



助力消费恢复 国潮大有作为

——代表委员建言“国货消费”



比利时布鲁塞尔上海国潮新品展上的智能音乐香薰机。(新华社记者 郑焕松 摄)

今年政府工作报告提出“推动消费持续恢复”。作为消费新力量,国货潮品如何点燃百姓购买欲?消费恢复还有哪些发力点?记者采访了代表委员。

“杞止于好”“红枣咖啡”……一些休闲食品推出的潮货,光看名字,就让不少消费者直呼“好想拿下”。

看到“提高产品和服务质量”写入今年的政府工作报告,全国人大代表石聚彬感触颇深:“产品质量是企业的灵魂。新消费时代,企业更要脚踏实地提供‘硬核’产品,以高品质、高服务、高质量满足老百姓‘购物车’日益升级扩容的需求。”

近年来,无论是食品服装、美妆文创,还是电器、汽车,消费市场掀起浓浓的国潮风。

“各类国潮产品不断‘出圈’的背后,是国家综合实力和百姓消费需求的提升。”全国人大代表姚忠良表示,国货产品要想在飞速变化的消费市

场赢得“一席之地”,既要瞄准国人所需所想,加大研发创新力度,实现从产品品类到消费场景的全面扩张,也要加快转型升级步伐,积极抢抓线上线下新机遇,以品牌铸就长久生命力。

如果说“小而美”成功圈粉靠颜值与创意的创新融合,那么“大而强”广受青睐则依赖技术与实力的迭代更新。

政府工作报告提出要“依靠创新提高发展质量”。全国人大代表、中国一汽红旗工厂技术处外网维修工人齐嵩宇深有体会:“我们要不负众望,从产品技术、品牌建设、客户服务等多方面进行创新引领,助力中国民族品牌崛起振兴。”

当前,随着新产业、新业态、新模式不断涌现,一些传统品牌遇到品牌认知老化、边缘化等问题。

“没有传统的行业,只有传统的思维。”全国人大代表、重庆市涪陵区

南沱镇副镇长刘家奇说,国货品牌要想跟上时代,必须持续转型升级,锻造强劲的市场竞争力。

消费是经济增长的重要引擎。全国政协委员、中国饭店协会副会长刘延云认为,促进消费市场加快复苏需要释放消费潜力、提升消费质量。“中国有着14亿多人的庞大消费市场,对国产品牌接受程度很高的‘Z世代’正逐渐成长为新消费主导力量,要抓住国货崛起的契机推动线上线下消费加速融合、以创新提升有效供给的能力和水平。”

全国人大代表李伟认为,随着多样化、个性化消费需求持续升级,数字技术驱动能力不断增强,以国货为代表的新消费市场应充分发挥“国字号”深厚的文化底蕴和历史渊源,深入挖掘全产业链的新消费着力点,从而让“国货之光”照亮更多领域、更多群体。

□新华社

张宝艳代表:

建议婚前签订 禁止婚闹协议 取缔“恶搞”婚闹陋习

今年两会,全国人大代表、“宝贝回家”创始人张宝艳建议新人婚前签订禁止婚闹协议,取缔“恶搞式”婚闹陋习。

张宝艳认为,婚礼原本应该是一件很神圣、喜庆的事情,但近年来出现的一些低俗婚闹行为,给结婚双方及其家庭都造成了极大伤害。甚至有人借着“闹洞房”之名对伴娘等施以不文明行为,“这种极其恶劣的婚闹已经等同于寻衅滋事罪,完全没有了法律底线。”

“建议这种‘恶搞式’婚闹应该尽量取缔,让婚礼真正成为新郎新娘最美好的回忆。”张宝艳说,要破除这类“婚闹”陋习,首先应该从基层社区村委会开始推动,遏制不正之风。在婚礼筹办前期,村干部就要提前做好结婚双方及群众的思想工作,建议签订禁止婚闹协议,一旦违反会给予一定的惩处。“只有让大家从思想上有所转变,从理念上做出改变,才能真正建立起新的婚俗秩序。”

□中国青年报

■两会时评

整治网络暴力 营造清朗空间

“对侵犯个人信息、煽动网络暴力侮辱诽谤的,依法追究刑事责任”“从严追诉网络诽谤、侮辱、侵犯公民个人信息等严重危害社会秩序、侵犯公民权利犯罪”……这些整治网络暴力的重要举措和要求,写入了今年的两高报告。

网络虽然虚拟,但真实介入了几乎每个人的生活。通过网络,信息可以秒速扩散,呈现出几何级的放大效应。网络诽谤侮辱,对受害人有可能造成毁灭性的影响。即便事后加害人受到惩处、谣言得以澄清,造成的损失和伤害却往往难以弥补。依法严厉打击网络暴力,是顺应民意、顺应时代、顺应潮流之举。

针对网暴行为,近年来各方加大了依法整治力度,极大震慑了违法犯罪分子。例如,检察机关关键推动取快递女子被造谣出轨案自诉转公诉,接续发布公民人格权保护指导性案例;今年初,中央网信办开展专项行动,重点开展集中整治网络暴力、散播谣言等问题。

今年的两高报告强调依法治理网络暴力,彰显了依法保护公民权利的决心。各方要形成合力,让此类违法犯罪行为无处遁形、无机可乘。

网络虚拟空间,依法治理要实。依法整治网络暴力,要注重源头防范,坚持全链条打击、一体化防治,推动网信、通信管理等部门综合治理,有效保护个人的名誉、荣誉、隐私和相关信息。

□新华社

丁洁委员:

罕见病不“罕见” 建议治疗药品纳入普惠型商业健康险

“罕见病相对少见,诊治困难,存在药价太贵等问题,迫切需要全社会的关注和帮助。”常年为治疗和预防罕见病奔走呼吁,今年两会,全国政协委员、北京大学第一医院原副院长丁洁带来了相关提案。

据2020年中国罕见病大会数据,中国已知的罕见病大约1400余种,患病人数接近2000万人,每年新增罕见病患者20万人。数字后面,是一个个与命运作斗争的生命。

“罕见病并不罕见,它离你我并不遥远。”丁洁表示,就某个病种来讲,罕见病似乎比常见病要少,但罕见病涉及的病种很多,加起来就不罕见了。另外,我国人口基数非常庞大,所以任何一种罕见病的患病人群加起来,数量也是非常大的。并且,随着医学科学技术

的进步,越来越多的未知疾病被诊断,其中罕见病占了大多数。

求医难、买药难,是所有患者的两座大山。在调研中,丁洁发现,当前,还有一些罕见病药品尚未纳入医保范围,重要原因之一在于这些药品价格太高,有的罕见病药品年治疗费用定价甚至在百万元以上。

由于我国各地经济水平不同,罕见病发病和患病情况不同,高值罕见病药品的病种大都为发/患病率或患病人数极低的小病种,丁洁建议,在局部地区先行先试高值罕见病药品用药保障机制,探索建立省级及以下的高值罕见病药品用药保障机制,并逐步推广。

去年,多地推出普惠型健康商业险“惠民保”,但丁洁调研中发现,涵盖国家医保药品目录外的罕见病高值药品

的“惠民保”数量较少,并且在涵盖罕见病高值药品的保险产品中,涵盖药品品种数量、保险责任、理赔限额均有所不同,但大都不能满足罕见病患者药品费用支出的需求。“建议将罕见病药品纳入普惠型商业健康险,并建立长效工作机制。”丁洁说。

不仅如此,丁洁还建议,建立省级罕见病慈善专项医疗救助基金的工作制度和机制,包括联动机制、对接机制、操作机制等。

此外,丁洁建议,不断丰富药品谈判的方法,其中包括评价极其特殊的小病种高值药品的经济价值和使用价值,进一步研究量价挂钩,并根据稀有病种的患者数量进一步分析国家和企业的风险共担机制等。

□据人民日报