

8210亿元，春节消费红火！

本报记者 邱海峰



2月13日，游客在天津古文化街游览。
新华社记者 赵子硕摄



2月12日，人们在cdf海口市内免税店选购免税商品。
苏弼坤摄（人民视觉）



2月16日，在安徽省滁州市琅琊区白云超市生活食品区，消费者正选购商品。
李晓村摄（人民视觉）

买年货，感受年味。云南、广东、湖北、黑龙江、新疆、西藏等地开展“一部手机逛商圈”、“线上云花市”等活动，线上领券、线下打折，让就地过年群众得实惠。北京、深圳、苏州等地发放上千万元的数字红包，让当地群众率先享受智能科技带来的特殊年味儿“大礼包”。

就地过年拉动多类消费

今年春节期间，就近休闲广受欢迎。国家电影局2月18日发布的数据显示，2月11日至17日，全国电影票房为78.22亿元，继2019年达到59.05亿元后，再次刷新春节档全国电影票房纪录，增长32.47%，同时创造了全球单一市场单日票房、全球单一市场周末票房等多项世界纪录。

据统计，今年春节档观影总人次为1.6亿，比2019年春节档增长21%。截至2月17日，今年以来的总票房已达115.88亿元，观影总人次为2.62亿，国产影片票房为112.26亿元。

在关利欣看来，服务“就地过年”，多部国产电影的上映发挥了积极作用。与此同时，就地过年带火本地游、周边游、短途自驾游，公园、景区、博物馆、滑雪场等休闲娱乐场所成为不少就地过年群众的选择。

数据显示，春节期间，北京接待市民在京游人数491.1万人次，同比增长7.3倍；本地人在京游收入15.8亿元，同比增长12倍。其中，延庆、密云、怀柔等郊区住宿消费额同比增长3倍以上。此外，上海崇明、青浦、嘉定等郊区住宿消费额增长2倍以上。

“总的来看，今年春节黄金周消费市场的强势表现凸显了中国超大规模市场潜力。”关利欣说，接下来，随着疫情进一步得到有效控制，就业形势更趋稳定，消费环境持续改善，居民的消费信心和消费意愿会逐步回升，消费有望进一步回暖。



商务部2月17日发布的数据显示，除夕至正月初六（2月11日—17日），全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%，比2019年春节黄金周增长4.9%。相关人士指出，2021年春节黄金周，居家购物、网上过节、到家服务、近郊游玩等多层次、多样化的品质性、升级型消费需求集中释放，消费市场展现出蓬勃生机和旺盛活力。

品质商品消费旺盛

商务部介绍，2021年春节黄金周，居家用品消费大幅增长，年货礼盒、家电家居、休闲食品、换季服装、健身器材等传统产品销售火热，再加上春节恰逢情人节、金银首饰、美妆产品、鲜花手礼等品质商品消费尤为旺盛。

春节期间，商务部重点监测零售企业的珠宝首饰、服装、通讯器材、家电数码比去年同期分别增长160.8%、107.1%、39.0%和29.9%，部分电商平台健身器材销售同比增长49%。厦门等地鲜花销售量比去年增长30%以上。10个一二线城市购物中心日均客流量同比增幅超200%，达到2019年春节同期86%的水平。

“今年春节，全国消费市场总体表现不俗，消费潜力进一步得到释放。”商务部研究院流通与消费研究所副所长关利欣对本报记者分析，在就地过年的背景下，从中央到地

方出台了一系列政策保供应、促消费，各类企业也在做好疫情防控的基础上坚持不打烊，整个市场供给更丰富，如不少餐饮企业创新线上线下经营模式，推出的年夜饭套餐、半成品年夜饭外卖销售火爆。

商务部数据显示，春节期间，大型支付机构监测餐饮商户销售额同比增长约1.3倍，部分外卖平台线上餐饮消费额增长2倍以上。除夕当天，有的平台外卖订单量同比增长70%，北京、上海、深圳、广州、重庆位居前五。青岛线上年夜饭套餐销售数量同比增长近3倍。上海、安徽、青海、陕西等地重点监测餐饮企业营业额同比分别增长79.0%、40.5%、21.0%和18.1%。

新型消费潜力迸发

面对疫情防控和就地过年的新形势新情况，全国消费市场呈现出新特点新变化，网购年货、“云端过节”、数字红包等消费方式

中国绿色贷款保持较快增长

本报北京2月18日电（记者徐佩玉）中国人民银行近日发布的数据显示，2020年末，中国本外币绿色贷款余额达11.95万亿元，比年初增长20.3%，其中单位绿色贷款余额达11.91万亿元，占同期企事业单位贷款的10.8%。

分用途看，基础设施绿色升

级产业贷款和清洁能源产业贷款余额分别为5.76万亿元和3.2万亿元，比年初各增长21.3%和13.4%。分行业看，交通运输、仓储和邮政业绿色贷款余额3.62万亿元，比年初增长13%；电力、热力、燃气及水生产和供应业绿色贷款余额3.51万亿元，比年初增长16.3%。



近年来，广东省广州市增城区积极推进农业转型升级，打造一批科技农业、现代农业、休闲农业和观光农业为一体的现代农业产业园和田园综合体，助力乡村振兴。图为2月17日，农民在增城区广州世界幸福田园中劳作。
魏劲松摄（人民视觉）

长三角高层次人才云聘会开场 8万多岗位虚席以待

本报杭州2月18日电（记者李中文）2月18日，由杭州市委人才办、杭州市人社局举办的“新春纳才 杭向未来”长三角高层次人才云聘会正式开幕，云聘会将持续一个月，全力助推名企名校名院“云端”引才开门红，助力更多高层次人才相聚杭城。

此次云聘会面向企业高管、高级职称、硕士及以上高学历等“三高”人才，组织长三角地区

包括上海航天汽车、网易、海康威视、大华、新华三、吉利等知名企业、上市公司和浙江大学、西湖大学等高端科研院所在内的5000多家用人单位，推出高层次人才岗位80000多个，涵盖数字经济、生物制药、智能制造、金融服务、人力资源、医疗卫生、教育等重点行业，还特别增设了博士后、海外高层次人才、上市公司、人力资源等专场。

新华社北京2月17日电（记者刘诗平）2月17日，广西大藤峡水利枢纽工程的右岸工程现场，一派繁忙。在工地过大年的2500余名建设者奋战在这里，全天候施工，全力推进工程建设。

中国加快推进重大水利工程建设

大藤峡工程的右岸工程正处在混凝土浇筑与金属结构制造安装双高峰期，左岸工程已全面投入运行并发挥效益，两天前完成了持续5天的首次应急调水，向下游补水近2.4亿立方米，给受到干旱影响的澳门、珠海等粤港澳大湾区地区送去了“放心水”。

大藤峡工程是国务院确定的172项重大水利工程之一。在其他一些在建重大水利工程现场，春节假期也同样繁忙：在滇中引水工程建设工地，建设者们正利用云南冬春季施工黄金期加快工程建设进度；在海南迈湾水利枢纽工程和天角潭水利枢纽工程建设工地，数百名员工坚守在一线……

据水利部规划计划司相关负责人介绍，2014年开始实施172项重大水利工程建设，目前已累计开工149项，在建工程投资规模超过1万亿元。其中，南水北调东线和中线一期等36项重大水利工程已经建成并发挥效益。

172项重大水利工程建设在加快推进，一批新的重大水利工程同时在规划。去年，2020年及后续重点推进的150项重大水利工程建设开始实施。

150项重大水利工程包括防洪减灾、水资源优化配置、灌溉节水和供水、生态环境保护修复、智慧水利等5类工程。据介绍，这些工程实施后，预计可新增防洪库容约90亿立方米，治理河道长度约2950公里，新增灌溉面积约2800万亩，增加年供水能力约420亿立方米。

重大水利工程是强化水旱灾害防治、优化水资源配置、改善水生态环境、促进流域区域协调发展的重要手段，在保障国家水安全中有着不可替代的基础性作用。水利部负责人表示，今年将高标准推进重大水利工程建设，加快150项重大水利工程建设，争取早开工、多开工。

国内家电出口去年突破800亿美元，规模保持历史同期最佳水平

大小家电出口延续向好增势

本报北京2月18日电（记者韩鑫）记者近日从中国家用电器协会获悉：2020年，中国家电行业稳步恢复，全行业实现主营业务收入1.48万亿元，同比仅下降1.06%，全年累计出口额837亿美元，增长18%，出口额规模保持历史同期最佳水平，且增速为近10年来最高。

看营收，在一季度行业运行形势严峻情况下，自去年4月以来持续

好转，基本弥补了第一季度的损失。分行业来看，以冰箱、冷柜为代表的制冷行业恢复速度较快，数据显示，大家电中，除了空调外，冰箱、冷柜、洗衣机等产品年内产量均已转正。小家电中，吸尘器、电热烘烤、微波炉等产品产量也实现大幅增长。

家电行业经济效益的好转得益于出口市场强力拉动和线上渠道持

续开拓。从出口情况看，2020年，中国家电业出口自6月份开始强劲反弹。其中，小家电均延续三季度以来的向好增势，且增幅持续扩大，零部件出口与去年持平。分区域看，中国家电业对亚、欧、北美三大主要经济区出口增速均创年内最高，且规模也均创历史新高。从零售市场看，奥维云网数据显示，目前家电零售市场已全面过渡为线

上市场主导、线下市场辅助的格局。即使是空调、电热水器这类需上门安装的大家电，其线上渠道比重也已占到50%以上。

“尽管受到疫情冲击，但随着疫情防控向好态势和各项促消费政策落地生效，厂家商家积极调整措施，家电行业产销陆续恢复正常，市场需求逐步恢复，出口走出了漂亮的V型反转。”中国家用电器协会有关负责人说，据预测，今年上半年，得益于消费升级红利释放及高品质新技术的产品供应，家电行业整体的内销市场将呈现较明显的恢复性增长。从外需看，中国产业链优势仍将进一步凸显，出口或将恢复常态性增长。



2月18日是春节假期后的第一个工作日，图为工人在江苏省海安市立发街道一家纺织公司内忙碌。
向中林摄（人民视觉）



2月18日，新疆天山毛纺织股份有限公司员工全部到岗，生产线全部开启。图为员工在生产车间流水线上作业。
张秀科摄（人民视觉）