

紧跟升级新趋势,推动形成新亮点

消费市场潜能持续释放

本报记者 王珂 曹文轩 杨笑雨 邓剑洋

4月13日至18日,第四届中国国际消费品博览会在海南省海口市举办。本届消博会展会规模、参展品牌数、新品发布数、观展人数等各项指标均创新高,展现了中国主动扩大开放的坚定决心,也反映了消费市场潜能不断释放带来的澎湃活力。

国家统计局发布的最新数据显示,一季度,市场销售保持平稳增长态势,升级类商品需求持续释放,网络购物对消费增长的拉动作用进一步增强,服务消费保持两位数增长。供给新,人气旺,动力足,一季度消费对经济增长的贡献率达73.7%,发挥了重要的支撑作用。

精准洞察消费新需求,提供更加优质的消费供给

去年底召开的中央经济工作会议提出,“推动消费从疫后恢复转向持续扩大”。今年的《政府工作报告》提出,“培育壮大新型消费,实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点。”

一季度,实物消费总体稳定,社会消费品零售总额120327亿元,突破12万亿元,同比增长4.7%。从居民实物消费看,食品消费、日用品消费以及一些居住类消费都比较稳定。

本届消博会总展览面积12.8万平方米,共有来自71个国家和地区的4019个消费精品品牌参展,参展国别数和品牌数较上届分别提升9%和19%。专业采购商超过5.5万人,较上届增长10%。主会场进场观众达37.3万人次,超过上届5.2万人次。

成效超预期的消博会,是消费新动能持续释放的一个缩影。

敦煌美术研究所龙年主题红色卫衣、上海牌“繁花特别款”腕表、晨光文具与故宫联名的中国风签字笔……消博会上,在得物APP展台,一系列国货潮品成为人们打卡体验的热门。据介绍,展台展示的敦煌美术研究所龙年主题红色卫衣于今年1月发售,受到不少消费

者欢迎。

在本届消博会2号馆,唯品会展台的时尚展品吸引了不少观众。唯品会APP上线“云上消博会”活动专区,为消费者带来数万款知名国际国内品牌商品,涵盖潮流服饰、运动户外、美妆护肤、家居家电、生活百货等丰富品类。

“希望通过消博会发掘更多国际国内的优质品牌,更好满足消费者高品质、多元化的需求。”唯品会副总裁孙格非表示。

得物APP相关负责人说,消博会不仅汇聚了国内外优质消费品牌,也能让企业更好了解消费升级新趋势。希望通过消博会平台,更加精准洞察消费新需求,不断优化消费供给,助力消费潜力持续释放。

一季度,服务消费成为亮点。在系列促消费政策持续发力、春节假期延长等因素带动下,服务消费供给逐步优化,服务消费需求不断释放,服务零售保持较快增长。一季度,服务零售额同比增长10%,高于同期商品零售额增速6个百分点。

创新产品和服务,打造新场景、新业态、新模式

一季度,实物商品网上零售额同比增长11.6%,增速比上年全年加快3.2个百分点,对社会消费品零售总额增长的拉动超过2个百分点;其中,吃类、穿类和用类分别增长21.1%、12.1%和9.7%。

本届消博会,超过1462件新品首发,较上届增长45%。展会期间,超600场新品首发首秀,时装周、采购对接、行业推介等主题活动和特色活动举办,带来全新的参展体验。

消博会上,科大讯飞AI智能扫描机器人吸引了众多观众,这款产品可以识别更长的语音指令和手势指令,带来更加省心的使用体验;喜茶展台展示新款智能分体式泡茶机,制作的茶饮产品具有很高的人气;珠海免税集团携旗下珠海免税MALL等项目参展,全面展示免税主业、商业运营、跨境电商等方面的创新成果。展会现场,珠海免税集团与珠江船务签

订合作协议,就境外免税项目合作、免税贸易、免税供应链渠道等方面达成合作意向,更好服务消费新需求。

从消博会到全国消费市场,创造新供给满足新需求激发新动能已成为共识。我国消费市场提质升级的大趋势没有变,越来越多企业紧跟消费升级新趋势,创新产品和服务,打造消费新场景、新业态、新模式,推动形成市场新的增长点。

直播带货、即时零售等电商新模式带来新体验。一季度,限额以上零售业实体店商品零售额同比增长3.3%;其中,便利店、专业店商品零售额分别增长5.2%和6.3%。线上线下深度融合,新场景加速涌现。实体零售店不断推动数字技术与消费场景融合,提升购物体验,带动商品零售稳定增长。从与网购密切相关的邮政快递业发展情况看,一季度全国邮政快递业务量同比增速预计超过20%。

消费热点不断拓展延伸,升级类商品消费需求较快释放。一季度,限额以上单位体育娱乐用品类、通信器材类零售额同比分别增长14.2%、13.2%。与居住相关的商品零售额增速加快或由负转正,家用电器和音像器材类、家具类零售额分别增长5.8%、3%,增速比上年全年加快5.3、0.2个百分点。

多措并举扩大消费,巩固增强经济回升向好态势

今年以来,文旅消费延续良好发展势头。各地紧跟文旅消费需求新趋势,结合本地产业特点,创新举办多样的文旅消费活动,为游客提供更丰富的文旅消费体验,进一步激发了人们的出游热情。

国家统计局数据显示,一季度居民出行意愿较强,餐饮、交通、文娱等服务消费快速增长。一季度,餐饮收入同比增长10.8%,交通出行类、文体休闲类服务零售额增长较快。从部门数据看,全国营业性演出(不含娱乐场所演出)场次同比增长72.71%,票房收入同比增长116.87%。假日消费持续火爆。春节、清明节

等假期的出行人数、旅游收入都已超过2019年的水平,同比实现两位数增长。

本届消博会,充满浓郁度假风的复星旅文展台,热气球、滑雪、水世界等造型和项目吸引了不少观众前来打卡。展台上展示的三亚亚特兰蒂斯、太仓阿尔卑斯国际度假区等品牌,以及城市度假、冰雪度假、亲子度假等主题产品,吸引了不少观众前来了解咨询。

作为本届消博会配套文艺演出,音乐剧《苏东坡》4月12日在海南国际会展中心东方环球大剧院上演,通过音乐剧的形式讲述东坡文化,吸引了参展商和观众观看。

“希望借助消博会平台,拓宽文化与旅游、艺术产业相结合的新路径,打造更有特色的文化品牌,为游客提供更多优质的文旅产品。”海口市旅文局局长王可说。

汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”……本届消博会期间,全国消费品以旧换新行动——海南站暨海南国际消费季启动。中国家用电器协会、中国物资再生协会等发出“促进家电以旧换新 推动更新消费循环”倡议,鼓励通过优化产品结构、完善回收体系和加强环保教育等方式,促进消费循环,为绿色发展贡献力量。

商务部等14部门近日联合发布《推动消费品以旧换新行动方案》,提出力争到2025年,实现国三及以下排放标准乘用车加快淘汰,高效节能家电市场占有率进一步提升;报废汽车回收量较2023年增长50%,废旧家电回收量较2023年增长15%;到2027年,报废汽车回收量较2023年增加一倍,二手车交易量较2023年增长45%,废旧家电回收量较2023年增长30%。

“鼓励和推动消费品以旧换新带来巨大的市场机遇。”中国物资再生协会会长许军祥说。汽车、家电、家装厨卫市场综合体量大,带动效应强,焕新升级潜力非常大。

商务部相关负责人表示,将坚持“政策+活动”双轮驱动,以推动消费品以旧换新为重点,开展“消费促进年”系列活动,通过“季季有主题、月月有活动、周周有场景”,推动形成“全年乐享 全民受惠”的消费热潮,多措并举扩大消费,巩固增强经济回升向好态势。

加快数字化转型,推动高水平开放,提升供给、优化环境,释放服务消费更大潜力

高“五一”假期还有一段,但“五一”去哪儿玩”已经在社交媒体上引发广泛讨论,除了传统的热门旅游城市,一些县区、乡村的新兴旅游景点也颇受关注。

今年以来,从黑龙江哈尔滨冰雪旅游到甘肃天水麻辣烫,再到全国各地的踏青赏花,在假日效应的带动下,文旅市场春潮涌动、活力澎湃,带动餐饮、住宿、交通等服务消费快速增长。国家统计局最新数据显示,一季度服务零售额同比实现两位数增长,全国居民人均服务性消费支出同比增长12.7%,占居民人均消费支出比重为43.3%,比上年同期提高1.6个百分点。

基于生活服务类电商平台用户消费订单数据构建的生活服务消费热度指数,同样印证了服务消费持续向好的趋势。据国家信息中心测算,一季度该指数上升超30%,其中休闲娱乐、住宿、旅游、餐饮业消费热度指数同比分别上升68.9%、43.7%、28.3%、27.6%。

透过服务消费的火热表现,可以看到我国消费市场的升级变迁。随着我国居民收入水平提高和中等收入群体规模扩大,消费正在从实物消费向服务消费转型,以个性化、体验型、高品质为代表的服务消费在居民消费中所占比重越来越高。

可以预见,未来我国服务消费仍有巨大的增长空间。以银发经济为例,我国银发经济发展空间广阔,健康消费、家庭护理、家政照料等银发需求旺盛。新型城镇化还有很大发展空间,也会带来更多的服务消费需求。

与旺盛的服务消费需求相比,我国在文旅、家政、养老等服务消费领域的有效供给仍然不足,需进一步提升供给水平,优化消费环境,释放服务消费更大潜力。加快推动服务消费扩容提质不仅是扩大内需的重要组成部分,也是满足人们对美好生活向往的题中应有之义。今后一段时期,要以供给侧结构性改革更好满足消费新需求,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

以数字消费牵引服务消费新业态发展。近年来,在线医疗、智慧旅游、居家养老等新业态、新场景、新模式层出不穷,不仅从需求端改变着人们的生活方式和消费习惯,更从供给端推动服务行业深刻变革,拓展了消费增长新空间。要顺应新型消费发展规律,加快服务消费数字化转型,着力提升便利化、智能化水平,推进标准化、品牌化建设,促进线上线下消费和不同消费业态协同发展。

以高水平开放推动服务业转型升级。随着我国消费需求进一步释放,不仅将带来相当量的新增服务消费,而且将吸引服务投资和贸易增长。在中国国际消费品博览会等国际展会上可以看到,跨境旅游、医疗健康、低碳绿色消费等服务消费的元素不断增多。加大服务业对外开放力度,有利于更好满足国内消费需求,推动贸易投资增长,还能为国内服务业转型升级带来新机遇。

我国拥有14亿多人口的超大规模市场,消费动力足、潜力大、前景好。推动服务消费提质扩容,必将为促进消费和扩大内需贡献更大力量,为我国经济增长塑造发展新动能新优势。

罗珊珊

旺盛需求牵引服务消费扩容提质



中国国际消费品博览会成为引领消费时尚和促进消费转型升级的重要平台,吸引了全球众多优质品牌前来参展。

图①:消博会全球特色消费展区景德镇展台。
图②:观众在消博会华照生物展台参观。

以上图片均为本报记者伊霄摄

菠菜2元1斤、草头6.5元1斤……早晨7点多,江苏省常熟市董浜镇东盾村村民徐建良准时将自家菜园里采摘的新鲜蔬菜运往村里的蔬菜统一收购点。“过去要自己蹬着三轮车到处吆喝叫卖,如今开通了‘农蔬直通车’,在家门口就把菜给卖了,价格还合适,真方便。”徐建良说。

徐建良所说的“农蔬直通车”,是往返于当地城区和乡村的公交车。今年1月,中国供销集团所属中国供销商贸流通集团公司旗下的江苏新合作常客隆超市,依托现有连锁经营网络,联合常熟市供销合作社、农业农村、公交公司等多方资源,启动常熟“农蔬直通车”惠民项目,通过产地直采和线上线下销售渠道,搭建农产品购销平台,让田间地头的蔬菜搭乘公交车直达社区点位,实现当天采摘当天送达。

“董浜镇是常熟重要的果蔬产区,种植面积在3万亩以上,但当地生产的蔬菜多数由经

开通“农蔬直通车”,发展农村新型便民商店——

“供销+公交”疏通脉络

本报记者 齐志明

经纪人销往外地,农民议价能力不强。”东盾村常客隆蔬菜收购点负责人沈正荣介绍,“现在每天来这里送菜的农民有四十多户,总量超过1万斤,我们的收购价格比经纪人价格高10%,销售价格比市场价便宜20%—30%。”

今年中央一号文件指出,“深入推进县域商业体系建设,健全县乡村物流配送体系,促进农村客货邮融合发展,大力发展共同配送。”各地区有关部门加大创新探索,完善县域商业网络设施和业态,发展农村物流共同配送,提升优质农产品供给水平,多措并举推动农村流通高质量发展,更好地推进乡村全面振兴,满足县乡居民生产生活需要。

去年7月,商务部、中华全国供销合作总社等9部门联合印发的《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》提出,“建立县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。”近年来,从发展农村新型便民商店,到设置流动售卖摊点,再到整合上门服务,中国供销集团依托中国供销商贸流通集团公司遍布全国城乡的1400余家销售网点,拓展多元消费场景,改善消费基础条件,丰富商品供给,助力农民增收。

“供销+公交”疏通脉络,“供销+社区”连通家门。新合作常客隆超市负责人陶榕介绍,今年已在虞山、琴川等城区街道设立农蔬直通

车服务点24个,开展直通车活动128余场,销售地产蔬菜150余吨,总销售额近150万元。

农村物流配送的“末梢神经”被打通,也激发了乡村消费新活力。目前,常客隆超市在常熟共布局社区便民店100家,村级便民店140家,用于保障居民就近便利消费和 basic 生活服务。常客隆超市还开展“超市+银行”合作,让300家超市门店与109家银行形成优势互补,更好满足农村居民日常生活所需。

中国供销集团有关负责人表示,将继续提升农产品流通能力和日用品经营规模,发挥连锁超市、农贸市场、农产品批发市场等流通优势,积极参与县域商贸流通体系建设,为农民提供优质物美价廉的商品,助力改善农村消费环境。

消费万花筒

市场资讯

市场监管总局——

推进经营主体信用监管标准化

本报电 市场监管总局近日召开经营主体信用监管标准体系重要标准研制推进会,部署经营主体信用监管重要标准研制任务,明确标准研制工作要求和后续研究方向。

市场监管总局相关负责人表示,推进经营主体信用监管标准化,是引导和推动经营主体高质量发展的重要保障,是建设全国统一大市场的重要抓手,是构建新型监管机制的重要支撑,要以6项信用监管国家标准立项为契机,加大信用监管标准研制力度,加快建立健全经营主体信用监管标准体系。以标准化为手段完善信用监管制度设计,统一信用监管制度规则,提升信用监管制度效能,巩固拓展经营主体信用监管制度成果。

(林丽鹂)