

“烟火气”渐浓 消费正回暖

□本报记者 郑璜

核心提示

这是我国对新冠病毒实施“乙类乙管”后的第一个新春假期。这个假期,市场从客流量到市场活跃度都呈现一派红火景象。

消费是拉动经济的“三驾马车”之一。红红火火的消费市场,为兔年的发展开了个好头,也提振着人们的消费信心。尽管疫情冲击还未完全消退,消费市场全面复苏还需等待,但促消费的社会共识和政策合力正加快形成。

“久违的热闹回来了”

1月26日,大年初五,位于福州台江老药洲街的忠惠酱鸭捞化老铺兔年营业首日,就迎来了一拨又一拨的客人,从中午开始营业持续到夜里12点。桌子从店内摆到店外,餐具桌椅一度不够用,后厨里待洗的碗堆满了几个水池。这般火爆程度远超“80后”老板陈公一的预期,他忍不住在微信朋友圈连连感慨:“消费这么猛啊”“从白天到黑夜太猛了,疯狂报复啊”。

尽管辛苦忙碌,陈公一心里的喜悦却实实在在地。新冠疫情发生以来,他太理解顾客希望坐在大堂里捧着一碗热粉干,吃着卤味的心理了。熬过疫情反反复复的三年,他对迎来春天满怀期待。

这个假期,返乡过年的张小姐带着父母一同走进了仙游县的电影院。室外颇有寒意,影院里却是久违的火爆,热门场次几乎场场满座,权衡之下,他们选择了不那么“合家欢”的《无名》。

尽管被父母吐槽,烧脑的观影体验

也算不上友好,但“久违的热闹回来了,能和家人放松团聚,这点小遗憾不值一提”。她打算回到工作地福州后,再把评分较高的《满江红》《流浪地球2》补上,好好来一回沉浸式观影。

县城影院的复苏,是折射整个春节档的一面镜子。据国家电影局初步统计,2023年春节档期,全国总票房67.58亿元,位列中国电影史春节档票房榜第二位。

人气回归的自然还有各大商圈。复古绮丽的春季大片款、线条流畅的潮向丹宁系列、低至五折的实惠冬装,让春节期间SM厦门一期UR店人流如织。经理温琴珠介绍,店铺平均日间客流达到3500~4000人次,同比增长11%。和客流增长同样振奋人心的是销售额同比增长了14%,门店销售业绩排名品牌全省门店第一。

据统计,SM厦门商业城春节七天客流92万,同比增长74%,最高峰达到单日16万人次。而整个厦门各大商圈开

展各具特色的优惠促销、展示发布、消费券发放及消费金融补贴等活动达100多场,有力汇商气、聚人气。

全省范围内,“全闽乐购·福兔迎春”消费季于1月19日腊月廿八启动。春节、元宵期间,省商务厅组织市、县、区、政银企联动开展2500多场线上线下融合的主题促销活动,部分地市配套发放消费券3000多万元,推动重点商圈、大型超市、电商平台等优惠让利,为春节消费氛围再添一把火。

消费信心快速提振

根据银联系统统计,春节期间(1月21日到1月27日),全省线下消费规模338.84亿元,同比增长11.5%。浪潮大数据监测,同期全省实现网络零售额约60亿元,同比增长9.5%;其中在线餐饮、旅游等非实物商品网络零售额同比增长50%以上。全省兔年消费市场实现红火开局。

福建社科院副院长黄茂兴分析,疫情防控政策的优化调整为这个假期消费回暖复苏创造了条件,此前被抑制的消费需求将加速恢复,对餐

饮、接触式服务性消费的利好更是立竿见影。

把观察维度拉得更长,消费在经济发展的基础性、决定性作用更不容忽视。

1月28日,春节后首个工作日召开的国务院常务会议指出,要针对需求不足的突出矛盾,乘势推动消费加快恢复成为经济主动力。事实上,最终消费支出占我国国内生产总值的比重已连续11年保持在50%以上。

“如果说以往推动经济社会发展的主导力量来自于投资和出口,那么

在新时代新征程上,推动经济社会发展的主导力量应该来自于创新和消费,来自于国内大规模的创新能力建设、人力资本开发和进口替代型的大规模消费。”福建江夏学院副院长、研究员朱四海表示。

尽管看到了全年消费复苏的希望,专家仍指出,就消费恢复力度而言,2023年春节并非完全“一片火热”,民众的消费信心和消费强度要完全恢复,仍需时间。

上月底,在疫情防控进入新阶段、

优化调整防控政策出台不久,总展览面积达51500平方米,参展商近1000家、专业采购商近3000家的首届福品博览会在福州举行。展会汇聚福味、福茶、福酒、老字号、福农优品、外贸名品、特色美食等优质产品,以展促销、以销带展,通过“节俭经济”这一载体有效优化消费供给、畅通消费渠道。

尽管因受新冠病毒影响,到场的市民观众算不上熙熙攘攘,但展会彰显的提振市场信心的决心却弥足珍贵。

创新供给,远近兼顾

这个新春,行走在位于福州台江苍霞的“福”文化主题街区,目之所及都是热闹的红。福味、福茶、福酒、福匠、福康等五大“福”系列特色产品,加上福兔人偶巡游、新春街头艺人展演、后备箱集市等新春主题系列活动,吸引大量市民游客来“中国第一福街”沾福气。

无独有偶,以“侨春有吉”为主题,晋江梧林古村落落在正月初一到十五期间,推出吉灯、吉炮、吉戏、吉布、吉作、吉愿、吉食、吉物、吉事、吉影等十大体验场景。靠着纯正的闽南年、闽南味,梧林初一的人流量超过14000人,是去年的

三倍。香薰、软陶制作、围炉煮茶、汉服换装环节,都成为吸引游客的法宝。

消费,一头连着民生,一头连着供给。而这个供给,既包括产品本身,也涵盖了呈现形式。

除居民收入水平制约消费外,受疫情影响,“线上消费”的习惯也更加深入人心。

2022年,福建全省限额以上网络零售额比上年增长

21%,比全社会消费品零售总额增速快17.7个百分点;占全部限上社会消费品零售额的比重由2021年的22.3%提高到2022年的25.3%。

改善消费条件、创新消费场景,让人便于消费、乐于消费,就成为唤醒消费意愿的有效尝试。

“经济发展最终靠供给推动,从长期看是供给创造需求。”朱四海表示,包括福品在内,消费产品供给要适应个性化、差异化、品质化消费需求,围绕“吃穿住行”五大民生产业和“文旅体康养”五大幸福产业形成福品产出,从传统消费和新型消费双向开发福品消费新赛道,实现供给由“有没有”向“好不

好”进阶。

黄茂兴也建议,有效扩大居民消费,更好激活消费市场,须长短结合、远近兼顾。

首先,充分挖掘节假日、赛事等重要节点,组织各地开展各类消费主体活动,通过发放消费券、抽奖等各种促销手段,激发人们的消费意愿,释放消费潜力。

其次,加强促消费的财税金融政策支持。合理适度增加消费信贷、降低贷款利率,加强对新能源汽车、绿色家电等“大头”消费以及教育、医疗等服务消费的精准支持。

再者,消费意愿离不开消费能力的支撑,敢消费、能消费的背后是收入的增长、民生的保障。应尽快稳定居民就业和收入预期,加大收入分配政策改革力度,稳定就业和改善民生,进一步稳定预期和增强市场信心。

1月24日,尤受欢迎的“幸福兔”亮相泉州市区金鱼巷,吸引市民游客纷纷打卡。林升 摄



春节期间,华安县高安镇坪水畲族村举行山哈火把节,唱山歌,跳舞,品尝畲家美食,吸引八方游客前来参加。本报记者 林辉 通讯员 黄建和 邹淑云 摄



春节期间,SM厦门商业城以“欢喜就好”为主题推出系列活动,吸引大量市民游客。杨珊珊 摄



记者手记

「烟火气」也能成发展底气

□本报记者 郑璜

假期向来是观察发展活力和经济态势的重要窗口。超市商场的人头攒动,饭馆酒吧的亲友相聚,景点影院的欢声笑语,一个个“烟火气”十足的微观生活场景,汇聚起消费复苏、经济回暖最真切的生活。

党的二十大报告提出,着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键作用。中央经济工作会议将“着力扩大国内需求”作为2023年经济工作的重点任务,提出要恢复和扩大消费摆在优先位置。今年的省政府工作报告也提出,把实施扩大内需战略与深化供给侧结构性改革有机结合起来。这为消费市场提供了强大信心和新的发展机遇。

2022年,福建消费市场承压发展,全年社会消费品零售总额较上年增长3.3%。在疫情多发频发对消费市场恢复扰动影响较大的不利情况下,这样的增速已属相当不易。这个春节,无疑又开了个好头。

此前,我省商务、文旅部门联手,围绕营造消费氛围、改善消费条件、创新消费场景等五个方面,已提出2023年促进消费提质升级的16条措施,切实把恢复和扩大消费摆在优先位置。

认真落实国家扩大内需战略规划,提升城市消费,扩大农村消费,扩大新能源汽车和绿色智能家电消费,积极培育运动、康养、托育、家政等消费新热点,不断夯实“能消费”的基础,完善“敢消费”的保障,营造“愿消费”的场景,更好满足群众消费升级需求……我省打出的促消费“组合拳”,将进一步扩内需、强动能、释潜力,助推消费市场加速回暖向好。

提升内需驱动力,被视为福建增强经济高质量发展后劲的关键之策。而推动消费则是扩大内需的关键一步。无疑,做好“后疫情时代”消费大文章,力促居民消费回升,将为经济回稳向上注入更多新动力。

消费活则经济活。在升腾的“烟火气”里,不仅有老百姓期盼的更好生活,也能成就更足的发展底气。



1月26日,福州市鼓楼区一海鲜自助火锅店的服务人员备好海鲜、烹饪菜肴,让客人大饱口福。本报记者 游庆辉 摄

1月27日,游客在福清市石竹山景区观赏灯光秀、无人机表演。谢贵明 摄



近日,在清流县林畲镇的台资企业歌道理兰花基地内,工人正在组盆、打包、发货,陆续把年宵花发往北京、上海等城市。吴火招 摄