

消费日报

2025年1月24日
星期五
总第8865期
第5924期
今日4版

我国制造业总体规模连续15年保持全球第一

本报讯 工业和信息化部1月21日发布数据,2024年我国全部工业增加值完成40.5万亿元,制造业总体规模连续15年保持全球第一。中国工业和信息化部副部长张云明表示,2024年中国工业经济“稳”的基础不断巩固。从行业看,41个工业大类行业中有39个保持增长,电子、有色、化工、汽车等重点行业对工业生产增长的贡献率超四成。从地区看,31个省份中有29个实现同比增长,增长面达到93.5%,10个工业大省平均增速为7%左右。

(欣文)

A

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

11亿网民为消费带来无限可能

□ 肖睿平

中国互联网络信息中心发布的第55次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年12月,我国网民规模达11.08亿人,互联网普及率达78.6%;网络支付用户规模达10.29亿人,网络购物用户规模达9.74亿人,网上零售额、移动支付普及率稳居全球第一。

超过11亿的网民为互联网经济提供了庞大的市场基础,互联网也成为日常生活的重要组成部分。尤其是在电子商务、在线娱乐、数字支付等领域,网民的广泛参与使得这些行业的规模效应愈发显著。例如,我国的电商市场在全球范围内独占鳌头,每年“双11”购物节的销售总额屡创历史新高,反映出数字经济在推动消费增长方面的重要性。

实际上,超11亿网民的数字化参与本身就推动了传统产业的数字化转型。尤其是在零售、制造、金融、教育等领域,数字技术的深度应用正在

改变产业结构。传统零售商通过线上平台和线下门店的融合,提升了消费者的购物体验。金融行业则通过互联网金融产品和数字货币的推出,增强了普惠金融的可达性。而教育行业借助在线教育平台,在传播知识的同时,促使各类互联网平台成为推动我国经济增长的重要引擎。无论是阿里巴巴、腾讯、字节跳动等科技巨头,还是新兴的直播电商平台,都在11亿网民的支持下不断壮大。网络平台不仅改变了企业的运营模式,还深刻影响了消费者的消费习惯。例如,直播电商通过实时互动、沉浸式体验吸引了大量消费者的目光,尤其是在年轻人中间,直播带货已经成为购物的主流渠道之一。

随着互联网普及和网民数量的增加,线上消费逐渐占据主导地位,网购已经渗透到人们的日常生活中,从食品、衣物到家电、汽车,几乎所有消费都可以通过线上渠道完成。尤

其在疫情后,消费者对于线上购物的认同感和依赖度大幅提高,线上和线下的边界变得越来越模糊。

除了传统的商品购买,消费方式也在发生巨变。随着社交媒体的兴起,社交电商和内容电商开始兴盛,网民不再仅仅依靠传统电商平台购物,而是通过直播、短视频等方式获得消费信息和购买渠道。短视频平台,如抖音、快手成为年轻人消费的重要阵地,视频中的消费场景往往能够激发强烈的购买欲望,尤其是化妆品、服饰、家居用品等品类的消费增长较为显著。

在庞大的网民基础上,个性化、定制化消费成为主流。得益于大数据和人工智能技术的发展,电商平台能够精准分析消费者的购物习惯和需求,提供个性化的商品推荐和定制化的消费体验。许多品牌通过社交媒体与消费者进行深度互动,倾听其需求,提升消费者的参与感

和忠诚度。

伴随数字化消费方式的崛起,环保意识和可持续发展也成为了部分网民消费的重要考量。越来越多的消费者关注绿色消费、环保产品和可持续发展。无论是在电商平台上购买有机食品,还是在二手商品交易平台上进行购物,都显示出绿色消费正逐渐成为趋势。尤其是在年轻人中,环保意识深入人心,他们愿意为可持续性产品支付溢价,这为未来的绿色经济带来了巨大的市场空间。

我国网民数量突破11亿,为数字经济的发展提供了丰厚的土壤,也为消费市场带来了无穷的潜力,这一庞大的用户基数不仅是全球互联网生态中的一大亮点,也为我国经济和消费模式带来了深远的影响。从电商平台到社交媒体,从在线教育到数字支付,11亿网民的背后,蕴藏着强大的数字经济动力和消费潜力。

新一批消费券来袭 2025年消费市场再添新动力

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一,消费对于激发市场活力、促进产业升级具有重要意义。国务院办公厅近日印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,提出鼓励推出文化和旅游消费券、消费满减等优惠措施及区域一体化消费惠民措施。

为抓住春节这一传统的消费旺季,各地正紧锣密鼓地推出一系列促消费“组合拳”。消费券作为一项具有关键撬动作用的政策工具,频频亮相于冰雪运动、电影娱乐、餐饮美食等消费领域。业内专家分析,这一系列适时推出的消费券举措,不仅有望激发新一轮消费热潮,更为2025年经济增长铺设了动力轨道,可能带来全新的活力与机遇。

为“冰雪热”再添一把火

随着冰雪经济的持续升温,近日新发放的消费券中,冰雪领域成为重点扶持方向之一。例如,内蒙古自治区体育局计划在3月31日前投放320万元冰雪体育消费券,推动冰雪体育惠民政策先行,吉林省则将冰雪消费券总规模增加至1亿元,首批3000万元消费券已经投放。

据北京市体育局一级巡视员卢宏

洋介绍,为激发冰雪运动产业市场活力,本届冰雪季期间,北京市体育局通过“北京健身汇”微信小程序发放了3万张冰雪消费券。每名认证用户每月限领4张滑冰券和4张滑雪券,每张滑冰券可抵扣30元,每张滑雪券可抵扣80元。

“日场自带滑雪板,用消费券之后是270元,加上来回车费和租柜费用,总共在320元至340元左右,如果不用消费券的话,光门票就要350元。”林女士是一名资深的滑雪爱好者,她认为消费券核销流程较方便,接下来打算尝试滑冰项目,还会继续参与后续几轮冰雪消费券的领取。

与林女士感受类似,刚学一年滑雪的张先生也认为消费券非常划算,“在各平台渠道,滑雪票本就没什么优惠,一张消费券能抵80元确实省了不少钱。”不过他提出,滑雪前需要综合评估温度、天气等情况,因此希望消费券能再延长一下冰雪类消费券的有效期。

更加贴合消费者需求

新一轮消费券覆盖面广泛,触角延伸至餐饮、住宿、电影等诸多消费领域,并结合线上线下渠道,采取滚动分次投放策略,持续为消费升温助力,不仅操作便捷,极大地丰富了使用场景,也更加

贴合消费者需求,深受大众欢迎。

“抱歉下周末也预约满了。”“可以接受拼桌吗?”……在上海一家日本料理店的前台,咨询电话络绎不绝,登记表上预约信息密密麻麻。自上海市“乐享浦东”餐饮消费券发放以来,该门店客流量增长了30%以上,高峰时需要三四名员工接线以应对大量的用餐需求。

“目前,我们正积极对接参与湖北省、天津市、深圳市等地新春消费季的零售餐饮类消费券发放活动。”饮品品牌喜茶的工作人员表示,2024年喜茶积极参与了中华美食荟“寻味广西”等多项政府消费券发放活动,涵盖多个地区、不同类型的消费场景。“这些活动不仅丰富了消费者的消费选择,为他们提供更多的优惠和便利,也为我们带来了更多的客流量和销售额,增强了品牌竞争力。”该工作人员说。

“除了政府和淘票票平台的补贴,我们又给了消费者额外的票价优惠,所以活动期间,来我们影院参与消费券活动的消费者都能以很低的票价购买电影票,调动了他们使用消费券的积极性。”位于江苏省南京市的中影东方影城(新尧金地店)相关负责人表示,2024年该店参与了“爱看电影 乐享生活”江苏省3000万元电影消费券

发放活动,且影院在消费券活动期间还增设了放映场次,以满足消费者的观影需求。

持续发力 创新消费券发放策略

围绕优化消费券发放策略,今年上海两会期间,工商联界别全国政协委员郁瑞芬在提案中提出精准定位消费人群、拓展消费券适用场景等建议。她建议创新消费券形式,增强吸引力与灵活性,一方面推出“折扣券”,如直接享受八折优惠,让消费者直观感受到实惠;另一方面设置“叠加券”,允许消费者在商家自身促销活动基础上叠加使用消费券,实现折上折,进一步放大优惠力度。

北京大学国家发展研究院教授、北大数字金融研究中心副主任沈艳提出,消费券的发放策略应兼顾精准性与人文关怀,加大对数字消费、绿色消费等新型消费的倾斜力度。就商家维度而言,不妨将目光投向正处于爬坡期的新兴行业,尤其是中小微企业,而在受众层面,要确保消费券能覆盖到低收入群体和对数字技术相对落后的老年人群体等,如探索设计一定比例的纸质消费券,加强社区层面对电子消费券领取使用的培训指导等。

(宗禾)

春节菜篮子货足价稳

春节进入倒计时,北京新发地农产品批发市场“年味”十足,蔬菜批发区、肉类交易大厅摆满了来自全国各地的农产品。

“2024年,全国蔬菜市场价格较往年偏高,农户种植积极性提升,春节蔬菜生产及市场供应有保障。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副所长、农业农村蔬菜市场分析预警团队首席分析师孔繁涛说。

孔繁涛告诉记者,在价格高位运行的激励下,当前蔬菜在田面积同比增加,冬春蔬菜生产供应基础较好,春节期间蔬菜供应有保障。

天气条件对蔬菜供应也很有利。2024年12月,大部分蔬菜产区气温高于往年同期,大白菜、洋白菜、萝卜、菜花等蔬菜品种陆续进入上市高峰,市场供应充足。

“往年同一时间,北京本地地产的小油菜已退市,但这个冬天是暖冬,菜农扣两层膜还可以种,所以北京本地地产的小油菜目前还在供应市场,而外地产量也同样增大。”北京新发地农产品批发市场统计部经理刘国说。

孔繁涛分析,春节期间各类节庆活动增加,受节日效应拉动,餐饮消费及蔬菜

采购备货需求增大,市场将逐步呈现供销两旺态势,预计蔬菜价格可能会有所上升,但总体平稳。

“鸡蛋礼盒销售热度快速升温,对鸡蛋价格的拉动作用有所体现,但是鉴于规模养鸡场鸡蛋供应充足,蛋价能够反弹的空间并不大。”刘国说。

中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁告诉记者,前期养殖场补栏增加,近期蛋鸡养殖持续盈利,养殖户稳产意愿较强。春节期间,全国在产蛋鸡存栏比较稳定,鸡蛋产能处于历史同期高位,鸡蛋市场供应充足有保障。

对春节期间蛋价走势,朱宁表示,进入1月中旬,鸡蛋消费受春节市场拉动迎来短期旺市,终端市场走货加快,拉动蛋价小幅上涨。春节前一周,节前备货基本结束,市场交易量减少,蛋价也随之震荡回落。

(经济日报)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

休闲食品迎“春节档”

随着春节临近,食品市场迎来了销售旺季。近日,记者走进首衡高碑店国际农产品交易中心,看到商家们在店内外陈列了各式各样的休闲食品礼盒,从地道的家乡特产、特色小吃到新颖的进口零食,种类繁多,令人目不暇接。消费者们在摊位前仔细挑选,不时与商家交流,询问价格和产品信息。值得注意的是,为迎合现代消费者对健康饮食的追求,一些商家还特别推出了主打低脂、低糖、低油的休闲食品礼盒,受到了不少消费者的青睐。一位正在选购礼盒的消费者表示:“今年过年想给亲戚朋友带点既健康又有特色的年货,这些礼盒包装精美,种类丰富,很适合送礼。”

图为消费者正在选购休闲食品。

(黄芷凌文/摄)



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