



扩内需·消费地图

举办800多场次促销活动,发放超亿元消费券 广西“33消费节”引领消费新热潮

□ 本报记者 刘晓磊

为更好地加强市场流通,引领消费,拉动内需,促进经济发展,今年4月份以来,广西壮族自治区有关部门通过区市县联合、线上线下联动、政银企协同的方式,聚焦大宗消费、升级消费、城市消费、新型消费、农村消费、东盟消费等,组织开展“1+6+14+N”25个主题的800多场次促销活动,发放汽车、家电、餐饮等超亿元消费券,积极打造消费新场景,加强市场流通。

6大板块25场主题活动活跃消费

开展“车油联动·畅行生活”主题促销活动,促进出行消费。比如,举办3场自治区级汽车精品展,展位面积超3万平方米,参展汽车品牌60多个;举办“乐享惠生活·畅游趣八桂”城市自驾游活动,覆盖8个设区市,带动沿线住宿餐饮消费及品牌汽车销售等。

开展“欢乐惠购·精致生活”主题促销活动,促进消费升级。在“壮族三月三”等节日及周末假期期间,发放50万份、200万张“33元消费券”,消费者可在云闪付APP活动专区领取,带动零售餐饮消费;开展家电以旧换新,对购买规定能效等级以上的智能家电按最高不超过500元给予补贴;开展“信用购机·享优惠”活动,对在移动渠道购买5G手机、信用购合约、月付购机的消费者最高补贴8300元;开展金融促销活动,联动银联广西公司、工商银行广西公司等15家金融机构同步推出零售、餐饮行业优惠及利率折扣。

开展“嗨游畅玩·潮流生活”主题促销活动,促进城市消费。举办“爱尚夜广西”潮流生活节,在各地重点商圈推出美食、文创、文娱、旅游等特色集市,激发夜间消费活力;举办“桂

味FUN心吃”活动,打造嗦粉、炸串、畅饮、鲜果、民族风味等特色桂味美食狂欢盛宴;举办“百年有新趣·欢购老字号”嘉年华,组织广西72家老字号企业产品进行展示展销,促进国潮消费;开展“燃情盛夏·电影动全城”电影促销活动,组织各大院线推出最低3.3折观影代金券,“买一赠一”代金券等优惠;开展“打滴出门·好惠省”出行促销活动,组织滴滴出行平台发放6折—9.5折礼包,单次乘车最高优惠20元。

开展“电商引领·数字生活”主题促销活动,促进新型消费。优选广西电商“桂品好货”,认定广西“33消费节”好物推荐官;开展10场以上“汇聚广西好物”直播专场;在电商平台开设广西专区,在抖音广西官方账号直播推介广西水果,促进桂茶、桂果销售;邀请粤港澳大湾区电商企业入桂,开展招商对接会、选品会;联动电商平台、直播机构、“桂品入湾体验馆”及广州、湛江农贸市场开展线上线下促销,助力桂品走进大湾区。

开展“乡村振兴·惠农生活”主题促销活动,促进农村消费。举办“全国采购商广西行”,邀请区内外采购商到广西考察,开展精准产销对接,促进农产品上行;举办“广西桂字号产品全国巡展”,组织150家以上广西企业赴京津冀、江浙沪、大湾区等重点地区巡展,促进广西货卖全国;举办8场广西汽车下乡惠民巡展,挖掘农村汽车消费潜力。

举办“乐购东盟·品质生活”主题促销活动,促进国际消费。举办中国—东盟特色商品节、马来西亚榴莲燕窝节,拓宽从广西进口的东盟特色商品面向全国的销售渠道;开展东盟特色商品展销,组织1000款东盟国家及日、韩、澳、新等多国精选好物

在银行方面,15家金融机构同步推出零售、餐饮行业优惠及利率折扣。在汽车方面,联合广西800多家重点企业举办各类汽车展销超过100场次。

在家电方面,联合广西重点家电企业举办家电促销活动65场次。其中,苏宁易购发放2万份“200元家电

州宝石、柳州螺蛳粉、横县茉莉花茶等全球直播,促进“桂品出海”;开展进口好物专场促销活动,以“消费补贴+专场促销”的形式为消费者优选优质东盟进口商品。

市联动创新消费场景

据介绍,在“壮族三月三”“五一”、端午、暑假等消费旺季,广西14个市将围绕“33消费节”活动主题与本地实际相结合,推出形式多样、内容丰富的促消费活动。

其中,南宁市围绕首府特色、东盟元素,开展2023年“三月三”电商节、“食在南宁”欢乐消费季、发票抽奖等11场主题促消费活动,活跃市场消费氛围;柳州市积极推动“电商+文旅”产业,开展2023年“66惠购生活节”“活力柳东33消费节”等7场主题促消费活动,促进网红经济发展;贵港市开展2023年“壮族三月三·八桂嘉年华”文化旅游消费品牌活动、富硒农产品展等5场活动,扩大农产品销售渠道,助力乡村振兴。

政银企协同发力打造消费新盛惠

今年“33消费节”活动积极整合商家资源促销让利,让消费者享受最大实惠。活动将撬动银行、企业、商圈商家等开展816场形式多样的促消费活动,涵盖汽车、家电、商超、餐饮等多个消费领域,推出发放优惠券、线上团券、消费满额赠礼、满额立减、线上直播、会员有礼等让利补贴,合力打造广西消费新盛惠。

在银行方面,15家金融机构同步推出零售、餐饮行业优惠及利率折扣。在汽车方面,联合广西800多家重点企业举办各类汽车展销超过100场次。

在家电方面,联合广西重点家电企业举办家电促销活动65场次。其中,苏宁易购发放2万份“200元家电

补贴”和1万份“300元家电补贴”,海尔智能家电投入2000万元发放家电消费补贴,京东家电发放1万份“满300元减200元”消费券。

在商超方面,联合广西重点商超百货企业举办家电促销活动417场次。其中,京东到家对南宁市消费者发放7000万元优惠券,华润万家推出100大超级品牌厂商周及每周五六会员赶集日等活动。

在餐饮方面,联合广西重点餐饮企业举办餐饮促销活动35场次。其中,肯德基在广西14个地市190多家门店开展疯狂星期四、周日疯狂拼等活动;麦当劳推出“三月三”麦辣鸡腿套餐5.4折起等活动;桂林椿记餐饮推出椿记宴席大酬宾活动,预定宴席有礼。

在商圈步行街方面,联合广西重点商圈步行街举办促销活动46场次。其中,南宁市百盛步行街打造“三月三·南宁老友记”,推出每月服饰类打折、节日特色美食试吃等活动;杉杉奥特莱斯推出春日杉杉消费节,全场大牌1折起;万达广场举办192场促消费活动,覆盖广西16个市(县),推出服饰品牌3折起等优惠活动;柳州工贸大厦开展“多彩三月三·乐享壮乡节”活动,通过工贸云购小程序发放优惠券、买满返券、乐购升值券等。

此外,为充分发挥广西“33消费节”品牌效应,凝聚部门合力,确保活动成效最大化,广西还组织有关部门同步深入推进开展跨界融合促销。

其中,农业农村厅开展“农云行动”、展销推介、产销对接等系列活动,南宁市推出“三三乐购邕城电商节”等活动,广西旅游发展集团推出“三月三”系列主题活动,中国银联广西分公司发放消费券、推出系列折扣优惠活动等,让消费者享受最大消费实惠。



中国工艺美术馆拉开帷幕。

本次展览旨在借助对文房器物的呈现,展现中国文房四宝发展脉络,探寻传统文化在当代社会发展的积极

意义,以“四宝之美”唤起公众对传统文化的重新审视与思考。

本次展览以文房为题,立足中国传统文房文化,涵盖哲学、美学、家居、音乐、香道、养生等诸多领域,由展示

传统文房之美的“历史”和当代文房精

品的“赓续”两大板块组成。展览将跨

首届中国文房艺术展明日开幕

以“四宝之美”唤起公众对传统文化的重新审视与思考

越古今书房的时空界限,在1千平方米的展览空间内,展出古代及当代文房器物500余件,展品主要来自全国著名收藏家和当代文房产品生产企业及艺术大师。

据了解,本次展会作为国内首次系统介绍中国历代文房器物的专业展览,其内容丰富、靓点纷呈。古代文房器展区增设了明代文房空间,让观众可以零距离感受明代文人书房的文化气息。其中,部分文房器物更是首次向社会公众展示。在现代文房器展区,增设了仿古文房器、文房四宝互动体验和现场制笔表演等内容。观众在观展中能够系统了解中国传统文房四宝制作技

艺,沉浸式体验中式“文房美学”,直观感受古代文人的生活雅趣,全方位了解中国文房四宝文化及历史。

中国文房四宝协会表示,本次展览活动规格高、展品等级高、学术价值高,集中体现了我国各个时期文房艺术特征,是一场难得的文房艺术盛宴。展览将通过展现丰富多彩的文房器物,体现中华文明所具有的连续性、创新性、统一性、包容性及和平性特征。通过展示不同时期文房用品用具的文化、美学和制作工艺,展现中国优秀传统文化魅力和文化自信。

本次展览将持续一个月,展期内,还将举办多场学术活动和展演活动。

聚焦山西

“晋碳行”碳普惠平台正式上线支付宝

本报讯 (记者 刘自昌) 6月28日,山西省交通运输厅与蚂蚁集团支付宝共同举办山西碳普惠平台“晋碳行”发布会暨山西公共交通数字化发展论坛。“晋碳行”在支付宝正式上线,是山西省交通运输厅倡导绿色出行、助力“双碳”目标方面做出的新尝试和重大举措。

据介绍,“晋碳行”由山西省交通运输厅与支付宝共同开发,是我国第一个基于绿色出行数据的省级碳普惠平台。该平台可为用户提供个人碳账户、低碳讲堂、绿色公益、点亮山西、低碳达人、碳益家等功能模块,以及便捷乘车、乘车账单等服务,旨在引导广大群众树立“能走不骑、能骑不坐、能坐不开”的绿色出行理念。

山西省居民可在支付宝搜索“晋碳

行”或扫描公交车辆、站台等区域的“晋碳行”二维码进入应用程序,在平台开通注册个人“碳账户”,通过绿色出行、低碳学堂等低碳生活行为获得“碳积分”奖励。“碳积分”达到一定额度后可通过积分商城兑换公交、地铁优惠乘车券、优酷APP会员年卡、公益证书等奖品权益,这些使用功能将鼓励用户积极选择低碳、环保的出行方式,减少个人碳足迹。

通过“晋碳行”碳普惠平台,可及时准确掌握绿色出行数据,对加强和规范行业管理、推进和完善交通运输信息化建设,构建山西省绿色出行碳减排“可记录、能衡量、有收益、被认同”的碳普惠体系具有重要意义。

为鼓励绿色低碳出行,支付宝在山西省开展扫码乘车补贴活动。即日起,

本报讯 (记者 任兵兵) 6月29日,满载着25吨黄小米的货车从山西省晋中国家农高区智慧农示范园基地(京东农场)出发,出口泰国。这次出口实现了晋中国家农高区出口贸易“零”的突破,而该区域作为全国

出口正是运营集团体系化、市场化助力农高区高质量发展的重要体现。

据了解,自晋中农高区建设运营集团有限公司成立以来,一直致力于开拓国际市场,在市场化和品牌化的推动下,精选10余种有机旱作杂粮

产品,并与多家国际贸易商进行了多

轮洽谈,最终以山西小米为突破口,与泰国进口贸易商签订了1000吨黄小米销售协议,本次合同量为300吨,首批发货25吨。

为加快晋中国家农高区有机旱作农业发展,扩大有机杂粮对外销售,晋中国家农高区打造了“晋中国家农”区域公共品牌,创造了“农高优

选”商业品牌,以赋能农高区优质农产品。本次出口的小米既是今年山西小米目前单笔贸易量最大的出口贸易,也是“晋中国农”和“农高优”品牌亮相国际舞台的首秀。

晋中国家农高区(太谷国家科创

中心)管委会副主任、晋中农高区建

设运营集团有限公司董事长卫华表示,今后公司将紧扣晋中国家农高区主题,贯通产业链条,丰富品类,提升质量,持续做强做大销售矩阵。同时,扩大开放“朋友圈”,做实合作“交

汇点”,助力乡村振兴,推动晋中国家农高区、晋中市乃至山西省农产品国际贸易再上新台阶。

产品,并与多家国际贸易商进行了多

轮洽谈,最终以山西小米为突破口,与泰国进口贸易商签订了1000吨黄小米销售协议,本次合同量为300吨,首批发货25吨。

为加快晋中国家农高区有机旱作农业发展,扩大有机杂粮对外销售,晋中国家农高区打造了“晋中国家农”区域公共品牌,创造了“农高优