

# 促消费成为地方2024年稳经济一大重点

## 多地明确今年社会消费品零售总额增长目标,提出培育壮大新型消费

地方两会接近尾声,2024年各地工作重点也基本敲定。翻阅各地政府工作报告不难发现,促消费是2024年工作部署的重要方面。不少地方提出了2024年促消费的目标和方向,其中既有稳住汽车和家电等大宗消费、补齐社会服务消费短板、壮大消费新增长点等共同之处,也有打造特色文化旅游项目等优势培育。业内专家认为,这些举措在更好满足当地群众需求的同时,也将有利于消费市场的长远建设。

细看各地2024年的工作安排,大部分省份都明确了2024年社会消费品零售总额(以下简称“社零”)增长目标。其中,西藏以10%左右的目标增速暂居榜首,紧随其后的是海南、辽宁、甘肃等8.0%至8.5%的目标增速,其余各地以6%至7%之间居多。值得注意的是,社零增速目标基本都高于地区经济发展目标。

多地的政府工作报告提出培育壮大新型消费。例如,广东提出,培育壮大新型消费和服务消费,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费,推动直播电商、智慧零售等健康发展;安徽提出,加

快培育新型消费,发展即时零售,培育智能家居、文娱旅游、体育赛事等消费增长点,扩大皖产国货“潮品”供给;四川提出,壮大新型消费,发展数字消费、绿色消费、健康消费,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。

从各地政府工作报告来看,支持新能源汽车、电子产品、家电家居等大宗消费也是今年促消费的着力点。山西提出,提振新能源汽车、家电、电子产品等大宗消费,加大甲醇汽车推广应用力度,支持刚性和改善性住房需求,推动大规模设备更新和消费品以旧换新;浙江提出,稳定和扩大传统消费,提振新能源汽车、电子产品等大宗消费,推动消费品以旧换新;河北提出,实施传统消费拓展行动,扩大新能源汽车、电子产品等大宗消费,推动消费品以旧换新……

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬对记者表示,各级政府落实中央经济工作会议精神,将扩内需促消费列为2024年重点工作。“多地设定消费增长目标略高于经济增长目

标,可以看出地方将消费作为拉动经济增长的基础动力。”

在具体的促消费安排上,提振大宗消费依然是重点,其中汽车、家电以旧换新屡被提及。例如,山西提出,加大甲醇汽车推广应用力度,支持刚性和改善性住房需求,推动大规模设备更新和消费品以旧换新;山东提出,推动新能源汽车促销,加快公共区域、居民小区充电设施建设,举办家电家居、电子产品等促消费活动200场以上。

统计显示,2023年,全国汽车保有量约3.4亿辆,冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台。业界认为,汽车、家电的更新换代需求和潜力很大,以旧换新等措施将在满足消费需求的基础上激活市场。

补齐生活服务的短板也成为重要发力点。天津在2024年的工作安排中明确,将增加有适需的民生保障服务供给,新建提升一批养老托幼场所、便民设施、休闲娱乐空间等;广东也在政府工作报告中提出,广东在教育、养老、医疗、地下管网、保障性住房等方面有庞大的需求,要善于把握这些

领域涌现出的发展机遇,更好统筹消费和投资;湖南提出,推动农村消费扩容升级,丰富养老、托育、家政、教育服务供给。

另外,多地都提及要积极培育国货“潮品”等新的消费增长点。事实上,这也是2023年底召开的中央经济工作会议提出的2024年促消费重点方向之一。商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇对记者说,新增长点是随着经济社会发展应运而生的消费方向,既符合人民群众需求,又能推动相关行业、企业更好地发展,有利于激活当地消费市场的内生动力。

共性之外,各地还在挖掘自身的优势上下功夫,培育特色消费,吸引国内外消费聚集。例如,宁夏提出,支持打造城市“五大特色街区”、乡镇“十大特色集市”。上海、北京、重庆等地提出推进国际消费中心城市,并把全球新品首发地建设、商圈提升行动等作为着力点。

还有很多地方将挖掘旅游资源、打造旅游品牌作为今年的重要目标。例如,近期因冰雪旅游火爆的东北三省就

将发展冰雪经济列入重点。辽宁明确“做强做优冰雪经济”,建设沈阳王家湾冰上运动中心和抚顺龙岗山雪上运动中心;黑龙江提出,推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展;吉林将目标定为深入实施旅游万亿级产业攻坚行动,努力打造世界级冰雪品牌、冰雪旅游胜地和避暑胜地。

对于地方上的这些促消费安排,陈丽芬认为,各地促消费重点落在具有增长潜力的传统大宗消费和新型消费领域,积极培育国潮、文旅等消费增长点,同时依托本地特色优势,培育挖掘有潜力消费,打造多元化消费场景、多层次消费体验,多点支撑的消费新格局,吸引国内外消费聚集,充分释放消费潜力。

洪勇分析,各地政府围绕消费出台的一系列举措,旨在通过扩大内需、优化供给结构、提高消费品质,从而有效拉动地区经济增长,促进经济高质量发展,构建新发展格局。“这些举措的实施不仅有利于短期内稳增长,更对于长远的经济发展具有深远的战略意义。”

(综合)

## 声音

近期,黑龙江哈尔滨火爆出圈,成为这个冬天文旅“顶流”城市,带动交通、住宿、餐饮等上下游产业加快发展,“热雪”沸腾带来滚滚“白金”。对于亟待流量加持的哈尔滨来说,如何才能让“网红”变“长红”?哈尔滨应该打好三张牌。

打好文化牌,进一步促文旅深度融合。文化是旅游的灵魂,能为旅游发展提供持续动力。今冬的哈尔滨,鄂伦春族手牵驯鹿走上百年中央大街、中西结合的中华巴洛克建筑群人潮涌动、731部队罪证陈列馆排起长队……进一步挖掘当地独特的红色文化、极地文化、金源文化、少数民族文化等,大力发展特色文化旅游,才能增加文旅产业的厚重和内涵,增强差异化竞争优势。

打好服务牌,避免“一流资源、二流服务”。当前,能否继续保持高水平服务,是“顶流”城市哈尔滨面临的新考验。被全国人民聚焦的哈尔滨,要持之以恒恒打击旅游市场各类违法违规行为,加快旅游配套服务基础设施建设提档升级,强化服务创新能力,提高服务标准,全方位提升吃、住、行、游、购、娱等旅游体验。

打好夏季牌,实现“双轮驱动”。其实很多人不知道,除了冰天雪地,哈尔滨还有“冰城夏都”之誉。哈尔滨夏季总体凉爽舒适,是避暑游热门城市。冰雪季总会过去,趁着这一轮的文旅热完善基础设施和服务体系,提前谋划,依托“清凉”“生态”资源,深耕避暑特色,才能避免一些“网红城市”在热闹过后迅速陷入沉寂的尴尬。

开局良好自当倍加珍惜,更要扬鞭奋蹄。哈尔滨的出圈从整体上提振了东北人的自信,为展现东北新形象、完善发展环境提供了一个契机,也让更多人走进和了解东北。更为难得的是,哈尔滨让很多二三线城市看到了依靠文旅谋求发展的可能性。希望哈尔滨能打好三张牌,为其他地方提供借鉴。

(新电)

## 哈尔滨「长红」仍需打好三张牌

## 创新资源、创新服务、创新绩效全国第一

### 北京稳居全国城市科创发展榜首

近日,首都科技发展研究院课题组发布“首都科技创新发展指数2023”及《中国城市科技创新发展报告(2023)》。从总指数看,北京科技创新发展指数持续增长,总指数得分近10年增幅达83.81%,年均增长率达6.99%。北京创新资源、创新服务、创新绩效三项一级指标均排名全国第一,在年度中国城市科技创新发展指数中稳居榜首。

“首科指数”是全国首个针对单一城市的科技创新评价指标体系,自2012年起每年发布,连续动态跟踪监测首都科技创新发展情况。从分项指数看,“十二五”中期到“十四五”中期,北京在创新资源、创新环境、创新服务和创新绩效四个方面均明显提升。其中,创新绩效提升最为明显,总体增幅达111.55%。

“首科指数”研究组提出,新时期

北京国际科技创新中心建设亮点纷呈:创新资源加速集聚,高水平人才高地加快形成;创新环境显著优化,高品质政策环境加快完善;创新服务持续提质,高标准技术市场实现突破;创新绩效稳步提升,高质量科技成果不断涌现。以一级指标中年度增幅最大的创新资源为例,北京高水平人才高地建设成效显著,已聚集全国近二分之一的“两院”院士、近三分之一的“高被引”科学家,为北京率先形成国际科技创新中心奠定坚实基础。

进入新时期,北京正持续塑造科技创新中心新优势,朝着世界主要科学中心和创新高地不断迈进。但面对复杂严峻的环境,未来仍需克服诸多挑战。“首科指数”课题组建议,北京应借助新一轮科技体制机制改革,进一步释放创新活力。

(京文)



## 安徽亳州: 赶母婴用品订单 助农民家门口增收

春节临近,位于安徽省亳州市利辛县旧城镇的安徽省征越母婴用品有限公司正在加紧完成产品订单,生产车间一片繁忙。近年来,该公司坚持“发展特色产业,助力乡村振兴”的理念,生产的儿童睡袋、儿童爬服、儿童浴巾、亲子睡衣等系列产品,销往北美、南美、欧洲等国家和地区,并带动当地200多名农民实现家门口就业增收,助力乡村振兴。

图为1月28日,在亳州市利辛县旧城镇一家母婴用品生产车间,工人在赶制订单。

(安徽商报)

## 去年福建省酒类及饮料出口额同比增长56.43%

1月24日,福建省厦门市以利沙矿泉水饮料有限公司的10万罐果味含气饮料从厦门海沧港区顺利出口,拉开了该公司2024年饮料出口业务的序幕。虽然春节假期临近,但是以利沙公司的产线繁忙程度并未有丝毫减弱,生产、检验、包装、打包、入库、出货,一道道工序一如既往地紧张而有序进行着。

“矿泉水和果味碳酸饮料出口是我们公司的主营业务,一直以来厦门海关都对我们非常支持,不仅有针对性地为我们进行相关政策的宣传培训,还指

导我们完善质量管理体系,为我们出口量的不断增长提供了极大的帮助!”以利沙公司出口业务负责人刘俊慧对海关一贯以来的支持表示感谢。以利沙公司产品主要销往北美和东欧,2023年共出口矿泉水及饮料438.67万元,同比增长达72%。

以利沙公司是福建省饮料出口的一个缩影。据厦门海关统计,2023年福建省酒类及饮料出口额达11.89亿元,同比增长56.43%,主要销往亚洲国家和地区,出口额占比达92.7%,其中东南亚地

区依然是国产酒水饮料最受欢迎的地区,而西亚市场也已逐渐打开,2023年出口西亚金额同比增长17倍。

为了保障饮品“鲜”出口,厦门海关实行“一企一策”精准服务,开辟“绿色通道”,实行“5+2”预约查验和优先查检,高效保障货物“即报即检”。与此同时大力推广应用“属地查检业务管理系统”和“云签发”模式,指导企业通过“单一窗口”填报,尽量让数据多跑路,让企业少跑路或者不跑路,大幅提升了通关效率,保障出口饮品快速通关

## “绿色效益”凸显

### 广西藤县陶瓷产业产值再破100亿元

级陶瓷产区中,藤县陶瓷产能跻身第6位。

绿色产业成为发展“主旋律”。园区积极发展光能、生物质能项目,实现减污降碳目标。目前,协进、新能、欧神诺屋顶光伏近70兆瓦均已并网发电,佳和美、禾康、瑞远光伏发电项目于去年11月底并网。园区已建成、在建或规划待建的屋面光伏面积达到253.2万平方米,装机容量达257.7兆瓦,全面建成后年发电量可达2.5亿度以上,每年可节省标准煤8万吨,减排二氧化碳25万吨以上。鑫隆源生物质发电项目运行平稳,年处

理农林废弃物约30万吨,年减排二氧化碳约15万吨,年节约标煤约10万吨,年贡献清洁能源约2亿度。

不断提高清洁能源利用率。目前清洁能源使用占比超20%。园区已建成LNG应急调峰储备站1座(储存规模为6个150立方米储气罐共900立方米,气化能力为每小时15000方),已铺设供气管道约6.8千米,大大提升园区供气能力,为“煤改气”提供供气保障。目前,蒙娜丽莎陶瓷、新能陶瓷、聚兴包装、昌发隆包装、元盛新材料、天丰清水砖、东楠清水砖、新力陶瓷8家企业用天然气生产,

顺利出口海外。

“我们发挥海关信息、技术服务优势,为企业收集、解读进口国家和地区的食品技术法规和标准,引导企业增强风险管控意识,完善自检自控体系,强化对原料进厂检验、生产过程监控以及成品入库检验等关键环节的质量把控,让过硬的品质助力更多品牌走向国门。”厦门海关所属集同海关同安监管科科长张文科表示,将继续深化调查研究,畅通关企联系,提前了解企业生产情况和出口意向,及时更新、发布国外相关贸易措施,确保出口货物品质,为饮料酒水出口保驾护航。

(闻文)

鄱阳湖畔,千余亩平滑如镜的水面上,整齐排列着一道道由塑料瓶组成的浮标。浮标之下,数百万只三角蚌正静静生长。

这里是位于江西省都昌县周溪镇的珍珠养殖基地。都昌县坐拥鄱阳湖三分之一的水域,县内湖滩众多,是天然的养蚌育珠之地。目前,都昌县珍珠养殖面积约1.5万亩,2023年珍珠产量约占全国淡水珍珠总产量的7%。

早在20世纪20年代,都昌就有不少乡镇利用贝壳加工成纽扣坯,销往日本等地。随后,都昌的珠贝加工业规模不断扩大,延伸出珍珠养殖、珠核加工、珠贝饰品、贝壳工艺品和室内装饰材料等系列产业链。

## 江西都昌:

### 以需求为导向 珠贝产业转型升级

其中,三面环湖的周溪镇是典型代表。周溪镇党委副书记徐文英介绍,20世纪六七十年代,周溪镇就已发展出近20家乡办纽扣厂。90年代中期,全镇5万人口有近30%从事珠核加工和销售工作。

随着产业持续发展,企业规模小、分布散、布局乱的问题愈发显著。2018年起,都昌县充分整合资源,在周溪镇建设都昌县乡村振兴珠贝产业园,鼓励散户与大户整合重组,通过“抱团取暖”发展产业。

走进珠贝产业园,一台台机器运转不停。在都昌县小目标贝类有限公司厂区内,一筐筐灰白的贝壳纽扣坯与旁边展柜里耀眼的成品纽扣形成鲜明对比。公司董事长曹晓华介绍,贝壳内的色彩为纽扣赋予了天然光泽,产品更加环保,备受高端服饰品牌青睐。

公司自2018年成立以来,已带动周边30多名脱贫村民和“上岸”渔民

在此务工。“我以前靠在鄱阳湖打鱼为生,‘洗脚上岸’后,经村委会介绍在家门口的珠贝企业上班,每月工资4000多块,比靠天吃饭稳定多了。”公司员工张舒展说。

在旁边的厂区内,记者看到一块块硕大但粗糙的贝壳经过开料切割、激光上色、涉水整圆等步骤,被加工成一粒粒浑圆的珠核。人工养殖的珍珠分为有核珍珠和无核珍珠,其中有核珍珠正是利用珍珠母分泌珍珠质形成珍珠的生理机能,在珍珠体内植入珠核后经过一定时间培育而成。

“这两年常有浙江等地的珍珠养殖户来镇里的工厂收购珠核,最高价

格卖到一公斤700多元。”徐文英说。在传统的纽扣、珠核之外,都昌县还创新性地利用珍珠母贝制作成晶莹剔透的贝壳装饰面板。

“我们公司生产的贝壳装饰材料在建材业中算是比较高档的,又是低碳环保产品,适合用于现代休闲会所的装饰。”江西兆骏实业有限公司董事长邵建华说,目前公司产品已外销至美国、日本等地,2023年销售额超过5000万元。

据了解,2023年都昌县珠贝产业产值达10亿元,全县共有珠贝企业83家,其中规模以上企业23家,从业人员2023年人均年收入较上年增加1.5万元。

“都昌县将以需求为导向引导珠贝产业转型升级,不断开发日用家居、服装纽扣、珍珠装饰等细分市场,走出一条多元化、规模化、品牌化的发展新路。”都昌县珠贝产业协会秘书长曹奇平说。

(经参)