消费视窗·聚焦消费新场景

培育新业态，打造新场景，探索新模式

激发体育消费新活力

本报记者　齐志明　贺　勇　宋豪新　刘晓宇

中央经济工作会议提出，“着力扩大国内需求”“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”。

体育消费是居民生活服务消费的重要组成部分，随着健康中国战略和全民健身国家战略的深入实施，体育消费步入发展快车道。当前，我国体育消费规模约1.5万亿元，预计2025年将增长至2.8万亿元，规模接近翻一番。

今年的《政府工作报告》指出，推动餐饮、文化、旅游、体育等生活服务消费恢复。各地区各部门多措并举增强体育消费能力，改善体育消费条件，创新体育消费场景，推动大众体育消费潜力进一步释放，为促消费、稳经济做出积极贡献。

图为在北京朝阳区东枫国际体育园，飞盘爱好者进行传接盘练习。　新华社记者　任　超摄（影像中国）

新业态——

顺应健康生活新需求，新型运动消费快速兴起

奔跑、跳跃、欢呼，一张小小的飞盘在年轻人中传递。3月11日，首届北京极限飞盘大师公开赛在北京市朝阳区快乐星期四体育公园开幕，来自北京、天津、辽宁、广东等地的近150名“盘友”参加了此次赛事。

“飞盘简单易学，玩起来心情舒畅。”北京市民明月说，在教练指导下，半小时就学会了接盘、抛盘。通过飞盘运动，她还结识了不少好友。

近年来，新型运动消费快速发展，冲浪板、桨板、滑雪板“新三板”运动走进越来越多家庭，攀岩、射箭等小众运动“出圈”，更多新颖潮流的运动方式，大大激发了人们的体育消费热情。

拉弓、瞄准、发射，整套动作一气呵成。“10环！”眼见箭稳稳地射中靶心，福建福州市仓山区居民陈雄兴奋地说：“我基本每两周都会来一次，射箭这项运动能增强体质，锻炼耐心，感觉很值！”陈雄所在的这座运动馆，主要提供射箭、射击等运动项目，每逢周末，场地供不应求。

在四川成都，新型体育消费市场也悄然升温。到天府绿道玩桨板、皮划艇，去锦江绿道三色路段陆地冲浪，或是在商业综合体里来一场“体育+科技”的多项目体验……总有一种体育运动新方式，适合追求健康生活的各个年龄层的居民。

在重庆，巴南区着力打造户外运动首选目的地，不断开发体育消费新业态，目前已发展低空飞行营地6个、漂流营地4个、露营基地5个、卡丁车项目8个、攀岩项目2个，为体育产业发展注入新活力。一些社区积极举办街舞、花样滑冰等活动，打造沉浸式互动体验街区，进一步激发了人们的体育消费热情。

专家表示，飞盘、射箭、攀岩等运动项目上手快、趣味性强，既能锻炼身体，又有社交属性，逐步从小众运动变成热门运动，以崭新的方式融入广大人民群众的美好生活，拓展了人们的体育消费领域。

新场景——

因地制宜增加供给，改善运动体验，推动体育消费提档升级

3月18日，在位于北京朝阳区的国家速滑馆“冰丝带”，等待滑冰的游客排起了长队，冰面上也十分热闹，新手们借助海豚状的滑冰助手在内道小心练习，有基础的爱好者则在外道尽情驰骋。

“‘冰丝带’正在从‘最快的冰’向‘大众的冰’转变，一到周末和节假日，这里的游客日预约量接近2000人。”国家速滑馆工作人员介绍。

“我们是第一次来‘冰丝带’，一进来就感觉特别开阔明亮。”北京市民郝聪说，以往一旦过了冬季，可供滑冰的场所并不多，如今有了像“冰丝带”这样的一流场馆，对滑冰爱好者来说简直太棒了。

“冰丝带”除了接待散客参观和滑冰体验，还引入了国内冰上运动项目培训机构，提供包括速度滑冰、短道速滑、花样滑冰等项目从零基础到专业化的培训课程。整个场馆可同时开展冰球、速度滑冰、花样滑冰等各类群众性冰上运动。今年以来累计接待参观旅游和上冰体验游客10万人次左右，开展冰上培训近5000人次。

去年7月，国家体育总局办公厅印发的《关于体育助力稳经济促消费激活力的工作方案》提出，深化体育消费试点工作，推动40个国家体育消费试点城市通过打造体育消费新场景、培育体育消费新业态新模式、发放体育消费券、组织体育消费节等措施，更好满足群众疫情防控常态化下的体育消费需求。

不少地区积极探索、主动作为，不断拓展“体育+”消费内容，打造更多集竞技、休闲、娱乐、旅游、健身等于一体的体育运动场景，为人们提供更健康、更丰富的运动体验。

去年底，国家体育总局体育文化发展中心公布了“2022中国体育旅游精品项目”入选名单，成都环城生态公园“百公里一级绿道”骑行线路、成都马拉松等6个成都市推荐的项目入选。今年1月，成都市体育局在体育消费新场景的基础上，结合天府绿道、城市公园、潮玩商圈以及大运会新建体育场馆，评出包括体育场馆、社区邻里、户外营地、城市公园、旅游景区、美丽乡村、商业中心、工厂文创等八大类型体育消费示范场景100处。在各类体育新消费场景的带动下，全市体育市场发展稳中有进。统计显示，去年成都体育消费规模达到582亿元，人均体育消费支出超2700元。

拥有58座山体、156条内河的福州市被誉为“千园之城”。福州市依山傍水建设了数百公里长的城市休闲绿道——“福道”，串起一座座山体、连起一条条河流，居民漫步其间即可“看山、望水、走巷”。同时，“福道”连接了不少茶馆、运动场馆，对接“榕e动”智慧体育公共信息服务平台，居民可随时预约锻炼、品茗休闲。

专家表示，从提升运动技能到购买硬件装备，从自身锻炼到参加比赛，从“体育+旅游”到“体育+娱乐”，体育消费产业链点多、线长、面广，要因地制宜、顺势而为，加强规划设计，增加项目供给，丰富消费场景，推动体育消费提档升级。

新空间——

优存量，拓增量，不断满足人民群众多样化体育消费需求

篮球馆、羽毛球馆、网球俱乐部……近日，位于北京丰台区葆台北路、紧邻世界公园的金岁广场正式开门迎客。

金岁广场总面积达15万平方米，可以同时容纳6000至8000人开展体育运动，形成以体育消费、休闲文化为依托的产业集群，推动区域的休闲体育文化快速发展。

“这里原先是葆台村一处闲置库房，我们积极响应国家加快发展体育产业促进体育消费的号召，完善基础设施，对水电、市政等进行升级改造。”金岁广场项目负责人介绍，目前园区有休闲运动、体育文创等多种业态，为周边居民群众提供了一处健身休闲的好去处。

老库房变身体育综合体、储煤房更新为运动空间……北京市持续推进体育场地设施补短板工程，深入挖掘公园绿地、腾退空间、边角地等闲置空间资源，大力推进健身场地设施建设，在解决了群众“健身去哪”问题的同时，也为扩大体育消费奠定了基础。

“不断优化体育服务供给，满足群众多样化体育消费需求，激发体育消费动力。”北京市体育局副局长杨海滨表示，北京正加快培育具有全球影响力和竞争力的体育消费城市。

《关于体育助力稳经济促消费激活力的工作方案》提出，有序推动体育系统所属的公共体育场馆向社会开放，组织或承接各类全民健身和体育竞赛活动。当前，不少地区在为百姓体育消费创造更多新空间上双管齐下，既在开拓增量上下功夫，也在优化存量上做文章。

作为2015年首届青运会的专业场馆，福州马尾体育馆占地98亩，场馆内设主体育馆、室内篮球训练馆、室外篮球场、室外网球场、五人制足球场、室外泳池和全民健身广场，是集运动、休闲、娱乐、餐饮于一体的综合型体育场馆。“去年我们接待了各项运动体验者近10万人次，居民前来消费也促进了场馆的良好运维。”马尾体育馆负责人刘锋介绍。

专家表示，在保证专业运动队日常训练的前提下，建议有序推动体育系统训练中心、基地和体校内的部分场馆场地向社会开放。同时，有关部门要支持各地加快体育公园、全民健身中心、公共体育场、社会足球场、健身步道、户外运动公共服务设施等体育设施建设进度，让城乡居民体育消费空间更广阔。

市场漫步

助力农村消费更快热起来

子　鸣

统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，聚焦更好服务农村流通，把握市场趋势，顺应发展规律，加快推进农村消费环境治理，提升消费者满意度，不断增加农村品质消费供给

“自从村里有了快递驿站，大伙儿网上购物热情更高了。从大件家电到小件衣服，大小包裹直接送到家门口，收件真方便。”近日，在中部一个农村采访时听到的话语，道出了许多农民的感受。

没有农业农村现代化，就没有整个国家现代化。构建新发展格局，把战略基点放在扩大内需上，农村有巨大空间，可以大有作为。建设高效畅通的农村物流体系，营造安全放心的农村消费环境，对于不断释放农村消费潜力、扩大国内需求、全面推进乡村振兴具有重要意义。

中国消费者协会日前发布的《2022年农村消费环境与相关问题调查报告》显示，我国农村居民对当前农村消费环境的综合满意度为75.35分，总体表现良好。但农村消费市场仍有不少短板：农村物流配送体系建设短板较为突出，农村市场商品质量有待提升，售后服务还有待规范等等。

在一定意义上说，短板也是空间，差距也是潜力。顺应广大农村居民对美好生活的向往，聚焦突出问题和关键诉求，要统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，拿出一揽子方案与举措，切实优化农村消费环境、提振农村消费信心，促进农村消费迈上新台阶。

从供给侧来说，要着力在完善农村流通设施与增加农村市场优质供给上下功夫，大力畅通下沉和上行双通道，满足农村居民消费升级需求。当前，居民消费已经从“有没有”转向“好不好”，品质型消费取代温饱型消费，因此，要多方发力增强有效供给，加强商业资源调度配置，特别是要发挥好相关商业连锁经营和供应链优势，不断提高农村商业流通标准化水平。在打通物流“最后一公里”方面，要加快推进县乡村三级物流快递配送体系建设，尽快补充农村快递点位数量，细化农村快递物流网络，提高县乡地区快递物流的配送效率。

从需求侧来说，要提升农村市场监管水平，营造安全放心健康的消费环境，激发农民消费意愿。现在，“三无”食品、山寨产品等在一些农村地区依然可见。这些假冒伪劣产品扰乱农村市场秩序，影响老乡们的消费信心。为此，一方面，要加大工作力度，完善农村消费者权益保障网络；另一方面，要把规范农村市场秩序和加强市场监管放在突出位置，加大执法力度，完善城乡联动机制，加强源头治理。

扩内需，最大潜力在农村。助力农村消费更快热起来，办法多、后劲足、前景广。相关部门和企业要聚焦更好服务农村流通，把握市场趋势，顺应发展规律，加快推进农村消费环境治理，提升消费者满意度，不断增加农村品质消费供给，进一步提升老乡们消费的获得感、幸福感与安全感，为建设宜居宜业和美乡村提供有力支撑。

市场资讯

3月份零售业景气指数为50.6%

企业经营信心进一步增强

本报记者　王　珂

中国商业联合会发布，3月份中国零售业景气指数为50.6%，较上月上升0.3个百分点。

分行业看，3月份，商品经营类指数为50.6%，较上月微升0.3个百分点；租赁经营类指数为51.8%，较上月微降0.6个百分点；电商经营类指数为49.9%，较上月小幅上升1.4个百分点。

其中，商品经营类景气分指数季节性回升。销售额指数为52.8%，较上月小幅上升2.5个百分点，经营预期向好，体现了商品零售季节性规律，也表明企业经营信心进一步增强。盈利水平指数为51.0%，较上月微升0.5个百分点，表明商品经营类企业对盈利水平预期稳定。

3月份，商铺出租率指数为54.3%，较上月小幅上升1.4个百分点，连续3个月上升，表明租赁经营类企业预期经营状况持续好转。

继上月电商业务在线总商品数分指数回归临界点以上后，电商业务实物总销售额分指数3月也回升至临界点以上。当月电商业务实物总销售额指数为50.9%，较上月继续小幅上升1.7个百分点，重回荣枯线以上，表明电商经营类企业销售预期持续向好。

中国商业联合会认为，在促消费政策等因素推动下，消费逐渐恢复常态，零售企业要积极布局一年规划，采购新品，策划促销，迎接消费稳定恢复。

4月1日起，海南离岛免税购物可即购即提

到海南免税购物更方便了

本报记者　罗珊珊

“没想到一大早就有不少人在门外排队了，正好赶上这个月是我的生日，双倍积分加上各类优惠活动，非常划算。”近日，作为海南行的最后一站，北京游客张淳来到三亚国际免税城，一下子买了不少商品。

据统计，今年前2个月，三亚海关共监管离岛免税销售金额79.78亿元，销售免税品795.95万件，购物人次90.11万人，日均销售超1.3亿元。

为更好满足海南离岛免税市场需求，促进消费增长，3月21日，海关总署、财政部、国家税务总局发布《关于增加海南离岛免税购物“担保即提”和“即购即提”提货方式的公告》（以下简称《公告》），明确自4月1日起，增加海南离岛旅客免税购物提货方式。

此前，海南离岛免税提货方式主要包括离岛自提（在机场、火车站、码头指定区域提货）、邮寄送达、岛内居民返岛提取等，3种提货方式均需在离岛后才能提货。

如今，根据新政策，4月1日起，离岛旅客可对单价超过5万元（含）的免税商品选择“担保即提”提货方式，在向海关提交相当于进境物品进口税的担保后可现场提货。旅客离岛时，由本人主动向海关申请验核尚未启用或消费的免税品，并提交免税品购物凭证和本人有效身份证件或旅行证件。经海关验核，对旅客交验的免税品与购物信息相符的，海关在购物凭证上确认签章。旅客本人实际离岛后，海关退还担保。

《公告》明确，4月1日起，对于单价不超过2万元（不含）的免税品，可按每人每类免税限购的数量要求，选择“即购即提”方式提货。离岛旅客支付货款后可现场提货，离岛环节海关不验核实物。

根据与《公告》同步发布的《允许“即购即提”方式提货的离岛免税商品清单》，剃须刀、化妆品、香水、婴幼儿配方奶粉、太阳眼镜、鞋帽、服装服饰、玩具等15种商品品种被列入其中。该清单还对各商品品种的每人每次离岛限购数进行明确。

专家表示，这次政策优化提升了离岛免税的购物体验，能够进一步激发消费者的免税购物热情，促进海外消费回流，为离岛免税整体市场的销量提升和海南经济增长注入新动力。

消费万花筒

本版责编：齐志明