

汽车以旧换新成效如何 消费市场运行怎样

商务部回应近期经贸热点

新华社记者 谢希瑶

汽车以旧换新政策实施成效怎么样?消费市场运行态势怎么看?我国对外投资合作情况如何?商务部日前举行例行新闻发布会回应近期经贸热点。

汽车报废更新补贴申请量快速增长

4月底,商务部、财政部等7部门印发《汽车以旧换新补贴实施细则》,对汽车报废更新给予直达消费者的补贴支持。商务部新闻发言人何亚东介绍,相关政策实施3个多月来,成效逐步显现,特别是近两个月以来,补贴申请量快速增长。

截至22日中午,商务部汽车以旧换新信息平台已收到汽车报废更新补贴申请超过68万份,近一个月以来新增补贴申请约34万份。汽车报废更新政策带动报废汽车回收量迅猛增长。1月至7月,全国报废汽车回收350.9万辆,同比增长37.4%,其中5月、6月、7月同比分别增长55.6%、72.9%和93.7%。

近期,为进一步扩大政策效果,顺应各方呼吁,党中央、国务院安排超长期特别国债资金加力支持消费品以旧换新。何亚东说,在开展汽车报废更新的同时,商务部还将指导各地用好用足中央加力支持资金,合理制定出台汽车置换更新补贴政策,持续扩大汽车以旧换新政策成效。

消费市场总体将延续回升向好态势

“传统消费稳步扩大,新型消费快速发展,服务消费扩容提质。”何亚东说,今年以来,消费市场总体呈现平稳增长态势。

具体来看,7月份社零总额约3.78万亿元,同比增长2.7%,增速较6月份加快0.7个百分点。其中,商品零售额同比增长2.7%,增速较6月份加快1.2个百分点。主要商品类别中,超六成商品零售额同比增速较6月份有所加快。

数字消费、绿色消费、健康消费蓬勃发展,新能源汽车、智能家居、国货“潮品”销售快速增长。7月份,新能源汽车零售量同比增长36.9%,渗透率达51.1%。限额以上单位体育娱乐用品类、通讯器材类零售额同比分别增长10.7%和12.7%。

旅游、文娱等服务消费持续活跃。1月至7月,服务零售额同比增长7.2%,增速比商品零售额快4.1个百分点,其中餐饮收入增长7.1%,交通出行服务类、通讯信息服务类零售额保持两位数增长。

“总的来看,随着加力支持消费品以旧换新、促进服务消费高质量发展等政策措施加快落地,各类促消费活动持续深入开展,预计消费市场总体将延续回升向好态势。”何亚东说。

前7个月我国对外非金融类直接投资同比增长16.2%

何亚东还介绍了我国对外投资合作情况。1月至7月,我国对外非金融类直接投资835.5亿美元,同比增长16.2%。其中,我国企业在共建“一带一路”国家非金融类直接投资179.4亿美元,同比增长7.7%。

同期,对外承包工程完成营业额862.8亿美元,同比增长6.6%;新签合同额1339.5亿美元,同比增长25%。其中,我国企业在共建“一带一路”国家承包工程完成营业额698.8亿美元,同比增长5.2%;新签合同额1101.1亿美元,同比增长22.3%。
(新华社北京8月22日电)

每件最高补2000元!

家电以旧换新补贴“8+N”类

新华社北京8月25日电(记者 谢希瑶)记者25日从商务部获悉,商务部等四部门办公厅近日印发关于进一步做好家电以旧换新工作的通知。明确各地自主确定补贴“8+N”类家电品种,每件最高补贴2000元。

通知要求,各地要统筹使用中央与地方资金,对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴,补贴标准为产品最终销售价格的15%,对购买一级及以上能效或水效的产品,

额外再给予产品最终销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过2000元。

通知提出,各地自主确定上述8类家电的具体品种。鼓励地方结合当地居民消费习惯、消费市场实际情况、产业特点等,对其他家电品种予以补贴并明确相关补贴标准。

根据通知,各地要及时回应社会关切,做好政策答疑,并开通投诉举报监督渠道,依托本地12345政务服务便民热线等建立咨询服务专线。

共赴十年之约 2024数博会“焕新”吸引400多家企业参展

新华社贵阳8月28日电(记者 严赋憬 向定杰)2024中国国际大数据产业博览会28日在贵州省贵阳市开幕。2024数博会以“数智共生:开创数字经济高质量发展新未来”为主题,共吸引2.1万余名嘉宾注册参会,国内外414家企业报名参展。本届数博会首次由国家数据局

主办,贵州省人民政府承办。国家数据局局长刘烈宏在当天的开幕式上说:“历经十年发展,数博会已经成为我国数据领域引领创新趋势、展示行业成果、促进开放合作的重要载体。”记者从大会组委会了解到,本届数博会以企业为主体,布展6万平方米展区,分为数字产业化、产业数字

化、数据价值化等6大主题展览板块。参展企业包括华为、阿里、腾讯、百度、京东等行业知名企业,以及来自美国、德国、加拿大等30余个国家和地区的77家境外企业,将集中展示各领域前沿数字技术、解决方案及创新应用。本届数博会鼓励和支持企业主

导举办行业交流活动、特色活动,预计各类活动将达到90余场,包括25场行业交流活动、20余场系列特色活动以及数十场发布活动等。其中,行业交流活动聚焦国际数据空间、数字人才培养、智慧城市、人工智能等主题;成果发布活动包含十大领先科技成果和57项优秀科技成果。



国产大飞机 C919交付 国航和南航

8月28日,航空公司代表在飞机前合影。当日,中国国际航空公司和中国南方航空公司在中国商飞总装制造中心浦东基地同时接收首架C919飞机。这标志着C919飞机即将开启多用户运营新阶段。
新华社记者 方 喆 摄

汽车产业助力“油城”大庆加速转型

新华社记者 孙晓宇

28日上午,在黑龙江省大庆高新技术开发区的远程新能源商用车集团醇氢生态大庆工厂,醇氢生态大庆工厂下线仪式举行,搭载醇氢电动系统的汽车缓缓驶出。

“油城”大庆具有悠久的石油开发历史。如今,汽车制造等一批“非油”产业项目经引进、培育,正在大庆释放新的动能。

在大庆沃尔沃汽车制造有限公司,现代化的汽车流水生产线映入眼帘,S60、S90轿车从生产线上驶下一辆接一辆驶下。自2011年项目“落户”以来,这里已累计生产车辆51万辆,实现产值1072亿元。

大庆高新技术产业开发区配套建设了汽车零部件产业园,高端装备制造园等专业园区,吸引了汽车座椅等众多汽车配件企业聚集。

在安道拓(大庆)汽车部件有限公司,总装生产线平均几分钟就能下线一部汽车座椅,日产座椅300套左右,为沃尔沃S60、S90车型提供座椅产品。

“我们落户11年来已累计生产座椅51万套。”公司负责人向阳说,与沃尔沃大庆工厂“隔墙配套”缩短了物流成本,座椅产品通过厢式货车20分钟内即可运抵沃尔沃大庆工厂。

在延锋彼欧(大庆)汽车外饰系统有限公司,经过预检、冲压、焊接等工艺流程,一件件汽车保险杠合格出厂。“我

们每日可生产汽车保险杠近300套、600件,装车后运往沃尔沃大庆工厂。”公司区域经理温玉龙说。

“我们区内已有2家整车制造企业、9家汽车零部件和配套服务企业,2023年实现规上汽车工业产值179亿元,今年上半年实现规上汽车工业产值85亿元。”大庆市高新区汽车和高端装备产业促进中心副主任周宇峰说,汽车产业已成为拉动当地经济增长的重要引擎。

在大庆赛车小镇,第四届中国汽车摩托车运动大会正在这里举行。“我们

每年都要举办十几场汽车赛事,还开发了卡丁车体验等文旅项目,通过赛事带动文旅产业发展。”大庆赛车小镇副总经理吕瑾华说,小镇目前已经形成汽车交易、汽车后市场、旅游经济等多元发展模式。

“大庆正加快建设世界著名的资源转型创新城市,汽车产业是推动城市转型发展的关键产业。”大庆市工业和信息化局局长刘国说,未来将着力优化营商环境,为汽车生产和零部件配套企业提供更大发展机遇。
(新华社哈尔滨8月28日电)

经济随笔

在山西省太原市钟楼步行街文化街区,有歌迷围坐点歌的大合唱,有投影在钟楼城墙上歌词灯光秀,还有商铺为歌迷准备的专属小礼物……这些沉浸式体验吸引不少游客前来打卡。

得益于“在演唱会举办前3天至后3天期间,演唱会门票持有者可免费游部分核心景区、坐公共交通”的举措,不少歌迷延长了在太原的旅游时间。

为一场演出奔赴一座城,“跟着演唱会去旅行”正在成为出游新体验。一些地方陆续出台了支持演艺项目落地的政策。作为重要“引流”项目,演唱会带动交通、住宿、餐饮、旅游等各类消费的同时,也在催生一个个商机:明星手幅等应援物、妆容编发、DIY贴画……

“演唱会+”升温的背后,一个重要因素是“体验”。

在最热的天,卖最厚的袄。这样反常的事,却正在成为浙江服装销售市场的新常态。

近期,浙江平湖举行的一场羽绒服联合订货会,吸引了全国各地4000多位采购商前来下单,短短三天就卖出了160万件,订货款额超3亿元。

反季销售作为一种营销策略,近年来,在服装行业中越来越受欢迎。这个夏天,浙江的“三件冬衣”:羽绒服、皮衣和羊绒衫,都拿出了不俗的销售成绩单,频频登上热搜。

为什么淡季销售能实现逆势上涨?这背后,既有企业对市场需求的精准把握,更体现一代代浙商摸索出来的门道、打拼下来的市场、沉淀下来的口碑。

细数“三件冬衣”的发家史:平湖不产羽绒,却以羽绒服成衣的货源优势占据了全国50%的市场份额;桐乡不产羊毛,却坐拥中国摊位最多、出货量最大的毛衫市场;海宁不产皮毛,却设计出全国六成以上的新款皮装……敢想、敢干、敢闯,造就了浙商“无中生有”的本领。

从“体验”里激发消费新活力

新华社记者 马晓洁

能否抓住人们的情绪需求,让他们的体验上一个新台阶,提供优质服务是关键。现场气氛、免费接驳、停车、安保、住宿、物价等各环节,每一处细节都关系到体验。点亮城市地标、送上地方特产伴手礼、出版歌迷特刊、表演无人机烟花限定款……这些“宠粉”点滴,提供更多情绪价值,“体验经济”由此催生。

聚焦体验,“小城承载大演出”“办好演唱会,带火一座城”的经验做法,在越来越多的城市发展创新。例如,浙江衢州曾承办2023年全国首场线下大型演唱会,举全市之力完善各环节服务,吸引大批歌迷涌入,带

来1.24亿元旅游收入。此后,大型演唱会频频花落此间。今年“五一”,衢州实现旅游总收入13.73亿元。

伴随产业细分和服务经济的发展,从城市到乡村,围绕“体验经济”开拓的新业态,引来新客流,促进新消费。

在上海乡村,泥土味的“诗与远方”是新体验。咖啡馆、陶艺工作室、美学摄影空间、法式西餐厅、烘焙体验工坊都开进了田间地头,还有新中式装修风格、时尚饮食单品、潮流户外美陈……这些新体验元素和乡村场景叠加,为乡村经济添了一把火。

在云南边陲的景迈山,当地特色

文化体验是新探索。布朗族小调弹唱、火塘烤茶、茶桌制作等多项体验活动正在被开发,徒步、采茶、品饮、游寨、手作、诵歌……当深度人文体验成为新的选项,遥远的地方就会吸引越来越多游客抵达,为当地带来新机遇。

如何让“体验经济”迸发更持久的吸引力?

各地的探索正在给出回答:一方面,要以体验为核心加强对当地历史、文化、旅游资源的传播,塑造地方新名片;另一方面,要促进文化、旅游等各类消费融合,做好地方服务和业态升级。

在更加强调发挥消费引擎作用的当下,“体验经济”无疑具有广阔前景。打开新思路,更好满足人们高品质生活需要,持续创新探索,将为经济发展带来更多新的可能。
(新华社太原8月29日电)

夏季卖袄中的逆势智慧

新华社记者 俞 苑

当然,市场摸爬滚打总要经历沉浮。服装行业难做,受外部环境的影响非常大。服装的成本、售价一增一减,企业压力陡然增加。此前不少服装企业,都遭遇了生产停滞、产业链上下游转移的风险。

然而,大浪淘沙中,总有人在坚守中不断开拓新空间。服装反季销售,就是一种典型的另辟蹊径,愈显迎难而上的精气神。

以平湖羽绒服企业为例,从2017年开始,很多商家开始反季款,为经销商和消费者提供更多的选择和实实在在的价格优惠。政府、企业、商家、平台迅速形成多方合力,在危机中不断求转变、求突破,寻找“一时火”到“一直火”、“卖一季”到“忙四季”的路径转变。

把需求淡季变成销售旺季,光靠折价“清库存”远远不够。随着消费

者的心理、行为和理念都发生变化,一些企业敏锐地意识到,解决“成长的烦恼”唯有依靠改革的“良方”,服装产业必须找准生活必备与时尚喜好之间的连接点,以原创取胜,以高品质赢得市场。

正如平湖时尚中心一家羽绒服原创设计公司负责人所说,春节后,公司就已经开始投入年底冬衣的设计、研发,一个款式陆续修改了30多个版,抠细节为的就是给客户呈现一件完美的衣服。

与此同时,利用反季销售“试水”行情,为众多商家进一步的设计和制造工艺升级,提供了一手资料。有远见的企业,还从中看到了“新国潮”的全球影响力,将跨境销售视为推动外贸高质量发展的新动力,国产原创服饰“出海”计划蓄势待发。
从“浙”里看中国,淡季不“淡”

中,蕴藏着创新求变的品格和逆势而行的智慧。

服装行业的淡季热销,是一种转危为机的逆周期操作,其背后是对市场的敏锐把握、对创新的笃定坚守,是应时而变、顺势而为,以主动求变来换取发展空间;是以政府有为推动市场有效,不断强化企业发展信心和未来预期,逢山开路、遇水架桥。

打破固有观念,突破惯性思维,在逆势中实现正增长,是中国经济韧性的生动注脚。

把观察的目光从服装行业拓展到各行各业,这种韧性还有更多具象的写照。比如影视剧行业,通过不断提升文化产品供给的品位和档次,在淡季也能频频杀出票房黑马;不少地方的旅游产业,通过主动调整经营业态及思路以适应市场形势变化,淡季也创出了游客数量新纪录。

疾风知劲草,常青靠韧性。有百折不挠之坚韧,也有积极变革之灵活,越来越多的行业、企业正在迎难而上,越过山丘、顶住风浪,奔向光明未来。
(新华社杭州8月26日电)

宣绩高铁开始试运行

8月29日,列车乘务员在宣绩高铁试运行列车上欢迎乘客。

当日,宣绩高铁开始试运行,全线开通运营进入倒计时。宣绩高铁地处安徽皖南山区,线路自宣城站引出,经绩溪北站,是长三角城际轨道交通网中的骨

干线路,正线全长111.6公里,设计时速350公里。

宣绩高铁建成运营后,对进一步完善路网布局,促进区域协调发展具有重要意义。
新华社记者 周 牧 摄

