

透过财报数据看平台经济发展活力

近日，多家平台企业发布了2024年财报，从中可以看到，当前不少平台企业立足挖掘增量消费市场、加快技术创新、拓展全球化业务等发力点，持续创造新的发展活力。

提振消费：持续挖掘增量市场

多家平台企业财报展示了2024年整体向好的经营水平。2024年，腾讯全年营收达6603亿元，同比增长8%；美团全年营收3376亿元，同比增长22%；拼多多全年营收3938亿元，同比增长59%；京东全年营收1.159万亿元，同比增长6.84%，增速较上年有所提升……

攀升的经营数据背后，是平台企业业务结构的不断优化和对重点领域的持续支持。财报数据显示，不少平台企业在提振消费领域扮演着重要角色，并通过差异化策略挖掘增量市场。

美团继续发力商品零售和服务零售等场景，核心本地商业业务营收增长21%，到店业务订单量同比增长超65%；京东发挥服务体验方面的优势，商超品类收入连续四个季度实现双位数增长；拼多多凭借“电商西进”等举措，带动西部地区订单量同比实现双位数增长。

“在相互竞争中，如何做大蛋糕、

创造新的增量是发展核心。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛认为，目前，平台企业一是通过打破封闭的服务生态，在支付、物流等方面相互接入，拓展了新用户群体；二是发力偏远地区线上消费业务，获得用户增量；三是借助“电商+产业带”等电商与供给侧的深度融合模式，带动传统工厂数字化转型升级，同时激发新消费需求。

“2024年四季度以来，拼多多通过‘新质商家扶持计划’培育了一批具备商品、技术创新能力的新质商家和品牌，带动产业带突破‘同质化竞争’。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示，随着越来越多的新质商家和高质量产品涌现，平台可以为消费者提供更丰富的产品选择，实实在在惠及需求侧，打造出多方长期共赢的健康平台生态。

技术竞速：布局AI等焦点领域

“研发投入”是不少平台企业财报中的关键词，已成为平台企业高质量发展的核心引擎之一。

腾讯2024年研发投入达706.9亿元，2018年至今累计投入3403亿元；美团继续秉持“零售+科技”战略，2024年研发投入达211亿元；拼多多2024年研发投入127亿元，同比增长

16%……

在研发投入不断提升的同时，AI已成为平台企业的布局焦点之一。多家平台企业负责人都曾在业绩发布会上强调对AI领域的业务和财务布局。

“数月前，我们重组了AI团队以聚焦于快速的产品创新及深度的模型研发，增加了AI相关的资本开支，并加大了对原生AI产品的研发和营销力度。”腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾表示，相信这些投资会创造更长远价值。

“过去一年多来，阿里巴巴持续投入AI基础设施建设，阿里云AI相关产品收入连续六个月实现三位数同比增长。”阿里巴巴集团CEO吴泳铭今年2月表示，未来三年，阿里巴巴将在AI基础设施、基础模型平台及AI原生应用、现有业务的AI转型等三方面加大投入。

与此同时，供应链智能化、平台治理技术升级等领域也是多家平台企业技术投入的重点方向。

业内人士认为，当前，平台企业的技术投入正从“成本项”转向“价值创造项”。AI、供应链智能化等技术成为平台企业新增长点的同时，也将惠及更多中小企业，为其带来更强大的技术支撑，赋能产业发展，实现降本增效。

发力全球化：从商品出海到服务输出

“当前，不少平台企业将新增业务量押注在海外市场开发上。例如电商平台通过‘一站卖全球’、部分国家包邮等方式吸引海外用户，为平台商家增加境外流量，同时布局跨境电商，深挖海外市场潜力。”李鸣涛说。

数据显示，2024年第四季度，阿里巴巴旗下Lazada、速卖通等国际电商平台贡献了377.56亿元人民币营收，同比增长32%。

与此同时，从财报看，当前多家平台企业发力海外市场，在发展商品贸易的同时，逐步拓展至供应链、技术和服务能力输出。

2024年，京东物流实现海外一体化供应链收入持续高速增长；美团旗下外卖品牌Keeta继2024年10月在沙特阿拉伯首都利雅得上线后，进一步拓展至沙特阿拉伯的所有主要城市，用户数和订单量迅速增长……

专家表示，平台经济的快速发展和结构、触角的不断延伸，彰显了企业的韧性与活力。未来，推动平台经济健康发展，有望进一步激活消费潜力，赋能实体经济，发展新质生产力，在推动经济高质量发展、加快科技创新和产业创新融合等方面发挥更大作用。
(新华社北京3月25日电 记者 张千千)



前门老街 京韵悠悠

3月25日，游客在前门大街全聚德起源店内品尝烤鸭。

北京前门大街是一条拥有数百年历史的老街。随着北京中轴线、中国传统春节等文化元素走向世界，古老的前门大街向全世界展现古城北京和中国传统文化的魅力。

新华社记者 李欣 摄

对“人肉开盒”说“不”

新华视点

一言不合就“开盒”、意见不同就“人肉”、口角冲突就“挂你”……近年来，网络“人肉开盒”事件时有发生。“人肉开盒”为何时有发生？如何保护个人信息安全？“新华视点”记者展开了调查。

每个人都可能成为受害者

“人肉开盒”“开盒挂人”指利用非法手段公开曝光他人隐私数据与信息，最初来自网络贴吧、论坛等匿名平台，意思是“打开盒子揭露隐私”“把某人的信息在网上挂出来”。一些“开盒”事件，从单纯的信息曝光演变为叠加电话骚扰、语言攻击、恐吓威胁等违法行为。

“人肉开盒”等网络暴力带来诸多不良社会影响。

除了明星或公众人物，普通人也可能成为“人肉开盒”的受害者。有些人仅仅因为在网上发表了不同看法，就会被“开盒者”人肉搜索，随之遭到辱骂、骚扰。

不少“开盒”事件背后，有未成年人的身影，部分超话、贴吧、网络“校园墙”等成为“开盒”的重灾区。

2023年，某视频平台通报了一起“人肉开盒”案例。经公安机关查明，此次网暴侵权案件牵涉18个省份，共计40余人，而这当中的主要活动成员是两名未成年人。

暗藏黑色“产业链”

“人肉开盒”事件时有发生，背后折射出信息安全等多重风险，甚至在网络上形成一条“开盒”黑色产业链。

记者在一些社交平台搜索“开盒”“人肉”等关键词，发现不少包含隐晦话术的帖子。一些“黑话”如“cx”代表“普通查询”，可查姓名、手机号、身份证号等要素；“lm”表示“猎魔”，可进一步查询快递地址、车牌号等。

“人肉开盒”之所以能够获得“开”的机会，很大程度上是用户数据泄露所致。

据了解，一些黑灰产业从业者收集泄露的个人信息，搭建可供查询的数据库。这类数据库俗称“社工库”，数据来源各不相同，如外卖、快递地址泄露的数据，以及网络上倒卖的各类数据。

记者在某境外社交平台检索“开盒”，发现多个相关公开群组，其中一个以“查人/社工”等为关键词的群组成员数近5000名。该群组的简介显

示，仅需提供身份证号码，就可查询开房记录、名下资产、航班信息等；如仅提供手机号，亦可查询定位、快递和外卖地址、通话记录等。

记者浏览群组页面看到，多个匿名用户频繁发布“人肉”广告帖，并附上境内外网络平台联系方式。有匿名用户发帖称“全国招收内部人员”，列举了公安、税务、银行、运营商、快递等机构，称“缺钱想要赚钱的可以联系我”。

记者点进一名推销“开盒”业务的群组成员主页，上面晒出多条“出单”截图——从IP定位地址到社会保险参保证明，从网逃记录到家庭户籍信息，从通话记录到快递收货地址，其中不少为电脑屏幕拍摄照片。

根据一个广告帖发布的QQ号，记者与一名从业人员建立了联系。此人表示，提供手机号码，就可以查询全家户籍、工作单位、外卖地址、快递地址等，标价则为500—1000元不等。他反复强调信息“保真”，但对信息来源三缄其口，表示这是“保密”内容。

向“人肉开盒”说“不”

国家有关部门已在发力整治网络暴力行为。2023年11月中央网信办开展的“清明·网络戾气整治”专项行动明确，坚决打击“网络厕所”“开盒挂人”行为，坚决取缔以“网络厕所”“开盒挂人”“拉踩引战”等为主题的账号、群组。

2024年，北京、河南、贵州等地

网信部门深入核查问题线索，解散关闭1500余个提供“挂人”服务的话题、超话、贴吧，对存在突出问题的平台予以从重处罚，相关违法线索已转公安机关。

防止“人肉开盒”，企业和平台应承担起主体责任。中国人民大学法学院教授刘俊海等建议，平台可以优化举报机制，对涉隐私内容及删除，并对违规账号采取更严厉的惩罚措施；同时提升敏感词监测的精准度，及时清理不良言论。

奇安信安全专家裴智勇等建议，相关平台在收集数据时应遵循“最小必要原则”，减少前端数据收集，从源头降低数据泄露风险。同时，对隐私数据要建立信息加密机制、向第三方提供信息的责任机制；一旦出现信息泄露事件，能够及时倒查。

中国政法大学讲师许博洋建议，中小学要多开展普法教育，可邀请办理未成年人案件的司法人员走进校园，结合案例讲解相关法律知识，增强青少年的法治意识，让他们了解“开盒”等行为的风险和危害。

专家表示，网民要提高个人隐私保护意识，尽量避免在网络上透露自己的真实姓名、家庭住址、行程等信息。一旦遭遇“开盒”或被人以“开盒”相威胁，可向平台举报，要求删除侵权内容；同时，积极采取法律手段维护自身权益，必要时依法向法院提起诉讼。

(新华社北京3月25日电 记者 孙飞 周思宇 胡林果)

更好地发挥以旧换新政策效能、促进外贸优品消费、扩大入境消费……记者从商务部25日举行的专题新闻发布会上获悉，商务部将围绕扩消费开展四方面工作。

——升级商品消费，稳住消费大盘。

商务部消费促进司司长李刚说，将在去年政策基础上，扩大消费品以旧换新补贴范围、加大补贴力度、优化服务措施，更好发挥政策效能。还将加快推进内外贸一体化，促进外贸优品消费；顺应消费发展趋势，培育国货“潮品”消费增长点；开展汽车流通消费改革试点，扩大汽车后市场消费。

据介绍，截至3月24日，今年全国汽车以旧换新申请量合计超过150万份，消费者购买12大类家电以旧换新产品超过2800万台，4500多万名消费者申请了5600多万件手机等数码产品的购新补贴，电动自行车以旧换新已经超过220万辆。

今年年初，商务部等8部门发布《关于开展汽车流通消费改革试点工作的通知》。李刚说，目前商务部正指导各地商务主管部门会同相关部门有序开展试点申报工作，加紧编制试点工作方案。后续将按照“成熟一批、启动一批”的原则，分批研究确定试点城市名单。

——扩大服务消费，挖掘消费增量。

李刚说，将实施服务消费提质惠民行动，围绕餐饮、家政、养老、文旅、体育等服务消费重点领域，组织开展“服务消费季”“中华美食荟”等系列消费促进活动。

针对高品质服务供给不足和群众关心的服务质量的问题，商务部服贸司副司长王波介绍，一方面，推进服务业扩大开放综合试点示范，推动互联网、文化等领域有序开放，扩大电信、医疗、教育等领域开放试点。另一方面，从放宽准入、减少限制、优化监管等方面入手，扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给。开展生活服务招聘季活动，实施家政服务员技能升级行动。

——培育新型消费，增强消费动能。

李刚说，将积极推进首发经济，培育一批有影响力的首发平台载体；发展数字消费，通过完善发展环境、深化数字消费提升行动、培育品质电商等举措，释放数字消费潜力；培育“人工智能+消费”，促进人工智能消费终端进千家万户、人工智能商业终端进千商万店；促进“IP+消费”，畅通IP授权、商品开发、营销推广全链条；发展绿色、健康等新型消费。

数字消费是新型消费的重要组成部分。商务部电子商务司副司长王鹏飞说，将加强数字消费相关政策研究，深化专项提升行动，聚焦数字产品和服务、内容和渠道等方面，指导各地推出务实举措。

——创新消费场景，激发消费活力。

围绕促进消费场景创新和需求潜力释放，李刚重点介绍了两项工作。一是开展“购在中国”系列活动，将聚焦绿色、智能、健康、文旅等消费新增长点，组织开展系列活动。二是提升离境退税政策效能，会同相关部门出台针对性的政策措施，增加退税商店数量，优化退税服务，便利境外旅客在华购物，扩大入境消费。

商务部流通发展司一级巡视员张祥说，在城市，将实施城市商业提质行动，以“百街千圈”为目标，构建以示范步行街（商圈）为引领，特色商业街区为支撑，一刻钟便民生活圈为基础的城市商业格局。在农村，将持续健全以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业网络。

(新华社北京3月25日电 记者 谢希瑶)

国务院国资委：“三个更加突出” 深化央企“AI+”专项行动

新华社北京3月25日电（记者王希）“中央企业人工智能产业发展将进一步提速加力。”国务院国资委规划发展局有关负责人25日表示，国务院国资委将继续深化央企“AI+”专项行动，更加突出应用领航，更加突出数据赋能，更加突出智算筑基，深化与各方协同合作，为加快推动我国人工智能产业高质量发展作出更大贡献。

这位负责人是在25日国务院国资委举行的一场专题媒体通气会上作出上述表示的。

当前，人工智能已成为国际竞争的新焦点和经济发展的新引擎。2024年，国务院国资委启动央企“AI+”专项行动，推动国资央企在人工智能领域实现更好发展、发挥更大作用。随着专项行动持续深化，中央企业在应用、算力、数据、模型等人工智能产业重点领域取得积极成效。

会议信息显示，继续深化央企“AI+”专项行动，国资央企下一步将更加突出应用领航，强化深度赋能，瞄准战略意义强、经济收益高、民生关联紧的高价值场景，强化行业协同、扩大开放合作，加大布局力度，更好服务千行百业；更加突出数据赋能，将以龙头企业为牵引，分批构建重点行业高质量数据集，提升通用数据集质量和多样性，以服务大模型训练，持续参与数据标注产业基地建设，推进数据共享开放，突破数据难题，做强做优数据产业；更加突出智算筑基，夯实算力基座，为技术突破、应用落地提供有力支撑。

据了解，国务院国资委下一步还将积极引导中央企业加大资金投入，持续壮大发展人工智能的长期资本、战略资本、耐心资本，优化人才引育，建立更加符合行业特点规律的人才评价体系。

MLF 再次净投放 改为多重价位中标

新华社北京3月25日电（记者吴雨任军）为保持银行体系流动性充裕，3月25日中国人民银行开展4500亿元中期借贷便利（MLF）操作，期限为1年。与之前不同的是，自本月起MLF将采用固定数量、利率招标、多重价位中标方式开展操作。

本月MLF到期3870亿元，实现净投放630亿元，是2024年7月以来MLF首次净投放。

“MLF操作再次净投放，展现适度宽松的货币政策取向。”中国民生银行首席经济学家温彬表示，今年以来，中国人民银行使用多种工具投放流动性，买断式逆回购余额逐步增加，减轻了MLF投放中长期流动性的压力，保持了流动性充裕和货币市场利率平稳运行。

本次MLF操作改为多重价位中标，25日操作当日，中国人民银行不再公布MLF统一的中标利率。有专家认为，此举标志着MLF利率的政策属性完全退出。

去年以来，中国人民银行围绕疏通货币政策传导渠道开展了一系列工作，明确公开市场7天期逆回购操作

利率为主要政策利率，并逐步淡化其他期限工具利率的政策色彩。

将MLF操作时间延后至LPR报价之后，MLF操作采用利率招标，买断式逆回购工具采用多重价位中标方式……这一系列调整，不仅提升了市场机构的定价能力，也有助于多重价位中标顺利在MLF操作中开展。

“政策利率属性淡出后，MLF聚焦于提供1年期流动性，作为流动性投放工具的定位更为清晰。”东方金诚首席宏观分析师王青认为，目前央行流动性工具箱丰富，期限分布更趋合理，有利于更好兼顾多重目标。

采取多重价位中标方式，市场机构可根据自身资金需求和成本情况选择不同利率投标，按照从高到低的顺序依次中标，机构的中标利率就是自己的投标利率。在专家看来，这种方式可以更好反映机构差异化的资金需求。

“采用多重价位中标，MLF资金成本将总体下降。”温彬表示，此举可发挥机构市场化自主定价能力，有利于降低银行负债成本，缓解净息差压力，增强金融支持实体经济可持续性。

今年扩消费怎么干？商务部这场发布会划重点