

提振消费 我们在行动

# 河南打出政策“组合拳” 提振信心促消费

本报记者 夏晨翔 郑州报道

“咖啡潮饮嘉年华”“啤酒欢乐女神”郑州站海选、“开心麻花”喜剧生活周……在海汇港,一系列潮流活动接连举行。Live-house里,一场场音乐会、脱口秀演出也早早卖光了门票。

海汇港位于河南省郑州市郑东新区,是河南省首批18个省级旅游休闲街区之一。9月5日,郑州市发布了20个文旅夜消费场景,提出要

## 发展“五官”经济

围绕“让城市亮起来、让市民动起来、让消费火起来”的目标,发展能吃、能看、能听、能闻、能体验的“五官经济”。

ALOHA、Punchline、山野农夫、四分之一、筑艺、棉里……在海汇港举办的第五届中原咖啡潮饮嘉年华活动中,来自北京、上海、成都、广东等地的四十余家咖啡品牌齐聚于此,为咖啡爱好者带来了一场咖啡因狂欢盛宴。

在这里,咖啡爱好者们足不出省便可以喝遍只能在当地城市才能品尝到的精品咖啡。而与咖啡相搭配的甜点、面包、文创潮玩也都可以在此一网打尽。

这场为期三天的咖啡嘉年华,不仅是咖啡爱好者的狂欢节,同时也是全国咖啡同行们切磋交流的大舞台。

据了解,2023中国咖啡冲煮大赛、中国咖啡杯测大赛两大国际赛事,以及首届螳螂杯拉花大赛也都在此次活动中拉开帷幕。市民可以近距离观赏全国咖啡大师同台较量,也可享受顶级咖啡设备带来的不一样的咖啡体验。

此外,为了丰富这场咖啡盛宴,主办方海汇港还推出了嘉年华与美术馆的套票。一张门票既可进场品尝精品咖啡,也可走进海汇美术馆感受现代艺术带来的视觉冲击。

9月5日,郑州市印发《郑州市打造20个文旅夜消费场景推进夜经济高质量发展实施方案》(以下简称《方案》),提出要重点打造各区县(市)推荐的20个文旅夜消费场景,围绕“让城市亮起来、让市民动起来、让消费火起来”的目标,发展能

打造一批具有郑州特色、独特标识、多业态融合发展的文旅夜消费场景,海汇港即为其中之一。

《中国经营报》记者了解到,今年以来,河南省围绕恢复和扩大消费打出了一系列促消费“组合拳”,先后出台了第三批促消费政策措施,持续加大财政支持力度,上半年累计发放消费券及消费补贴8.2亿元。一系列让利促销活动,更好满足了当地消费需求,群众得到了实惠。

吃、能看、能听、能闻、能体验的“五官经济”。

《方案》中提出,要开展“郑州文化和旅游消费季”活动。利用网络直播等形式,带动夜间美食、特色演艺等夜间餐饮和娱乐消费,促进商超、商业街区等购物消费。举办郑州夜间美食节、龙虾节、啤酒节和咖啡潮饮嘉年华等活动。

事实上,郑州市发展“五官”经济,正是河南省围绕恢复和扩大消费打出一系列促消费“组合拳”的一个缩影。

记者了解到,今年6月份,围绕“乐享生活·豫见美好”主题,河南省启动了2023夏日消费季系列活动。截至7月底,省市区已举办各类活动近700场。

一系列活动的举办,激发了消费新活力。其中,104家大型商业综合体客流量较去年同期增长31.3%,郑州龙子湖、科学大道商圈餐饮消费分别增长25.4%、20.8%。平顶山夏日消费季参与市民超30万人次,带动餐饮增长20%以上。

此外,河南省各地结合夏日消费特点,积极发展夜食、夜购、夜娱、夜游、夜演等业态,商文旅融合,室内外贯通,多元化丰富消费体验,夜经济乘“热”而起。如,“醉美·夜郑州”联动开展嘉年华、嗨购节、美食节等六大主题活动,鹤壁封神“淇”妙夜营造“盛世朝歌”浓厚氛围,吸引了众多市民和游客参与。

## 提振文旅市场

1至7月份,河南省接待游客5.87亿人次、旅游收入5644亿元,分别为2019年同期的109.35%、100.69%。

在“古墓”中与“墓主人”玩投壶、聊人生;到隋唐大运河上参与漕帮、盐商明争暗斗;进入平行世界探寻文物身世之谜……

洛阳博物馆、二里头夏都遗址博物馆、洛阳古墓博物馆、隋唐大运河文化博物馆联合举办的历史人文类博物馆“夜宿”项目——《博物馆奇妙夜》,用“沉浸式戏剧+研学+剧本推理”体验,为游客打开了十三朝古都的城市文化魔盒。

洛邑古城景区周边,随处可见大大小小的汉服体验馆,唐风、宋制、明制等多种风格的汉服可供选择,不同服装还对应了不同的化妆造型。

而在景区内,古色古香的建筑、小桥流水的布景,以及专门设置的汉服拍照点,吸引了游客争相打卡。洛邑古城景区推出的“梦里隋唐·尽在洛邑”汉服文化节等活动,一度位列最受欢迎热门汉服打卡地排行榜第一。

## 政策持续“上新”

7月31日,河南省印发《持续扩大消费若干政策措施》,聚焦重点消费领域,再次推出了10条政策措施。

购车购房有补贴,餐饮旅游有优惠……今年以来,河南省坚持把恢复和扩大消费摆在优先位置,连续出台促进消费的若干政策措施,拿出“真金白银”鼓励消费。

4月9日,河南省印发《进一步促进消费若干政策措施》,涵盖汽车、住房、家电、餐饮、旅游等消费领域,提出了12条政策措施。

在汽车领域,河南省提出,将购车补贴政策延续至2023年6月底,对在省内新购汽车的消费者按购车价格的5%给予补贴(最高不超过10000元/台),省、市级财政各补贴一半,具体补贴标准和方式由各地结合实际制定实施。

二手车市场方面,对2023年纳税入统的年轻经销商超过1亿元

今年以来,河南省通过政企双向联动,供需两端发力,大力提振文旅市场,持续激活文旅消费。统计数据显示,1至7月份,河南省接待游客5.87亿人次,旅游收入5644亿元,分别为2019年同期的109.35%、100.69%。上半年,全省接待游客量和旅游收入分别高于全国平均水平10.77和5.72个百分点。

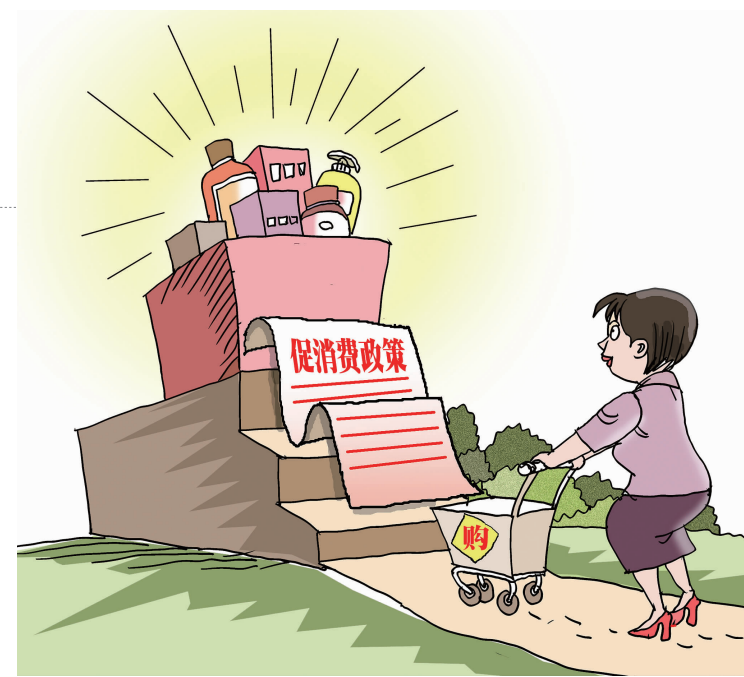
在政策端,河南省先后召开2023全省文旅文创发展大会、文旅行业“拼经济促消费”动员部署会,出台了多项政策措施,指导各地市推出百项利民惠民措施。截至8月底,全省共发放文旅消费券近亿元,引客入豫补贴超6000万元,奖励文旅消费县(市、区)1200万元。

在“产品”端,河南省也在积极推动文旅“产品”转型升级,通过推广颠覆性创意、沉浸式体验、移动端传播、年轻化消费的文旅经验,建成58个智慧旅游沉浸式

且当年增速达到10%以上的二手车经销企业,鼓励各地按其二手车经销额的0.5%给予奖励(最高不超过100万元),省财政按各地实际财政支出的20%给予补贴。

在住房领域,河南省提出,鼓励各地持续举办房产推介会、展销会,营造促进住房消费市场氛围。因城施策,通过发放购房补贴、契税补贴等方式支持刚性和改善性住房需求。

此外,继续支持住房公积金缴存人提取公积金用于租赁住房、城镇老旧小区加装电梯等自住住房改造。提高住房公积金提取额度和频次,重点支持新市民、青年人提取住房公积金用于解决住房问题。加快住房公积金个人住房贷款业务办理,压缩贷款办



今年以来,河南省围绕恢复和扩大消费打出了一系列促消费“组合拳”。 视觉中国/图

体验新空间,推出100个文旅消费新场景、50个休闲观光园区。

同时,河南省还主打研学游,推出了9条“行走河南·读懂中国”文化旅游线路,6条文博主题游径,全省395家博物馆1至7月接待观众超2000万人次。

而为了引客入豫,河南省也在积极“拼营销”。

据了解,今年6月底,河南省启动了“行走河南·读懂中国”文化旅游季暨第五届全球文旅创作

大会,统筹各地市推出百城千味美食季、百家博物馆展览季、艺术点亮演出季等6类863项文旅促销活动。

期间,河南省先后到北京、山西、陕西、湖北等地开展旅游推介,并与周边5省以及中旅等旅行社签订《百万游客互送合作协议》《引客入豫合作协议》,省外游客快速增长。其中,洛阳市7月份接待游客1231万人次,外省游客达到了50%以上。

时于7月31日,河南省印发《持续扩大消费若干政策措施》,聚焦重点消费领域,再次推出了10条政策措施。

其中,河南省将购车补贴政策、智能电子产品和家用电器产品消费补贴政策以及零售、餐饮、文化旅游、住宿等消费券补贴政

策延续至2023年12月底。

而在住房领域,河南省提出,支持各地因城施策,持续完善购房补贴等促进住房消费健康发展的政策。对有未成年子女的二孩、三孩家庭以及老人投靠养老的家庭购买新建商品住房的,可通过发放购房券或购房补贴方式,支持合理住房需求。

此外,对2023年7月1日至2023年12月31日期间在当地就业的应届大学毕业生购房的,在原有支持人才购房政策基础上,可给予一次性货币补贴。鼓励对外来经商、务工人员、返乡人员出台支持购房、租房政策,满足合理租房需求。支持按照职住平衡原则,研究出台支持团体购买商品住房的政策措施。

# 畅通城乡经济循环 县域商业提质增效

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

扩内需背景下,我国畅通城乡经济循环正进入提质加速阶段。

今年以来,相关部委围绕进一步畅通城乡经济循环出台了系列政策,对县域经济发展、农村流通体系建设、拓展农民增收渠道、吸引培育乡村振兴人才等进行了系统部署,同时多次明确激活农村内需是畅通城乡经济循环的重要一环。

因对畅通城乡经济循环发挥着

## 提质增效

实际上,我国对县域商业体系建设部署已久。早在2021年,商务部等17部门就印发了《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》,提出“十四五”时期,要实施“县域商业建设行动”,建立完善县域统筹、以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系,并对健全农村流通网络、加强市场主体培育、丰富农村消费市场、增强农产品上行能力等进行系列部署。

至此次最新部署,我国县域商业体系建设已取得积极成效。在介绍此次三年行动计划出台背景时,商务部流通发展司司长李刚总结了两年来我国县域商业体系建设取得的积极成效,主要为县域商业网络持续完善、农村物流配送不断提速、农产品流通效能明显提升以及农村消费潜力持续释放等方面。

重要促进作用,县域商业高质量发展也成为近来各地经济工作的高频词,吉林、四川、浙江、湖南等多省份在积极推进。在总结我国县域商业体系成效基础上,商务部等九部门日前也联合发布了《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》,提出要以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线,以数字化、连锁化、标准化为方向,推动县域商业高质量发展。

多位专家在接受《中国经营报》

数据显示,2022年,全国建设改造县城综合商贸服务中心983个,乡镇商贸中心、集贸市场3941个;各地建设各类县级物流和寄递配送中心1500个,乡镇快递和邮件处理站点7600个,95%的行政村实现快递直达。

在此基础上,为进一步推动我国县域商业高质量发展,此次三年行动计划的各项部署明显更为细化。如在完善县域商业设施方面,2021年出台的相关意见主要提出要强化县城综合商业服务能力,推动县乡村商业联动;改造提升县城综合商贸服务中心和物流配送中心;鼓励城市大型流通企业拓展农村市场,共建共享仓储等设备设施等。

此次三年行动计划则对完善县城商业、乡镇商业以及村级商业设施与业态进行了细致部署,提出鼓励县城购物中心、大型商超向乡镇

记者采访时表示,农村消费潜力巨大,推进县域商业高质量发展有利于增加农民收入和就业机会,提高农村居民生活水平,同时有利于拉动内需和增加经济增长点,促进农村和城市之间的资源优势互补,推动区域协调发展,在扩内需、稳增长背景下,县域商业发展由此愈发受到各方重视。在具体推进过程中,应注重实效导向以及县域统筹,在流通体系建设以及农民增收等方面做好文章。

延伸服务,布局前置仓、物流仓储等设施,完善家电、家具、家装等商品营销、回收和维修网络;以人口聚集的乡镇为重点,推进乡镇集贸市场标准化改造;加强邮政、供销、电商、快递、益农信息社等资源协作,推动村级站点设施共建、服务共享等。

“此次三年行动计划明确了七个方面的重点任务,并细化了实施步骤和具体要求,这些任务既紧扣当前县域商业发展的痛点和难点,又着眼于未来县域商业发展的潜力和机遇,既有利于解决当前存在的问题和短板,又有利于促进长远的转型升级和创新发展。”中国数实融合50人论坛智库专家、商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为,此次部署突出实效导向,旨在通过示范引领、激励机制、考核评价等方式推动各地加快县域商业体系建设,形成可复制、可推广的经验和模式。

## 畅通城乡经济循环

多位专家认为,当前我国县域商业发展进一步提速,主要是由于县域商业在扩大农村内需、畅通城乡经济循环等方面发挥着重要促进作用,对农民增收以及增加经济增长点有着重要意义。

早在2021年启动县域商业体系建设时,相关政策就已明确建设县域商业体系是全面推进乡村振兴、推动城乡融合发展的重要内容,是畅通国内大循环、全面促进农村消费的必然选择。此次启动县域商业三年行动计划也旨在进一步发挥县域商业对畅通城乡经济循环的促进作用。

## 推动流通企业转型升级

为畅通城乡经济循环,此次县域商业三年行动计划颇为重视工业品下乡、农产品进城双向流通渠道建设,除提出加强农产品流通体系建设,推动农村电商发展、推动县域流通企业转型升级以及发展农村物流共同配送等重点任务外,还明确要以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线。具体来看,此次三年行动计划提出要发展农村物流共同配送,加强农村物流资源整合,鼓励邮政、供销、快递、商贸流通等市场主体合作,整合各类物流资源,在电商快递基础上,叠加日用消费品、农资下乡和农产品进城

值得注意的是,进一步扩大农村内需可说是近期相关政策的重要导向。今年7月底,农业农村部召开党组会议就曾提出,要着力扩大农村内需,抓紧推动出台激活农村内需、畅通城乡经济循环的相关政策。

“当前城市商业市场已接近饱和,县域商业发展则具有较大的市场空间和潜力。”IPG中国首席经济学家柏文喜认为,当前农村消费潜力巨大,推进县域商业高质量发展有利于增加农民收入和就业机会,提高农村居民生活水平,同时有利于拉动内需和增

等双向配送服务,实现风险共担、利益共享,降低物流成本;总结共同配送成熟模式,将其作为重点支持方向,加快在中西部偏远地区推广落地等。

同时还要采用企业联盟、股权投资等方式,培育县域龙头企业;为农村中小流通企业提供低成本、实用性强的数字化转型解决方案;以数字化、连锁化改造和跨界融合为手段,支持邮政、供销、传统商贸流通企业从传统商品批发、零售向上下游一体的供应链管理服务平台转变等,多方面推动县域流通企业转型升级。“电子商务的兴起已经改变

了人们的购物方式,传统县域流通企业的发展已经面临瓶颈,因此相关企业需要转型升级以适应网络购物的趋势,增强可持续发展能力。”柏文喜认为,当前县域流通企业转型升级面临技术与管理水平相对滞后以及资金短缺等难题,应注重提高产品质量和服务水平,增强品牌竞争力。

解涛也认为,当前县域流通企业经营管理水平相对较低,同时面临着市场竞争压力和技术更新的挑战,需要加强技术创新与人才培养,通过建立稳定的供应链和销售渠道等推动企业转型升级,以提升自身能力并满足消费者需求。