

多部门协同发力 全方位扩大商品和服务消费

多部门以促进消费扩量、提质、升级为目标，进一步破解制约消费的突出矛盾问题，聚焦能加力、可落地、群众有实感的增量政策，全方位扩大商品和服务消费，着力营造安全可靠、让人放心的消费环境。

提振消费既关系着经济发展，也关系着人民群众对美好生活的向往。我国已连续10余年稳居全球第二大商品消费市场和最大网络零售市场，居民消费需求和结构不断升级，新的市场空间还在不断拓展。然而在多重因素影响下，消费者信心和预期偏弱、部分消费需求未充分满足、消费环境有待优化等问题仍客观存在。

近期，国家市场监督管理总局、国家发展和改革委员会、财政部、商务部等部门以促进消费扩量、提质、升级为目标，进一步破解制约消费的突出矛盾问题，聚焦能加力、可落地、群众有实感的增量政策，全方位扩大商品和服务消费，着力营造安全可靠、让人放心的消费环境。

营造良好消费环境

5月1日起，无理由退货服务规范、坐便器水效、餐桌餐椅、木家具、旅游景区雷电灾害防御、建筑材料、消防产品等一批重要国家标准开始实施，为营造良好消费环境、规范新兴产业健康发展、引领传统产业优化升级、保障人民群众生命财产安全提供标准支撑。

由市场监管总局发布的《售后服务 无理由退货服务规范》（GB/T 44904—2024）推荐性国家标准，规定了售后服务无理由退货的条件、流程、服务监督与评价等内容，适用于采用非现场销售及现场销售方式购买商品的无理由退货服务。

市场监管总局有关负责人表示：“标准的实施有助于进一步规范线上线下无理由退货，保护消费者合法权益，营造更

加良好的消费环境。”

除了以标准制度建设为营造良好消费环境再添助力外，市场监管总局在与老百姓日常生活紧密相连的食品消费领域，也紧锣密鼓地展开行动。

4月28日，在市场监管总局指导下，中国食品工业协会带领200余家大型食品企业，举办优化食品标签标识公开倡议活动。活动旨在共同响应新规要求，主动优化食品标签标识，加强行业自律，为消费者提供更加安全、放心、优质的食品，推动食品行业高质量发展。

参与企业表示将主动优化标签设计，让食品日期一目了然；规范食品名称，不使用“零添加”等用语；科学严谨进行声称，充分保护未成年人；全面标示营养信息，引导合理膳食；加强标签审核，确保食品合规上市；充分刊载食品信息，让网购食品更安心；避免过度包装，让食品标签更低碳环保。

与此同时，市场监管总局指导中国烹饪协会向全体餐饮服务经营者及从业人员发出倡议，进一步提升餐饮业食品安全和服务水平，倡导文明从业理念，推动行业健康可持续发展。

倡议提出，广大餐饮服务经营者要定期开展自查自纠，杜绝虚假宣传、价格欺诈等不正当竞争行为，努力创造诚信、舒心、安全、放心的消费环境。全体从业人员要主动学习并严格遵守食品安全法律法规。保持良好的个人卫生和整洁的仪容仪表，穿戴清洁的工作衣帽。严格按照操作规范加工制作食品，坚决杜绝在食品加工制作场所从事有违公序良俗的不文明行为。使用文明用语、礼貌

待客，引导消费者合理点餐、文明用餐，提供有温度、有善意的优质服务。

据市场监管总局有关负责人介绍，市场监管总局致力于全力营造安全可靠、让人放心的消费环境，充分释放市场活力，推动经营者自主承诺、诚信经营；同时严格开展监管执法，保障消费者能够安全消费、明白消费。

培育消费新增长点

今年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》（以下简称《方案》），按照以增收减负提升消费能力，以高质量供给创造有效需求，以优化消费环境增强消费意愿的政策思路，提出了提振消费的30条政策举措。

据国家发展改革委有关负责人介绍，为提振消费，破解制约消费的突出问题，《方案》从三个方面发力：一是以技术牵引培育消费新增长点。《方案》提出，打通技术落地堵点，促进新型消费加快发展，包括促进“人工智能+消费”，加速推动自动驾驶、智能穿戴、超高清视频、脑机接口、机器人、增材制造等新技术新产品开发和应用推广，使前沿科技成果惠及更多消费者。

二是以业态融合推动消费供给创新。《方案》支持线上线下、商旅文体健多业态消费融合，比如，推动传统百货等实体店融入文化、科技、休闲、亲子等新元素，升级成为多业态融合的新型商业场所。

三是以品牌引领推动消费品质提升。近年来国货“潮品”成为热词，更多国货品牌从“隐形冠军”变为家喻户晓的“名

品潮品”。对此，《方案》提出了系列举措：服务消费品牌方面，聚焦商贸、物流、文旅等领域，分类制定提升服务品质的政策；文化消费品牌方面，鼓励企业将中华优秀传统文化融入产品设计；商品消费品牌方面，打造中国消费名品方阵，加快培育优质消费品牌等等。

同时，商务部将开展扩消费“四大工程”（商品消费升级工程、服务消费提质工程、新型消费培育工程、消费场景创新工程），持续释放多样化、差异化消费潜力，推动消费提质升级。

据商务部市场运行和消费促进司相关负责人介绍，经过多年发展，我国商品市场规模不断扩大，各类消费品供给丰富，但对比居民多层次、多样化需求，高质量、高品质商品供给尚有不足。2024年商务部开展了消费品以旧换新，今年将加力扩围实施消费品以旧换新政策。

加大财政支持力度

目前，我国消费增长仍面临一些制约因素，比如有效供给能力不足、流通体系现代化程度不高、消费体制机制不健全、投资结构仍需优化等。积极的财政政策要在提振消费中持续用力，就必须着力解决阻碍消费提振的痛点、堵点、卡点问题。

据了解，2025年我国实施积极的财政政策，大力优化支出结构，进一步加大惠民生方面的支持力度，强化医疗、教育、养老、就业保障，支持提升居民消费能力。具体包括：

加大民生保障力度，多渠道增加居民收入。推进实施提振消费专项行动，加大消费

品以旧换新支持力度。适当提高退休人员基本养老金，提高城乡居民基础养老金和城乡居民基本医疗保险财政补助标准等。推进实施国家综合货运枢纽补链强链提升行动、公路水路交通基础设施数字化转型升级，推动降低全社会物流成本。积极扩大有效投资。统筹用好各类政府投资资金，聚焦关键领域和薄弱环节加大投资力度。合理安排政府债券发行，加快政府债券资金预算下达，尽早形成实物工作量。

综合用好税费减免、就业补贴、稳岗返还等政策，拓宽就业渠道，支持高校毕业生等重点群体就业创业。大力实施科教兴国战略，优先保障财政教育投入，支持教育强国建设。加强普惠育幼服务体系建设，大力发展普惠养老服务。推动公立医院改革和高质量发展，支持提升基层医疗卫生服务能力；健全公共卫生服务体系。深入实施养老保险全国统筹；推进分层分类社会救助。健全多层次医疗保障体系，完善基本医疗保险筹资和待遇合理调整机制。加快建立长期护理保险制度。强化基层应急基础和力量，提升防灾减灾救灾和应急管理能力。

同时，加强财政科学管理，全面深化财税体制改革，加强预算管理各项制度举措的系统集成、协同高效。推进零基预算改革、支出标准体系建设、财政承受能力评估、绩效管理等工作。落实落细一揽子化债政策，坚决遏制新增隐性债务，有效防范化解地方政府债务风险。加快地方政府融资平台改革转型，加大财会监督力度，提升财政治理效能。

据《法治日报》

为包装“瘦身”，快递企业各出奇招

（上接4版）

“我们推出了针对快递网点使用的通用版全生物可降解快递包装袋。”该公司负责人吴军介绍，随着快递企业绿色包装意愿不断提高，全生物可降解快递袋销售持续增长。去年，全生物可降解快递袋销售量达1300万只，今年一季度销售量已超过700万只，预计

今年销量能突破2000万只。

末端回收成风

要想实现绿色快递全链条闭环，末端投递也是重要一环。

在浙江大学紫金港校区白沙邮递服务站门口的绿色活动专区，大三学生唐书山正熟练地拆解快递：划开胶带，把纸箱折叠后投入回收箱。“被

回收后的纸箱会根据大小分拣后放在仓库，需要的时候进行再利用。”工作人员高国强说，通过回收纸箱再利用，在浙大的各个邮递服务站寄快递都不需要包装费，只有在找不到合适尺寸的回收纸箱时，才会建议师生用新纸箱。

服务站里随处可见“绿色”，货架上整齐地摆放着包

装用的胶带纸、寄件袋，均由可降解材料制成，“我们使用的胶带纸比普通胶带窄了1.5厘米，就是为了推动快递绿色转型考虑。”高国强向记者介绍。

“快递包装绿色治理涉及生产、使用、回收、处置等多个环节，全链条共同发力是实现标本兼治的关键。”国家邮

政局发展研究中心产业部（环保中心）副主任朱丽表示，《条例》实现法律与标准、政策协调衔接，标志着快递包装法治实施体系进一步完备，将有力促进快递包装系列标准和政策落地，引导快递包装产品、技术和模式创新，加快推进快递包装绿色转型。

据《工人日报》