链生态链,找好人等多维度的共生关系,与地球村一切可以合作的伙伴,在“共生、共建、共享、共赢、共荣”框架下并肩而行,画好高质量发展同心圆。

我们将以勇担使命的底气胆识紧跟时代步伐,以不断开拓进取的眼界胸襟积极创新创业,以主动感恩回报的气度风骨扛起社会责任,做平台的建设者、品牌的塑造者、国际化的推广者、数字产业化的践行者。在新时代的大视野下,以大格局、大力量面向大市场,在全面推进中华民族伟大复兴的道路上,成就大担当大作为。

母婴品牌兔头妈妈创始人刘楠:

坚持“科学陪伴成长”的创业使命

在过去的一年,我与自己第一次垂直创业的蜜芽APP说了再见。但同时,我的二次创业母婴品牌兔头妈妈年销售额突破5亿,比去年翻了2.4倍。这样的成绩单在当下实属不易,如果心中无法坚持“科学陪伴成长”的创业使命,很难坚持下去。

我创业的过程其实也是陪伴孩子成长的过程。10年前做蜜芽,我的女儿刚刚出生,我也是母婴产品的需求者之一。现在女儿12岁了,我聚焦分龄洗护产品,希望在产品的升级转型中“陪伴”她成长。这是双向奔赴的共赢,亲子关系也给了我非常多的商业思路,比如孩子大了,要儿面霜不适合,我们致力于开发一款专门给中小学生的洁面、护肤产品等,这些令我们挖掘到用户更真实、未被满足的需求。

不仅如此,陪伴成长需要以科学为武器,围绕儿童的多场景多年龄段需求,兔头妈妈仍有广大的产品研发创新空间。而兔头妈妈的“科学”则是采用仿生技术路线,打造专业的产学研医科研平台,从皮肤原理、实验室拟态,到配方再到功效论证、临床研究,形成“研医闭环”。

当前,随着居民收入水平提高,消费观念升级,消费者追求更加多元、个性化商品,推动了母婴消费观念的输出。未来,“4+2+1”的家庭模式将使更多的家庭收入投入孩子的健康成长上,我们希望加大科研投入,打造更注重产品质量和专业特色的母婴服务。伴随着消费升级和育儿观念改变,我们坚信2023年,用心用情的产品能给母婴行业带来新的生机,给予孩子们长期的爱和呵护。我会与兔头妈妈继续坚持爱与科学,更好地陪伴家人、同事和用户成长。

敦煌网集团创始人、董事长王树彤:

向全世界展现中国的电商潮流和电商智慧

2022年中央经济工作会议明确指出要大力发展数字经济,支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中中大显身手。这样坚定的支持信号,让作为跨境电商平台企业的我们备受鼓舞,也进一步坚定了集团更好更快走出去的决心和信心。未来,社交电商将有机会成为下一个中国企业“大显身手”的最佳舞台。

红人主导的直播带货、由流量算法驱动的赛马机制……这些“新场景”现阶段对于海外市场还相对陌生,很多海外达人也许听过中国直播间动辄上百万的场观、过亿的销售业绩,却鲜少有人了解背后的逻辑和打法。因此,我们现在不仅是带着供应链优势出海,还具有独特的技术输出,用中国理论和实践培育海外新市场,向外输出。

为此,敦煌网推出了一站式社交电商SaaS平台MyyShop,帮助那些缺少跨境经验的电商小白,对接强大的中国供应链,提供快速建站、智能选品,以及履约服务,做电商的“码农、采购、快递小哥和客服小妹”,帮助他们实现社交流量的交易、变现,最大限度地降低启动门槛,让人人可参与和共享全球贸易。同时,集团也将努力为中国工厂、供应商和品牌商打开海外巨大的增量市场。

2023年,是社交电商领域的中国模式向全球输出的一个重要窗口期,我们希望把在中国市场得到认证的经验带向海外,向全世界展现中国的电商潮流和电商智慧。

吴科教育集团董事长方美英:

为健康中国贡献力量

中央经济工作会议明确指出“要坚持稳字当头、稳中求进”。会议强调科技政策要聚焦自立自强,要有力统筹教育、科技、人才工作,同时要突出企业科技创新主体地位,提高人才自主培养质量和能力,加快引进高端人才。

自疫情以来,吴科教育集团始终秉持“稳基础,不裁员”的原则,将“科学教育创新”和“科学老师人才培养”两大基石牢牢锚定,在困难中寻求多种方式自救,保障员工基本收入,积极承担社会责任,努力将自主培养人才师资队伍作为企业创新和可持续发展的重要优势。疫情防控期间,线下课程无法正常进行,我们积极落实《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)》要求,拓展线上业务,扩大服务群体,从线下转向线上与线上相结合的模式,满足学生线上教育服务新需求、新变化。

展望2023,我们将继续从改变教育和人才培养方式入手,把创新思维贯穿于学前教育、基础教育,加强科教、产教结合模式进行人才培养。同时深入贯彻党的二十大精神,加强健康教育服务辐射面,将健康教育从学校延展到社区及企事业单位,为青少年、女性、老年群体等提供更加丰富的健康科普活动和志愿服务,希望为健康中国战略的全面实施贡献一份绵薄之力。

普莱斯特德集团副总经理刘娟:

做“双碳”目标的积极倡导者和践行者

前不久落幕的2022年中央经济工作会

议,让更多发展中民营企业看到党中央从战略高度来推进经济发展的坚定信心和决心。支持民营经济和民营企业发展壮大的政策,进一步坚定了民营企业的发展信念,为企业注入了强大发展动能。

普莱斯特德将以夯基垒台练内功、求真务实谋发展为核心目标,聚焦建筑建材系统专业服务,回馈国家经济发展的工作需要,在坚持巩固提升、强化价值创造的同时,力求为更多的合作伙伴提供更多有价值、有温度的优质产品及服务,并以此为基础,精品、新品多维发力,探索企业高质量发展新路径。这将是集团新的一年乃至更长一个时期的重要发力点。

中央经济工作会议多次提及并强调:“坚持把高质量发展作为全面建设社会主义现代化国家的首要任务”。形成高质量发展合力,离不开传统建筑建材产业的改造升级和战略性新兴产业培育。作为专注于建筑建材系统的专业服务商,我们应高质量发展建设的需要,短短数年跻身保温建材制造行业头部企业群,先后在全国各地建设16个保温材料生产基地。2023年,在国家基础建设和重要产业的发展打下300公里服务半径产能基础的同时,集团将进一步提升生产及产品的技术创新和标准化水平。

未来,我们希望做“双碳”目标的积极倡导者和践行者,让节能减排的指数更优化,响应区域税收政策、环保要求,为各生产基地人员提供高质量就业,促进区域绿色可持续发展。面对2023年乃至更长时期经济发展的挑战,我们将更注重精准赋能、动态良性发展,通过不断提升企业发展过程中的抗风险能力,把握“稳”与“进”的平衡。

金路之声(北京)文化传媒有限公司董事长徐建娟:

力促文化“新”风 深耕“生涯发展”教育

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年,也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。作为一名文化产业和职业生涯教育领域的企业代表,站在新的历史起点,迈进新征程,心中充满了无限激情与奋斗力量,非常期待将个人的发展融入区域经济发展中,为社会经济高质量发展贡献微薄之力。

中央经济工作会议强调要坚持系统观念、守正创新,要着力发展实体经济,依靠创新培育壮大发展新动能。我们希望进一步塑造区域文化标志、文化品牌,构建文化产业系列发展新风,充分挖掘高质量区域文化的特质,不断提高产业发展的水准上限,赋能文化产业升级。我们也期待在新的一年里,进军教育文化服务综合体项目;为助力社区家风建设,继续开展丰富多彩的亲子阅读活动;为助力打造人才强国战略,深入推进“生涯发展”教育,积极推动青少年职业发展专项培训,在生命、生存、生活、生涯的“四位一体”生涯探索中促进广大青少年全面而有个性化的发展,为孩子们的幸福人生夯实基础。

新年伊始,我们将以奋发有为的精神状态,不断加强自身建设,积极参政议政,奋发图强,将个人和企业的发展融入民族复兴的伟大梦想中,打造一个走向世界的小窗口,做好与祖国共成长的时代答卷人。

巾帼家政之星

何春华:以“三心”做好“四型”服务

2014年,何春华加入浙江奥航综合服务有限公司,迅速成长为金牌养老护理员,并获得浙江省百名最美家政人、浙江省家庭服务企业协会优秀家政员等荣誉,多次取得区级以及街道组织的养老技能大赛前三名的好成绩。

一直以来,何春华对自己的要求是争做“四型”家政人,即专业型、标准型、智能型、分享型。

刚接触家政服务的何春华,被分配的工作基本都是保洁类,渐渐才涉及养老护理,这个领域比保洁难度大,需要掌握的专业知识更多。为了实现向专业型养老护理员转型,她参加各种培训班,学习护理知识、康复知识。何春华是公司职工书屋的“常客”,经常借阅养老护理专业书籍下班自学,同时,她主动积极参加市、区和街道组织的养老技能大赛。“技能大赛中有很多行业的高手,我可以学习到更专业的服务技能。”何春华说。

2020年疫情突发,何春华不能正常上门提供服务。怕老人在家孤单,她主动打电话了解情况,陪老人们在聊聊天,利用学到的知识开导劝解老人。有时候老人联系不到她,经常会打到公司询问何春华的

去处,对她很依赖。

何春华是服务标准化的积极倡导者和践行者。8年来,她总喜欢随身带着一本笔记本,时不时拿出来写写、画画、记记,把工作中遇到的问题、学到的知识都记在本子上。拥有丰富的实操经验后,她自行总结出一套养老护理“技巧”。对于公司的服务标准化建设工作,她带头实干。久而久之,何春华成了其他家政人的“教科书”,“有事找何姐”是同事们经常说的一句话。至今,经她帮教出师的家政人不少于50人。

何春华认真学习家政智能化平台操作,做好杭州市城市大脑“安心找家政”的代言人。“安心找家政”被列为2020年杭州城市大脑重点推进的12个应用场景,何春华所在的家政公司作为杭州市家政服务提质扩容的领跑企业,第一批入驻该平台。何春华作为浙江省“最美家政人”参与了商务局主导的宣传片,为家政人做好代言人。

何春华经常说,家政员要有一颗乐于奉献的心,“选择了家政服务,特别是养老护理的工作,就应该做好比常人放弃更多的准备。常人最空闲的时候,就是我们最

忙的时候。”何春华的节假日几乎都是在陪伴老人中度过的。当得知公司要为援鄂医护人员家庭免费提供家政服务的信息后,她第一个报名参加。

何春华说,做好“四型”服务,要以“三心”为关键:用爱心、热心、真心服务好每位客户。据何春华回忆,她的第一位养老护理客户是一位行动不便视力受损的老人。初次接触养老护理的她,虽然准备充分,但真正面对一位生活不能自理的老人,仍有诸多意想不到的难点。何春华的心理压力较大,一度有过退缩、放弃的想法,她很快调整好心态。接下来的日子里,她把“精心照顾”做到老人的心坎里,陪老人散步、逛街,疏导心情;陪老人就诊配药,自学测血压、简单急救知识;陪老人买菜、理发……了解老年人生活所需,在生活和心理上关心、尊重老人。日复一日、年复一年,何春华像女儿一样照顾老人四个年头。老人的子女们长期不在身边,他们都非常信任何春华,多次写感谢信表达谢意。何春华用她的“三心”服务令众多家庭满意,至今保持了零投诉。

(供稿:全国妇联妇女发展部)

