

农村消费、电子消费将迎多项新政

本报记者 索寒雪 北京报道

“每个农历月的初一和十五，这里都有大集，人非常多。”浙江一乡镇农民向《中国经营报》记者表示，“产品很丰富，价格也不高。”

建设村级寄递物流综合服务站

“我们将着力推动畅通城乡商品双向流通渠道，比如大力发展农村直播电商、即时零售。”

加强农村消费市场建设，更好满足农村居民消费需求是《措施》的重要内容之一。总体看，目前农村地区商品消费的流通成本相对较高，服务消费供给相对缺乏，消费环境仍不尽如人意，总体消费水平相对较低。农村的消费成本有时候比城里高，因为多了一些物流成本。

记者注意到，《措施》中关于促进农村消费的举措，包括开展绿色产品下乡、完善农村电子商务和快递物流配送体系、推动特色产品进城、大力发展乡村旅游四个方面。

《措施》提到：“完善农村电子商务和快递物流配送体系。大力发展农村直播电商、即时零售，推动电商平台和企业丰富面向农村的产品和服务供给。完善县乡村三级快递物流配送体系，加快提升电商、快递进农村综合水平，支持县镇物流配送中心、乡镇物流站点建设改造，整合邮政、快递、供销、电商等资源，推行集约化配送，鼓励农村客运车辆代运邮件快件。”

此外，《措施》还提出：“深入推

进农业生产 and 农产品‘三品一标’，开发具有鲜明地域特点、民族特色、乡土特征的产品产业，大力发展农村电子商务和订单农业，拓宽特色农产品上行通道。引导线上线下各类平台持续加大消费帮扶力度，开设专馆专区专柜促进脱贫地区特色产品顺畅销售，带动农民增收致富，增强消费能力。”

“农村物流方面，乡村的超市、小卖部，有些商品价格高于城里。物流成本是城乡价格倒挂现象的主因，既提高了农村居民生活成本，也抑制了农村消费潜力的释放。”李春临说，“我们将着力推动畅通城乡商品双向流通渠道，比如大力发展农村直播电商、即时零售，推动电商平台和企业丰富面向农村居民的产品服务供给。完善县乡村三级快递物流配送体系，加快提升电商、快递进农村综合水平。建设村级寄递物流综合服务站，在有条件的乡村布设智能快件箱，增加农村零售网点密度，逐步降低物流配送成本。”

此外，推进冷链物流方面，湖南一家农村供销社人士向记者表示：“如果需要贷款，我们有鼓励政策。”“推动特色产品进城方面，充分发掘农村资源禀赋和特点潜力，增加农村居民收入，才能持久繁荣农村消费市场。《措施》提出深入推

进农村生产和农产品的‘三品一标’，指的是无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志，通过‘三品一标’拓宽特色农产品销售渠道，引导各类平台持续加大消费帮扶力度，带动农民增收致富。”李春临说。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。



推动特色农产品进城，能繁荣农村消费市场。图为2023年8月11日，果农在石家庄市栾城区大营村锦绣庄园将采收的无花果装盒，准备交付电商销售。

视觉中国/图

此外，推进冷链物流方面，湖南一家农村供销社人士向记者表示：“如果需要贷款，我们有鼓励政策。”

“推动特色产品进城方面，充分发掘农村资源禀赋和特点潜力，增加农村居民收入，才能持久繁荣农村消费市场。《措施》提出深入推

进农村生产和农产品的‘三品一标’，指的是无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志，通过‘三品一标’拓宽特色农产品销售渠道，引导各类平台持续加大消费帮扶力度，带动农民增收致富。”李春临说。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

国家发展改革委副主任李春临表示，要持续推进农房质量安全提升工程，开展绿色产品下乡活动，鼓励和引导有条件的地区对绿色智能家电下乡、家电以旧换新、绿色建材消费予以适当补贴。

创新带动老人、儿童消费

工信部正在研究制定推进视听电子产业高质量发展的政策文件。

李春临表示，有些朋友跟他讲，手机现在不像以前一年一换了，现在是两年一换或三年一换，因为手机也需要创新。“比如我就见到过一款，普通的老人机，后面有一个键，一键SOS，这个特别适合老年人用，但是现在市面上见不着了。如果智能手机也能一键把定位发给老人的亲友和医生，这样的智能老人手机会很快普及。”

近年来，我国消费电子产业快速发展，创新的产品也加速涌现，有很多产品能够引领当下信息消费潮流，也成为推动经济社会数字化转型的重要工具。电子产品的发展，深受国内外关注。

2022年以来，全球消费电子受宏观经济影响，整体需求疲软，国内电子市场已经高度国际化，所

以与国际市场的表现基本一致。今年5月，国内智能手机等大宗电子产品销售出现大幅反弹。

记者了解到，工信部正在研究制定推进视听电子产业高质量发展的政策文件。视听类电子产品种类非常多、规模大，是消费电子产业创新发展的风向标和主战场。“我们将培育视听电子发展的新空间，在过去比较倚重单一产品发展的基础上，引导企业打造智慧生活视听、沉浸式的车载视听、智慧商用显示等场景，创造消费新需求，不断壮大新的细分市场。”工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼表示。

进入暑假，各种学习机产品进入了热销时段。“因为现在‘双减’，暑假不能有学习班补课行为，所

以，我希望通过购买学习机，让孩子自主学习。”北京市海淀区一位家长向记者表示。

她购买的品牌学习机，“内容很丰富，还有暑假作业”。

“中国很多电子产品也是全球首发，国外一些好的电子产品也是在中国全球首发，中国这么大的市场，吸引力是显而易见的。另外，我们也支持企业高端化发展，打造知名品牌。同时，继续不断提升产品质量水平，我们在这里特别强调与呼吁，要发展更多健康节能的产品。中国人比较勤俭，我们不是追求消费数字简单上升或者下滑，而是要让老百姓用到更多质优价廉高质量的产品，所以我们提倡健康、节能、绿色的产品。”何亚琼说。为继续加大促消费力度，加快

释放特定群体消费潜力，企业也在做很多工作，通过创新经营模式，打造一站式、体验式场景环境，不断引导消费新需求。

“比如，很多企业做个性化定制服务，包括我们和商务部等有关部委一起创新了电子产品回收、物流方式，让老百姓更换新产品有更好的渠道和服务。”何亚琼说。

特别是“一老一小”，何亚琼说：“就是我们的爸爸妈妈和孩子，这个市场还是很大的。另外是农村市场，优化视听健康适老化产品供给，要降低使用门槛，让爸爸妈妈也会用智能手机，也会点屏幕，也能和我们视频、购物，提升消费潜力。同时我们将统筹开展智慧生活购物节、青少年开学季、敬老孝老购物节等。”

处理100万以上个人信息企业机构进行年度合规审计

文/于布林

中国众多留存、处理、使用大量个人信息数据的企业和机构，未来将会面对每年至少一次个人信息保护合规审计。如无意外，阿里巴巴、腾讯等主要互联网平台企业都在这一标准划定的范围以内。

8月3日，国家互联网信息办公室（以下简称“网信办”）就《个人信息保护合规审计管理办法（征求意见稿）》（以下简称“《办法》征求意见稿”）公开征求意见，明确提出“处理超过100万人个人信息的个人信息处理者，应当每年至少开展一次个人信息保护合规审计”。

个人信息处理者一般是指在个人信息处理活动中自主决定处理目的、处理方式的组织、个人。中国互联网技术在各领域有广泛成熟应用，平台公司和大量非互联网企业都接触、留存、使用个人信息，它们是“个人信息处理者”的重要组成部分之一。

对于个人信息保护合规审计，中国在2021年已经做出顶层设计。时年8月由第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议审议通过的《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称“《个人信息保护法》”）第五十四条已经做出规定：“个人信息处理者应当定期对其处理个人信息遵守法律、行政法规的情况进行合规审计。”

但是，对于合规审计周期、标准等操作层面的内容，《个人信息保护法》未有涉及。此次《办法》征求意见稿是对这项制度在技术层面的落实与细化。

中国人口基数巨大，移动互联网深度介入居民生活，大量企业或机构所处理的个人信息都会“轻松”超过100万人。因此，大量互联网平台公司都将符合“每年至少一次个人信息保护合规审计”。处理个人信息不足100万人的，应当每两年至少开展一次个人信息保护合规审计。

合规审计首先审查个人信息处理活动的合法性基础条件，如是否取得个人同意，是否为用户提供便捷的撤回同意的方式，是否对个人同意的操作进行记录等；在此基础上，全面审计对个人信息处理规则，告知义务，共同、委托处理个人信息，转移、提供个人信息等情形下的操作合规性。

审计内容还包括涉及处理个

人信息的算法模型，包括告知义务，是否进行了事前安全评估、事前科技伦理审查等。同时，“是否采取了有效措施，防止自动化决策根据消费者的偏好、交易习惯等对个人在交易条件上实行不合理的差别待遇”也在合规审计范围以内。此前，多家互联网平台公司多有“利用用户消费习惯数据杀熟”的情况，引起社会广泛关注。

值得注意的是，《办法》征求意见稿使用了“至少一次”的表述。这是因为除年度例行审计外，“个人信息保护职责的部门在履行职责中，发现个人信息处理活动存在较大风险或者发生个人信息安全事件的，可以要求个人信息处理者委托专业机构对其个人信息处理活动进行合规审计”。这意味着根据监管部门要求，可对企业或机构专门进行合规审计。

中国目前在企业财务领域推行审计制度，企业财务状况以年度单位进行审计，在公司上市、合并重组、融资等重要经营活动中，审计都是必要环节。出具审计报告的机构要对审计结果承担相关法律责任。

《办法》征求意见稿提出，在自行开展个人信息保护合规审计时，企业或机构可根据实际情况，由本组织内部机构或者委托专业机构按照相关法律法规开展工作。目前，中国境内部分会计师事务所、律师事务所提供涉数据安全合法合规咨询服务。

据了解，网信办将会同公安部门，建立个人信息保护合规审计专业机构推荐目录，动态调整个人信息保护合规审计专业机构推荐目录。鼓励相关企业或机构优先选择推荐目录中的专业机构开展个人信息保护合规审计活动。

未来将开展信息、数据合规审计工作的领域，不仅涉及个人信息保护。2021年网信办就《网络安全数据安全条例（征求意见稿）》征求意见，其中也明确提出，数据处理器应当委托数据安全审计专业机构定期对其他处理个人信息遵守法律、行政法规的情况进行合规审计。

同时，大型互联网平台运营者还被要求委托第三方以年度为单位，对数据安全、平台规则、自身承诺执行情况、个人信息保护情况、数据开发利用情况等进行年度审计，并披露审计结果。

惠誉调降美国主权信用评级 预计未来3年美国财政状况恶化

本报记者 吴婧 上海报道

时隔12年后，美国评级再度被下调。

当地时间8月1日，国际评级机构惠誉(Fitch)将美国长期外币发行人违约评级(IDR)从“AAA”下调至“AA+”，“负面评级观察”调整为“稳定展望”。

时隔12年再次调降

根据惠誉发布的公告，调降评级的直接理由有三方面：第一，未来3年预计财政情况恶化；第二，高额且不断增长的政府债务负担；第三，过去20年来(美国财政)治理能力相对于“AA”和“AAA”评级同行的削弱，特别体现在反复出现的债务上限危机以及拖延到最后时刻的解决方案。

中信建投证券首席经济学家黄文涛认为，继2011年之后，美国信用评级再度遭到主流机构调降，其财政恶化和债务负担是主因。2011年8月5日，世界三大评级公司之一标准普尔将美国长期主权信用评级从“AAA”下调至“AA+”，主要基于对美国财政的担忧：一是已经通过的“财政整顿提案”缺乏对中期债务动态的认真对策；二是美国的决策和政治体制的有效性、稳定性和可

在中国银河证券首席经济学家章俊看来，惠誉宣布将美国主权信用评级下调至“AA+”，是2011年债务上限危机导致标准普尔下调美国主权信用评级以来的首次下调，目前三大评级机构中只有穆迪维持美国此前的信用评级不变。

一位券商人士对《中国经营

报》记者表示，目前债务问题在全球广泛存在，投资者不会因为一家机构评级下调而丧失对美债和美元安全性的信心，市场大概率不会选择其他国家资产替代美元资产。但仍需要关注评级下调后持续可能引发的连锁性风险事件，例如银行业倒闭或并购事件。

考虑到美联储在通胀约束下可能在更长时间里保持高利率，惠誉认为美国财政部利息和收入比率将在2025年达到10%(“AA”的中位数在2.8%，“AAA”的中位数在1%)。章俊认为，惠誉调降美国信用评级的事件自身影响较为有限。首先，美国短期经济依然保持韧性，企业和消费者信心趋于改善，这些事实不会被信用评级公司的行为所改变。其次，惠誉选择降调评级的时间距离美国债务上限危机已经较久，市场恐慌性在6~7月份美国财政部顺利增发国债以及不弱的经济数据下明显降低。最后，虽然本次降调时美国处于货币紧缩周期且缩表在大规模进行，但市场间流动性短期仍较为充裕，且加息周期虽然拉长但仍接近尾声，难以导致政府融资成本再度大幅上升。

报》记者表示，目前债务问题在全球广泛存在，投资者不会因为一家机构评级下调而丧失对美债和美元安全性的信心，市场大概率不会选择其他国家资产替代美元资产。但仍需要关注评级下调后持续可能引发的连锁性风险事件，例如银行业倒闭或并购事件。

考虑到美联储在通胀约束下可能在更长时间里保持高利率，惠誉认为美国财政部利息和收入比率将在2025年达到10%(“AA”的中位数在2.8%，“AAA”的中位数在1%)。章俊认为，惠誉调降美国信用评级的事件自身影响较为有限。首先，美国短期经济依然保持韧性，企业和消费者信心趋于改善，这些事实不会被信用评级公司的行为所改变。其次，惠誉选择降调评级的时间距离美国债务上限危机已经较久，市场恐慌性在6~7月份美国财政部顺利增发国债以及不弱的经济数据下明显降低。最后，虽然本次降调时美国处于货币紧缩周期且缩表在大规模进行，但市场间流动性短期仍较为充裕，且加息周期虽然拉长但仍接近尾声，难以导致政府融资成本再度大幅上升。

考虑到美联储在通胀约束下可能在更长时间里保持高利率，惠誉认为美国财政部利息和收入比率将在2025年达到10%(“AA”的中位数在2.8%，“AAA”的中位数在1%)。章俊认为，惠誉调降美国信用评级的事件自身影响较为有限。首先，美国短期经济依然保持韧性，企业和消费者信心趋于改善，这些事实不会被信用评级公司的行为所改变。其次，惠誉选择降调评级的时间距离美国债务上限危机已经较久，市场恐慌性在6~7月份美国财政部顺利增发国债以及不弱的经济数据下明显降低。最后，虽然本次降调时美国处于货币紧缩周期且缩表在大规模进行，但市场间流动性短期仍较为充裕，且加息周期虽然拉长但仍接近尾声，难以导致政府融资成本再度大幅上升。

或与增加美债供给有关

郭磊认为，这一次评级下调在直接诱发因素上可能和美国财政部7月31日公布的国债融资的公告有关。

在章俊看来，美国财政部年内多次增加赤字，要警惕增发对长端美债短期的压力。美国国会预算办公室5月份上调赤字率至5.8%；7月31日财政部再度扩大了增发债务的计划；如果财政部账户(TGA)在9月底达到6500亿美元，那么三季度新发债务则需要调高至1.007万亿美元的总额，比5月份的计划高出2740亿美元；四季度则预计增发8520亿美元的债务。这意味着5月份时5.8%的赤字率将被再度突破，且不排除四季度进一步上调的可能性。一方面，赤字率的上调不仅包含了利息支出的增加和收入的降调，也反映了更强的财政扩张力度，这在短期仍有利于经济的韧性；另一方面，扩张力度不弱的财政与货币的紧缩背道而驰，这支持美联储拉长紧缩周期以应对赤字扩张的效应，也增大了美国中长期的债务压力，特别是利息支出占比的不

断扩张。因此，惠誉对美国中长期债务压力的警示并不是基于过时数据的空穴来风。

在郭磊看来，和评级事件对风险偏好的影响相比，扩张性的财政政策短期推升利率亦值得关注。美国财政部在8月2日发布了季度再融资公告，并指出财政部一定程度上增加不同期限美债拍卖额度，即财政部将扩大借款规模，小幅超出市场预期，债券供给增加的预期则需要调高至1.007万亿美元的总额，比5月份的计划高出2740亿美元；四季度则预计增发8520亿美元的债务。这意味着5月份时5.8%的赤字率将被再度突破，且不排除四季度进一步上调的可能性。一方面，赤字率的上调不仅包含了利息支出的增加和收入的降调，也反映了更强的财政扩张力度，这在短期仍有利于经济的韧性；另一方面，扩张力度不弱的财政与货币的紧缩背道而驰，这支持美联储拉长紧缩周期以应对赤字扩张的效应，也增大了美国中长期的债务压力，特别是利息支出占比的不

断扩张。因此，惠誉对美国中长期债务压力的警示并不是基于过时数据的空穴来风。在郭磊看来，和评级事件对风险偏好的影响相比，扩张性的财政政策短期推升利率亦值得关注。美国财政部在8月2日发布了季度再融资公告，并指出财政部一定程度上增加不同期限美债拍卖额度，即财政部将扩大借款规模，小幅超出市场预期，债券供给增加的预期则需要调高至1.007万亿美元的总额，比5月份的计划高出2740亿美元；四季度则预计增发8520亿美元的债务。这意味着5月份时5.8%的赤字率将被再度突破，且不排除四季度进一步上调的可能性。一方面，赤字率的上调不仅包含了利息支出的增加和收入的降调，也反映了更强的财政扩张力度，这在短期仍有利于经济的韧性；另一方面，扩张力度不弱的财政与货币的紧缩背道而驰，这支持美联储拉长紧缩周期以应对赤字扩张的效应，也增大了美国中长期的债务压力，特别是利息支出占比的不

境下大量发债、推进大规模财政支出将受掣肘；另一方面，美联储9月不再加息的概率上升。回看2011年8月下调评级后，美联储鸽派立场强化，10年期美债利率下行。换言之，往后可看美国要么降低财政赤字、要么需要通过降息等方式控制支出成本，这也是今年美联储必然转向的主因。但该事件只表明美联储“不应该”继续加息，不等于美联储“一定不”加息。当然，第二季度美国经济仍强劲(实际GDP环比折年率2.4%)，其中有1个百分点的贡献来自制造业投资，换言之，若美国财政受约束，经济下行压力也将增加，最终亦将指向10年期美债收益率中枢下移。

黄文涛认为，长期来看，若经济的名义增速和税收不及预期，财政扩张干预经济的模式面临系统风险。债务可持续性的讨论，依赖经济的增长和税收的走势，长期来看，若未来1~2年美国赤字继续提升，而经济的表现不及预期，市场可能逐步重估美元资产的价值，赤字担忧的时代或真正开启序幕。