

# 消费市场“热”力持续提升

商务部将2023年定位为“消费提振年”。今年以来,各级商务主管部门组织开展“消费提振年”系列活动,老字号嘉年华、家居焕新消费季、新能源汽车消费季……季季有主题,月月有展会,周周有场景,多措并举恢复和扩大消费。1—10月,社会消费品零售总额达38.5万亿元,同比增长6.9%。

## 老字号“金字招牌”越擦越亮

吴裕泰、内联升、全聚德、恒源祥……这些都是老百姓耳熟能详的老字号品牌。老字号带着中华优秀传统文化印记,承载着人民对美好生活的期待,是中华民族的宝贵财富。商务部新闻发言人何亚东指出,老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”,既有很高的经济价值,也有丰富的文化价值,已成为老百姓生活“日用而不觉”的重要组成部分。

近年来,老字号整体呈现蓬勃发展势头。2022年,中华老字号企业努力克服疫情影响,实现营业收入超过1.2万亿元,近七成企业实现盈利,税收贡献达2700亿元,吸纳就业87.2万人。2023年前三季度,中华老字号企业营业收入已超过2022年全年水平。

“老字号本身凝聚着深厚的历史文化沉淀和民族记忆,具有很好的品牌基础。”北京工业大学品牌研究院院长、中国商业史学会老字号专业委员会主任祝合良认为,老字号行业分布大多集中于吃喝、穿戴等与百姓生活息息相关的民生领域,蕴含巨大消费空间。挖掘老字号消费潜力,最根本是要从供给侧发力。要把老字号“金字招牌”越擦越亮,培养全国性、世界性品牌,真正能够留住消费者。

老字号价值在“老”,发展在“新”。传承百年的老字号品牌在当代正焕发着新的生机。

目前,我国共有中华老字号1128家、地方老字号3277家,其中创立超百年的有701家,在繁荣市场、拉动消费中发挥着独特而不可替代的重要作用。国家市场监督管理总局发展研究中心专家许晓凤指出,要充分发挥老字号等国货品牌的示范引领作用,放大优质供给,创造新型供给,更好促进品牌消费,不断释放内需潜力。形成新供给,催生新的消费热点,引领和创造新的消费需求。

## 国际消费中心城市建设稳步推进

上海南京东路步行街上,第一

百货打造的“星空间”和“绮丽次元街区”,吸引新生代消费者聚集于此;百联ZX创趣场推出卡牌对战、玩偶市集、主题漫展、限定新品等新玩法,日均客流量近8万人次;2023上海草莓音乐节“嗨翻”青浦东方绿舟,露营休息区、美食交易所人气火爆……2023国际消费季暨第四届上海“五五购物节”活动期间,购物、文旅、美食、赛事、展览五大领域联动,给市民带来了一场多元化的消费盛宴。

国际消费中心城市是现代国际化大都市的核心功能之一,具有很强的消费引导和带动作用。2019年,商务部等14个部门联合发布了《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》,明确提出利用5年时间,指导“基础条件好、消费潜力大、国际化程度较高、地方意愿强”的城市,培育若干个国际消费中心城市。2021年7月19日,经国务院批准,上海市、北京市、广州市、天津市、重庆市率先开展国际消费中心城市培育建设。

建设国际消费中心城市两年来,各地交出亮眼“成绩单”。以北京为例,2022年,北京实现服务业增加值3.5万亿元,实现旅游总收入2520亿元,限额以上网上零售额占社零总额比重39.8%,均居国内城市首位;服务消费占总消费比重达到54.7%,较2019年提高了3.3个百分点,居民消费升级趋势明显。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微认为,打造国际消费城市,要在“特色”上下功夫。在国际消费中心城市打造的过程中,要充分彰显不同城市的特色,更好地满足多样化、个性化的消费需求。

商务部部长王文涛指出,培育国际消费中心城市,对服务构建新发展格局、推动经济高质量发展、更好满足人民美好生活需要具有重要意义。培育国际消费中心城市,要紧扣“消费”,高标准推进商圈建设,引领消费潮流风尚,加强市场监管服务,全力打造消费升级的新高地。

## 打出提振消费“组合拳”

迎春消费季、全国消费促进月、绿色消费季、暑期消费季、金秋购物

节、国际消费季……在消费提振年,各大缤纷多彩的主题促消费活动紧锣密鼓地进行着。全年消费活动不断、精彩纷呈。40多个特色消费场景,形成波浪式的消费热潮。

节假日是各类促消费活动“大展身手”的重要契机。何亚东介绍,今年中秋国庆假期,全国消费市场迎来“小高峰”,人气旺、活力足,市场销售平稳较快增长。根据商务大数据监测,节日期间全国重点零售和餐饮企业日均销售额比2022年国庆假期增长8.6%。全国示范步行街日均客流量比去年假期增长87.4%,36个大中城市重点商圈日均客流量比去年假期增长1.6倍,一批消费新场景为节日市场注入新活力。

今年以来,消费持续恢复提升,三季度社零总额增速逐月加快,分别增长2.5%、4.6%、5.5%。“前三季度,最终消费支出对经济增长的贡献增强,消费作为经济增长第一拉动力量的效能持续提升。”王文涛告诉记者,但也要看到,消费恢复还不平衡,居民消费意愿仍显不足,消费能力尚需提升。

临近年末消费旺季,全国各地相继推出各类促消费政策和措施,打出消费提振“组合拳”,加力巩固消费回升势头,为消费市场回暖注入“加速剂”。

多个省市相继发放新一轮消费券。辽宁大连从11月28日至12月31日向市民发放总额2000万元的“2023大连市冬季消费券”;11月25日,湖南长沙启动了2023年四季度汽车促消费活动,投入2000万元对消费者购买汽车进行补贴,释放汽车消费需求;四川分别针对商超、家居(家电)、餐饮等消费重点领域,在11月24日、12月8日发放2023“蜀里安逸·暖冬乐享”消费券……

商务部副部长盛秋平表示,下一步,将加力稳固消费回升势头,不断激发消费市场活力,既满足我国人民日益增长的美好生活需要,也为世界经济发展提供重要支撑,为各国企业发展创造更多机遇。

“从全年来看,随着扩内需、促消费各项政策效应持续显现,叠加岁末年初等消费旺季的拉动作用,四季度消费有望继续呈现稳步恢复态势。”王文涛说。(董蓓)

## 权威发布

## 住房和城乡建设部：全面开展城市体检工作

住房和城乡建设部日前印发《关于开展城市体检工作的指导意见》(以下简称《指导意见》)提出,在地级以上城市全面开展城市体检工作,扎实有序推进实施城市更新行动。城市体检对象包括住房、小区(社区)、街区、城区(城市)。

《指导意见》提出,要完善体检指标体系。住房维度,从安全耐久、功能完备、绿色智能等方面设置房屋结构安全、管线管道、入户水质、建筑节能、数字家庭等指标。小区(社区)维度,从设施完善、环境宜居、管理健全等方面设置养老、托育、停车、充电等指标。街区维度,从功能完善、整洁有序、特色活力等方面设置中学、体育场地、老旧街区等指标。城区(城市)维度,从生态宜居、历史文化保护利用、产城融合、安全韧性、智慧高效等方面设置指标。

地方各级住房城乡建设部门要结合本地实际,在城市体检基础指标体系基础上增加特色指标,细化每项指标的体检内容、获取方式、评价标准、体检周期等,做到可量化、可感知、可评价。(丁怡婷)

## 交通运输部：11月城市轨道交通完成客运量25.8亿人次

据交通运输部微信公众号消息,2023年11月,全国31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团共有55个城市开通运营城市轨道交通线路300条,运营里程9915.6公里,实际开行列车321万列次,完成客运量25.8亿人次,进站量15.5亿人次。

11月份,客运量环比减少0.7亿人次、降低2.8%,同比增加11.6亿人次、增长81.9%,较2019年月均客运量增加5.9亿人次、增长29.8%。

11月份,全国总运营里程的平均客运强度为0.868万人次每公里日,较2019年全国总运营里程的平均客运强度降低18.1%。(王连香)

## 农业农村部：159个畜禽遗传资源实现活体保护全覆盖

农业农村部近日印发第三批国家畜禽遗传资源保护单位公告,新确定的10个畜禽遗传资源保护单位纳入国家畜禽遗传资源保护体系。至此,159个国家级畜禽遗传资源保护品种实现活体保护全覆盖。

据了解,新确定的10个畜禽遗传资源保护单位纳入国家畜禽遗传资源保护体系,包括8个保种场、1个保护区和1个基因库。其中,首次建立了兰州大尾羊、岷县黑裘皮羊、雷州山羊、岔口驢马、金阳丝毛鸡、矮脚鸡、闽清毛脚鸡等7个国家级畜禽遗传资源保种场、保护区以及柞蚕基因库。

“2021年以来,通过认真落实中央种业振兴行动部署,在组织开展农业种质资源普查的同时,加快推进种质资源保护体系建设,印发《关于做好农业种质资源库建设工作的通知》,在综合考虑资源富集度、生态适应性和功能匹配性等因素的基础上,突出长期性、科学性和公益性战略定位,进一步健全了国家级农业种质资源库布局。”农业农村部相关负责人表示。(李栋)

## 福建坦洋：发展红茶产业 激发乡村振兴新活力



12月6日,福安市坦洋村乡村振兴指导员冯坚(左)与福安市社口镇茶叶协会胡友胜在村企共建的示范茶园交流茶叶的长势。

福建省福安市坦洋村是坦洋工夫茶的原产地,是中国历史文化名村、中国传统村落。近年来,该村紧抓产业富民,推动茶产业、茶文化、茶科技融合发展,现有茶园面积4900多亩,年产干茶400多吨。林善传 摄