

消费日报

2024年8月22日
星期四
总第8762期
第5821期
今日4版

前7月长三角外贸创新高

本报讯 上海海关最新统计数据显示,今年前7个月,长三角区域外贸进出口总值达9.1万亿元,规模创历史新高,同比增长5.8%,占全国进出口总值的36.7%。汽车出口1806.3亿元,同比增长2.7%,占全国的39%;船舶出口1114.1亿元,同比增长79%,占全国的64.1%;高新技术产品出口1.2万亿元,同比增长4.4%,占全国的34.8%。(辛文)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

消费时评

Consumption commentary

体育消费让经济迸发新活力

肖蕾平

第33届夏季奥运会日前在法国巴黎圆满落幕,然而,其点燃的全民运动热潮却并未“降温”,反而有愈演愈烈之势。多家电商平台发布的数据显示,自巴黎奥运会开幕以来,奥运赛事激发了大众的运动意愿,游泳、羽毛球、射箭、攀岩等成为消费者搜索最多的项目,大量的人群涌入网球场、攀岩馆、滑板公园等运动场所,我国体育经济迸发出前所未有的全新活力。

今年全国两会,赛事经济成为代表委员们关注的焦点。《政府工作报告》也提出,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、文旅旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。由此可见,体育消费已经成为提振我国消费经济的重要力量。2023年下半年至今年初,大运会、亚运会、学青会、“十四冬”相继举办,赛事期间,成都、杭州、南宁、呼伦贝尔共实现体育及相关消费超1300亿元;今年上半年,全国体育、娱乐用品类销售总额同比增长11.2%,远高于社会消费品零售总额3.7%的增速……一组组生动鲜活的数字印证了体育经济正在政策支持与市场需求的双重驱动下,释放出巨大的潜力。

多年来,我国始终重视体育产业的发展。2014年10月,国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,正式拉开了加快发展体育产业、促进体育消费的序幕。2022年底,国家体育总局等多部门先后发布了《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》和《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》,提出到2025年,推动户外运动产业总规模达到3万亿元。今年8月3日,国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》明确提出,要鼓励举办各类体育赛事活动,创建具有自主知识产权的赛事品牌,申办或引进有影响力的国际顶级赛事,培育专业化运营团队,引导各地推出特色鲜明的群众性体育赛事活动。多项国家层面相关政策的出台让体育产业得到前所未有的快速发展,据国家体育总局数据,2022年全国体育产业总规模已超3.3万亿元,实现增加值超1.3

万亿元。

体育产业的蓬勃发展也进一步激活了体育消费。健身场所、体育用品等市场需求不断扩大。国家体育总局数据显示,2023年,全国体育场地459.27万个,全国球类运动场地285.12万个,全国冰雪运动场地2847个,全国健身房15.55万个,全国健身步道15.28万个、长度37.10万公里。与此同时,越来越多的人开始关注身体健康,积极参与体育锻炼,体育运动已成为许多人的生活方式,体育消费正逐渐成为人们生活中的重要支出。以本次巴黎奥运会为例,“郑钦文同款网球裙”“全红婵同款拖鞋”“黄雨婷同款发卡”等“冠军同款”商品频频登上电商平台热卖榜单。不仅如此,因观众观赛热情高涨,提升观赛体验的产品如家电、音响、零食等也同样畅销,彰显了在全民健身国家战略的影响下体育消费的活跃度。

不过,体育消费的高速增长也带来了一些问题。国家体育总局局长高志丹此前接受采访时曾表示“虽然我国体育产业呈现了良好的发展态势,但仍存在一些发展短板,主要是产业结构有待优化,体育企业和体育赛事的品牌效应有待提升,体育消费潜能也有待进一步激发。”因此,面对未来,政府和企业应加大对体育产业的投入,优化产业结构,提高体育消费的质量和效益,满足人们日益增长的体育需求,为构建和谐健康社会贡献力量。

贵州桐梓:

羽毛球拍订单生产忙



近日,在贵州省遵义市桐梓县官仓镇的一家体育用品生产企业车间,20余名工人在加紧赶制羽毛球拍订单,车间内一派繁忙景象。据悉,该企业共有4个车间,每天生产2000余副羽毛球拍,除国内市场外,还远销越南、马来西亚等国家,预计2024年产值将超过1000万元人民币。

图为工人在生产羽毛球拍。

(中新)

新型消费亮点多 国内需求继续恢复

蓝天和绿草地在湖泊中相拥,牛羊和马儿悠闲地啃着草,阿勒泰油画般美丽的风光吸引无数游客前往驻足。《我的阿勒泰》的热播,让这里成为不少人心目中的“诗和远方”。

热播影视作品带动地方旅游发展——已经成为当前文旅产业发展的新趋势。今年上半年,阿勒泰地区接待游客1846.64万人次,同比增长30.25%;实现旅游收入163.41亿元,同比增长35.28%。

与此同时,各地文旅部门乘势而上,通过举办各种民俗文化活动,完善旅游基础设施建设、提高交通和食宿等便捷度,带动服务消费潜力持续释放。

国家统计局近日发布数据显示,今年1至7月累计,服务零售额同比增长7.2%,增速高于同期商品零售额4.1个百分点。国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长刘爱华表示,在暑期旅游旺季带动下,交通出行服务类、旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类消费增长较快。

今年1至7月份,全国铁路发送旅客达到25亿人次,旅客周转量达到9455亿公里,同比分别增长15.7%和10.6%,均创历史同期新高。

服务消费是释放消费潜力的重要力量。7月30日召开的中共中央政治局会议强调,“要以提振消费为重点扩大国内需求”“把服务消费作为消费扩容升级的重要抓手”。国务院近日印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,提出“着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境,以创新激发服务消费内生动能,培育服务消费新增长点”。

作为服务业的主要组成部分,生活性服务业和生产性服务业的协同发展,将为促进内需增长注入新的动力。数据显示,7月份,全国服务业生产指数同比增长4.8%,比上月加快0.1个百分点。其中,信息传输、软件和信息技术服务业,租赁和商务服务业等生产性服务业生产指数同比分别增长12.6%和9.0%。

民生银行首席经济学家温彬解读

称,7月份生活性服务业走强。与居民出行和消费相关的铁路运输、航空运输、邮政、文化体育娱乐等行业景气度回升,均位于55.0%以上的较高景气区间。7月旅游价格环比上涨9.4%,仅低于去年同期的10.1%,为历史次高涨幅,且大幅强于历史同期平均的5.5%。

在服务消费的有力推动下,消费需求延续恢复态势。7月份,社会消费品零售总额同比增长2.7%,比6月份加快0.7个百分点,环比增长0.35%。

对于7月消费增速之所以加快,温彬表示,主因随着消费品以旧换新行动深入实施,汽车、家电、家装消费品换新需求逐步释放,加之居民暑期出行活动趋于活跃,带动休闲娱乐行业火热。此外,近两月房地产市场成交量放大,也有利于居住类消费改善。

值得一提的是,新型消费的不断拓展成为消费市场亮点。数字消费、绿色消费、健康消费正在成为新趋势,限额以上单位通讯器材类商品零售额同比增长36.9%;智能家居、文娱旅游、国

货潮品正在成为新增长点,1至7月份,限额以上单位高能级等级家电、智能家电零售额增速近两位数。

此外,在直播电商、社交电商等新业态推动下,1至7月份,实物商品网上零售额同比增长8.7%,快于社会消费品零售总额5.2个百分点;占社会消费品零售总额比重25.6%,占比较上半年提升0.3个百分点。

近期,各地区各部门加力推动消费提质升级,不断围绕国潮新品、区域特色优化消费供给,亲子游、演出游、赛事游、影视游等新型融合式消费快速发展,成为带动消费增长的亮点。

“从需求端看,市场潜力、政策效力有望带动国内需求继续恢复。市场是最稀缺的资源,我国有14亿多人口,人均GDP连续3年超过1.2万美元,当前正处在消费潜力加快释放的时期。”刘爱华表示,随着增加居民收入、增强消费能力和意愿各项政策的贯彻落实,消费市场恢复的基础将进一步得到巩固。

(人民网)

去年中国皮革行业对马来西亚出口29.4亿美元

出口额占出口东盟总额的19.6%

本报讯(记者 史晓菲)中国皮革协会副理事长陈占光日前在“中国—马来西亚行业合作对接会”上表示,马来西亚是中国国际贸易合作最为重要的东盟国家之一,2023年中国皮革行业对马来西亚出口额占出口东盟总额的19.6%,双边合作发展势头良好。

2024年是中马建交50周年暨“中马友好年”,“中国—马来西亚行业合作对接会”的召开旨在落实两国《关于深化提升全面战略伙伴关系、共建中马命运共同体》的联合声明,积极推动双方行业对接、产业合作,充分发挥双方行业协会的作用,促进双方贸易和投资向高质量方向发展。会议由区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)产业合作委员会同马来西亚制造商联合会共同举办,中方及马来西亚相关全国性行业协会负责人及代表与会,围绕中马两国产业发展新态势、RCEP为行业合作带来的新机遇等议题在线上展开讨论。

中国皮革协会副理事长陈占光应邀参加了会议,并做了交流发言。他说,中国皮革行业是一个上下游产业链完善、

产值过万亿元的产业,跟东盟皮革行业一直保持密切的贸易合作关系,特别是RCEP协议的签订,对双边贸易促进作用明显。目前,东盟已经成为中国皮革行业第三大出口市场,第二大进口来源地。其中,马来西亚是中国国际贸易合作最为重要的东盟国家之一,2023年中国皮革行业对马来西亚出口29.4亿美元,进口1162万美元,特别是出口额占出口东盟总额的19.6%,双边合作发展势头良好。

基于未来合作发展需要,陈占光提

出两点建议:一,希望中国皮革协会和马来西亚鞋业商会未来联系更加密切,加强信息交换和交流,更好地服务会员,更好地促进中马皮革行业的合作发展。二,展览是最为重要的国际贸易合作平台,从2025年开始中国皮革协会将在中国皮革展同期主办摩登中国国际鞋包服饰时尚展览会,为国际品牌进入中国大市场搭建重要平台。届时,欢迎马来西亚的重点鞋类、箱包品牌企业参加展览,中国皮革协会也将为参展品牌组织最佳的合作伙伴,共同开拓中国国内市场。

此外,与会者还积极评价RCEP产业合作委员会在推动中马经贸合作中所做的工作时表示,将继续同委员会加强协作,携手推动中马行业高质量对接,为两国产业链、供应链注入新活力。

第20届中国沈阳国际家博会:

展现全产业链生态矩阵

对家居产品的健康绿色环保需求,打造绿色、环保、智能家居全产业链生态矩阵。

本届展会围绕设计、高定、搭配、空间、色彩、智能、尖端、环保、材料、体验等多个方面,九大展馆全面升级,呈现家居各个领域的精品、优品、精品,全面释放家居行业新质生产力。精品家具生活馆、软装·睡眠设计馆、软体家居艺术馆、两厅·商用空间馆、门墙柜一体化定制馆、全屋高定整装设计馆、板材花色及智能装备馆、厨卫定制及创新材料馆、环保材料馆九大展馆全面升级,展示整装、整家、高定精品,最新花色、品质设计、智能制造

等家居新潮流新动向。

本届展会活动新颖丰富,包含第20届中国沈阳家博会开幕式、DOD设计·优物展、“沉浸意境”软装装饰色彩设计主题论坛和色彩家居秀、“设计洞见未来”艺院论坛、“萌宠抱抱派对”宠物家居展、“FUN”生活“趣”露营·户外空间营地、“创新破卷 融合破局”家居行业在新媒体与存量市场下的新未来主题论坛等精彩活动,助力产业升级活跃市场。其中,DOD设计·优物展重点展示了吉林艺术学院、鲁迅美术学院、沈阳理工大学、沈阳航空航天大学、东北大学、沈阳大学等高校2024最新设计的作品和设计理念,校企联手

开发的原创产品,将引领秋季家居新时尚,为行业发展注入源动力。

展会期间还举办了首届“高校艺院高峰论坛”,进行了“回应情感 跨界之维”“文旅产业发展与艺术设计意识的拓展联系”“校企协同育人应用型设计人才培养模式研究”“产教融合·特色发展”“工科院校设计类人才培养路径探索”“突出行业与地域特色的设计艺术研究与实践”“传统与当代视角下的视觉传达设计”等主题演讲,促进家具设计的交流与合作,共同搭建包容、开放的专业设计学术平台,为当前家居行业发展提供新思路,探索新模式,引领设计新趋势。

浙江推行外卖电动车“以换代充”

为解决外卖电动自行车充电不便、存在安全隐患等问题,浙江省市场监管局近日联合浙江省消防救援总队等部门,指导外卖平台推行外卖电动自行车“以换代充”计划。

根据计划,外卖平台将联合车企,搭建车电一体的租售平台,鼓励外卖骑手加快淘汰老旧电动自行车,为骑手提供具有安全保障的国标电动自行车及便捷高效的换电服务,低电量电池更换用时不到1分钟。

浙江省市场监管局相关负责人表示,“以换代充”计划既能提升外

卖骑手的工作效率,也能解决非法改装和不当充电带来的安全隐患。有外卖平台表示,今年下半年将进一步提升补贴,以激励骑手使用换电电动自行车。

(人民日报)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可