



主持人孙华:为迎接牛年和落实就地过年号召,各地相继出台了一系列相应的政策措施,让老百姓红红火火过大年。春节期间,本报记者深入基层走访,从菜篮子、旅游和餐饮、消费等不同角度,透视春节期间各地出台补贴政策的落实情况,以饕读者。

“菜篮子”丰盈保障就地过年

■本报记者 苏诗钰
见习记者 杨 洁

小小“菜篮子”,装着大民生。每年春节都是“菜篮子”产品消费旺季,今年在就地过年的背景下,市场保供任务成为重中之重。

为做好春节期间重要民生商品保供稳价及群众就地过年生活物资保障工作,国家发展改革委持续推进保供稳价工作,多次部署,推动各地全力做好春节期间重要民生商品保供稳价工作。此前,商务部新闻发言人高峰表示,为在常态化疫情防控下做好春节期间市场供应保障工作,商务部会同各地商务主管部门积极采取措施,增加节日供应。

那么春节期间,各大商超和市场的“菜篮子”供应情况如何?《证券日报》记者进行了走访调查。

除夕当天的各大商超销售情况尤为火爆。下午1点,北京市广渠门附近一家大型生鲜超市内,工作人员正引导顾客有序进入。记者看到该超市商品琳琅满目、种类繁多,特别是“菜篮子”产品十分丰富。“刚刚在

路上还怕来晚了买不到年夜饭的食材,现在发现担心完全多余,让我吃下一颗‘定心丸’。”顾客张女士推着满满一车的果蔬和生鲜食材边说边向记者展示了她的购物清单。而在一旁的蔬菜区,工作人员正不断地向货架上空余处补货,他告诉记者:“目前货物储备充足,我们能保证让顾客都买上新鲜的食材。”

“七鲜超市和七鲜生活全国门店春节期间不打烊,除夕和正月初一当天核心时段也会为消费者持续提供优质服务。”京东七鲜超市相关人士对《证券日报》记者表示,春节期间线上下单配送到家服务照常进行,承诺店面3公里(七鲜超市)和1.5公里(七鲜生活)范围内,年货最快30分钟送达。无论是到店购物还是配送到家,七鲜满足消费者“即需即买”的需求,无需囤货,食材新鲜购,同时有效规避了年前去传统市场置办年货的拥堵痛点。

在货品供应筹备方面,七鲜一直贯彻在节假日等时间节点前的“3 6 9”工作计划,即提前30天、60天、90天,按照时间表,各部门协同筹备,将

工作前置,保障供应。据上述京东七鲜超市相关人士介绍,七鲜各区域都有本地采购人员,负责和供应商商谈,提前进行货源的协调、储备工作。各门店会提前盘整库存和库容,做好订货计划,进行订单预估,运力协调,门店营运等工作,物流部门也会提前储备人力。七鲜超市在1月初已经完成首批重点商品的囤货及门店到货,如果某家门店发生订单上涨的情况,门店也会增加补货频率,货品紧缺时会安排仓到店的二次,甚至三次配货,最大限度满足顾客的年货需求。

《证券日报》记者从物美集团方面获悉,为进一步满足消费者需求,物美加大产量供应,做好各类商品的储备工作,春节期间增加了30%左右的供货量。2月17日,记者来到石景山区一家物美大卖场,该店工作人员透露,除夕当天该门店营业至20点,正月初一到初三营业至21点,目前营业至22点,不仅春节不打烊,“菜篮子”产品也未脱销,可充分满足市民的购物需求。一位正在挑选水果的顾客告诉记者:“我就住在附近,了



解到春节期间超市不打烊就没有囤货,打算随买随吃,超市水果、蔬菜有的是,图个新鲜。而且价格跟平时没有太大变化,超市还有过节优惠活动,很实惠。”

谈及今后在确保“菜篮子”产品不断档、不脱销方面还需如何发力?苏宁金融研究院宏观经济研究中心副主任陶金表示,在政府层面,一是需要加强事中 and 事后监管,加大对哄抬物价、囤积居奇等违规行为的处罚力度,纠正市场失灵现象

和引导企业调整消费品供给结构;二是在特殊时期发挥政府储备和保障优势,加强对重点地区的监控和商品投放;三是加强物流和商品流通的保障,不给企业设置商品供应障碍。企业层面,需要实时适当转换销售和推广策略,及时调整业务区域布局,对重点地区予以重点资源投放,在实现保供的同时获得业务量的增加,在此过程中可以利用大数据等科技手段提高调整供应结构的效率。

就地过年解锁新年俗:本地游、就近游占C位

■本报记者 昌校宇

“原以为这个时间段大家不愿意出门,没想到游客很多,景区内的酒店需要提前一周才能订上。”刚从北京古北水镇游玩回到家的姜小美(化名)2月17日告诉《证券日报》记者,她和妹妹都在北京工作,今年为响应“就地过年”号召便未返乡过年,以本地游的方式欢度春节。姜小美说:“以往一到春节就唱‘空城计’的城市,今年到处充满着烟火气。由于酒店紧俏,我们还将出游时间从初一改到了初五。”

的确,就地过年正悄然改变着传统旅游市场:远程游萎缩,本地游、就近游则呈现火热景象。飞猪数据显示,牛年春节,“原年人”(就地过年的人)就地发掘新年味,本地游成为新年俗。春节期间低风险地区的本地游需求较为旺盛,预订量同比涨超660%。同时,今年热门出游城市较往年春节有明显不同,三亚、昆明、丽江、桂林、西双版纳等往年热门目的

地遇冷;反而往年会“空城”的一线及新一线城市,今年春节异常热闹。

《证券日报》记者注意到,这或许离不开国家及地方政策层面对于就地过年的支持和服务。例如,1月底,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于做好人民群众就地过年服务保障工作的通知》明确,按照限量、预约、错峰等要求,保障旅游产品供给,丰富假日旅游活动,更好满足群众旅游休闲需求。紧接着,中共北京市委办公厅、北京市人民政府办公厅制定《关于做好市民群众在京过年有关工作的通知》提出,组织线上文艺展演、旅游资源推介、春节庙会等活动,开展云科普、云游览、云课堂、云相亲、线上阅读,增加网络、电视、广播等文化体育节目供应;苏州市园林绿化系统研究制订春节期间关爱留苏人员活动方案,其中一条举措便是,春节期间14个园林景区对外地留苏人员免费开放,相关人员在预约成功后,凭江苏省内居住证(含办理回执)、身份证即可检票入园。

当本地游、就近游占据春节出游市场C位时,另一个显著的变化是,以新业态为主打的民宿业迎来高光时刻。木鸟民宿发布《2021春节民宿预订趋势报告》显示,2020年在国家扶贫政策的支持下,乡村民宿得以兴盛和发展。加之疫情防控养成,用户本地游、就近游消费习惯的养成也给乡村民宿的发展带来契机。春节假期,乡村民宿热度持续,从预测数据来看,乡村民宿订单将增长230%。

“我们一家三口为响应就地过年号召,选择到乡村体验年味儿,于青山绿水间、田野乡间处来一次悠闲旅行。”在天津工作的张伟(化名)告诉《证券日报》记者,春节期间他带着爸妈去天津某度假村玩了3天,顺便还去附近的采摘园摘了些新鲜草莓尝鲜。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示,为配合各地疫情防控需要,成千上万的居民春节期间滞留所在城市而未返乡过年,虽有部分居民参

与到就地过年的营业服务之中,但多数就地过年的居民需要合理安排假期,从而催生本地游、就近游的消费增长,这对拉动当地消费和就业形成较大支撑,对当地经济也产生较大拉动作用。

“一直以来,旅游消费都在消费市场中扮演着重要角色。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时认为,由于很多人在今年春节都选择了就地过年,我国人口流动规模显著下降,交通运输和旅游消费都受到了不同程度的影响,不过本地游和就近游的兴起对这一影响起到了较好的补偿效应,考虑到旅游产业链条较长,涉及餐饮、娱乐、购物等多个相关领域,本地游、就近游的繁荣势必能有效提振当地服务业,进而持续为当地经济回暖注入动力。

谈及本地游、就近游经济崛起,旅游业应如何抓住机遇?付一夫建议,旅游业应进一步修炼内功,顺应时代潮流进行转型升级,具体应抓住

三个机遇。

第一,科技旅游机遇。主要包括:以数字化转型推动行业精细化管理,提质增效,优化消费体验;积极开拓线上渠道,不断拓宽收入来源;打造无接触新旅游产品,如在线博物馆、在线沉浸式体验等;开展新媒体营销,如双微一抖等。

第二,文旅融合机遇。主要包括:发挥各地文化资源优势,深入挖掘不同区域的自然风景、文化古韵及风土人情,将中国传统文化与新时代发展特色结合起来;创新文旅融合方式,加强构筑文化场景,引入新的文化元素,并积极打造当地旅游品牌。

第三,消费升级机遇。主要包括:人们对于旅游品质的重视程度日益提高,旅游市场长尾特征越来越突出,定位精准的高品质、定制类产品正逐步成为行业新方向;应针对不同人群的心理需求、消费喜好等特点,设计、包装有特色的、富有吸引力的旅游产品和路线,并配以贴心优质的服务。

就地过年红包催火春节档消费市场

■本报记者 包兴安

2月16日,记者来到位于三河市燕郊的一家物美超市。超市里人头攒动,刘先生正在货架前挑选商品,他告诉《证券日报》记者:“今年我留在燕郊过年了,正好这次领了一张消费券,买点生活用品。”

为支持企业外地员工就地过年,河北省三河市对“四上”企业(规模以上工业企业、资质等级建筑业企业、限额以上批零住餐企业、国家重点服务业企业)春节期间留在三河过年的外地员工发放了总额100万元的“新春电子消费券”。

除了三河市外,很多地方针对就地过年群体采取了类似发红包的措施。据记者了解,北京市面向在京过年人员发放4000万元“零门槛”年货消费券;武汉通过大型平台企业面

向全体在武汉人员投放1亿元武汉春节消费券,同时,向特殊困难群体发放春节消费专项补贴,每人300元;合肥市和杭州市分别对符合条件的外来务工人员每人发放1000元现金补贴。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群对《证券日报》记者表示,今年春节期间,各地纷纷推出不同形式的消费券活动激发和带动市场消费热情,从各地的消费券发放情况看,有按人员类别发放的消费券,如针对特困供养人员、孤寡老人等,这类消费券特点是无门槛、直发式,属于激活存量消费,可以有效保证这些低收入群体的春节生活需求。

“也有按消费额度发放的消费券,个人消费达到一定水平后即可领取享受一定额度消费券,这类消费券可以拉动增量消费,鼓励有一定消费

能力和意愿的群体通过消费券的刺激作用实现扩大消费改善生活。”张依群说。

张依群表示,还有按特定消费需求发放的消费券,如培训补贴、旅游补贴、文化娱乐补贴等,具有满足人们特定需求和较强的特定商品服务拉动作用,既可以有效激发拉动本地经济,更重要的是通过各种政府补贴更好地改进人们的消费行为,提高消费层次,增强人民群众生活质量和

社会进步发展潜能动力。各地通过消费券、现金红包、培训补贴等方式鼓励就地过年,成为活跃春节消费市场的有效催化剂。

据济南市商务局监测,2月11日至2月13日,市场商品供应充足,生活必需品量足价稳,市场秩序良好。截至目前,春节消费券累计核销320.6万元,拉动消费2546.8万元。重点监

测的17家商贸零售企业实现销售额7.77亿元,较2019年春节同期增长5.4%。重点监测的26家零售和住宿餐饮企业实现销售收入7.81亿元,较正常年份2019年同期增长5.2%。

2月16日,阿里巴巴发布春节消费报告,从多个维度展示了今年春节的消费趋势。2月4日至2月15日,年货消费更加年轻化、品牌化、智能化。扫地机器人、擦窗机器人等“黑科技年货”消费增速同比超100%、300%,洗地机更大涨18倍;2月4日-2月15日期间进口洋酒销售额同比增长10倍。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,各地补贴直达外地员工的银行账户的确起到了拉动消费的作用,以往过年,大城市和小城市的消费结构各不相同,大城市由于大量人

员返乡,消费呈现阶段下滑态势,如今就地过年人群获得补贴,更多参与到所居住城市的春节消费当中。从总量看,补贴拉动消费的绝对金额占比依然是有限的,由于春节是需求旺季,有限的激励更加合理。

“从消费券发放的经验 and 整体效果看,其杠杆作用基本会达到1:10的放大效应,并且拉动消费效果直接,有利于国内消费规模呈现雪球式放大,并通过释放合理消费需求拉动有效供给增加,达到消费与供给的科学平衡。”张依群表示,同时,消费券投放具有明显的时效性、周期性和灵活性,可以有效避免消费券资金浪费,促进内循环经济潜能释放和良性发展。政府在消费券设立、发放过程中要力求做到总量收支平衡、项目增减互补,才能更好地发挥消费券带动城乡居民消费的持续性效果。

餐饮业花式服务就地过年 线上线下同样火爆

■本报记者 杜雨萌

自提倡就地过年以来,不仅政府和企业上演花式留人,餐饮企业更是火力全开,除了春节期间不打烊外,定制年夜饭更是为身处异乡的朋友提供处处是家乡的归属感。

如1月28日,成都市商务局对外发布《2021年成都市春节期间年夜饭及家庭套餐供应门店清单》(以下简称《清单》),包括在春节期间推出年夜饭外卖套餐、特色菜品以及优惠促销活动的本地品牌、特色餐饮门店,共计500家。《清单》中,年夜饭及家庭套餐供应门店311家,特色餐饮供应门店174家,中华老字号餐饮15家,覆盖全市23个区(市)县。

再比如,2月5日,郑州市正式启

动“新春送福餐 在家年味香”活动。据悉,河南省内已有300余家知名餐饮企业紧紧围绕年夜饭、年货、年俗等节庆热点,推出了年夜饭套餐、年夜饭集装箱、年货大礼包、半成品预制菜等多种商品,为市民做好线上预订及线下配送服务。

除此之外,包括上海市餐饮烹饪行业协会、江苏省餐饮行业协会等各地餐饮协会以及餐饮组织,推出了提供年夜饭礼盒、年夜饭外送、私厨到家等多种形式的服务,以满足消费者对年夜饭的多样化需求。

在这个特别的牛年春节,线上年夜饭火速出圈。据美团外卖发布的数据显示,除夕当天,全国外卖订单量同比增长70%,其中,品牌餐饮商家外卖销量同比增长82%。北京、上海、

深圳、广州、重庆这五个就地过年的主要城市除夕当天的外卖订单量最高,如,北京除夕外卖年夜饭销量同比增长122%。饿了么数据显示,农历廿八至除夕,年夜饭半成品外卖同比增长4倍,单人份外卖订单同比去年翻了一番。

当然,除了在家做饭、外卖等方式满足味蕾外,餐饮企业通过各种方式来为消费者增加年味。譬如,2月2日,海底捞对外公布“云嗨聚:联接受”异地亲友聚餐服务,为就地过年的消费者提供与亲朋好友云聚餐平台。即便是相隔千里的亲朋好友,也能隔着屏幕一起吃一顿热气腾腾的火锅;而麦当劳方面推出10多款春节美食外,还限时推出“亲情送”服务,即顾客可以通过麦乐送给

远在地域的亲朋好友点餐,麦乐送会在订单中附上亲情卡,消费者可以定制祝福,卡片连同美食将一同送达。

与线上订餐同样火爆的是,今年线下的餐饮门店也异常火热。从大年三十到正月初六,《证券日报》记者在走访了包括北京西单商圈、国贸商圈、丰台科技园万达广场等地后发现,“排队等号”俨然成为今年北京餐饮业最具代表性的词汇。

如大年初二下午1点左右,无论是北京汉光百货还是西单大悦城的各家餐饮门店,都在上演吃饭排队等位的桥段。以一家人均消费约220元的日式烤肉店为例,正在排队等位的一对小情侣告诉记者,尽管此前这家烤肉店也经常需要排队等位,但在

商场一次性派发的该门店5张、合计100元可叠加使用消费券的助攻下,人均消费成本的降低自然而吸引了客流量的成倍增长。

事实上,可使用的消费券不只有这一家门店,记者在上述商场的APP小程序上发现,无论“将太无二”“汤城小厨”“牛角”还是“野人牧场”“兰芳园”等,单张10元或20元的消费券均有所覆盖。

此外,记者注意到,随着今年留京过年的小家庭和单身群体成为餐饮消费主力军,今年春节假期,多家餐饮企业也适时推出了多种小份菜品供消费者选择。如西贝莜面村的蒸饺一份6个、半份3个,将太无二的寿司一份8个、半份4个,江边城外烤鱼推出小份凉菜等。

年味未尽招工忙 湘企备战消费大市场

■本报记者 肖 伟

牛年春节假期尚未结束,湖南企业已在忙碌招工,备战国内外消费大市场。

有专家表示,国内疫情防控得力,海外疫苗接种加速,在国内外市场同频共振的基础上,全球消费市场有望在三四月份迎来复苏拐点,当前湖南企业招工提速,就是对复苏拐点做出了提前判断。

连日来,湘佳股份通过猎聘网、58同城、湘就业小程序、微信朋友圈等不同社会渠道广发英雄帖,面向社会公开招聘养殖、质检、加工、项目建设等方面的技术工种。同时,湘佳股份旗下湘佳电商也在紧锣密鼓招聘电商、销售、财务、采购、仓储、配货等不同工种,并送出了“五险一金+包吃住+带薪培训+子女助学+生日福利+节日礼品”的一条龙大礼包,且已有不少求职者向湘佳股份投递简历。

湘佳股份董秘何业春向《证券日报》记者介绍:“今年节日期间国内疫情防控得力,商贸流通正常有序,给我们增添了巨大的信心,预计节后消费市场需求可能会加快释放,主要下游目标客户的复工、复产、复学、复业速度有较大概率明显快于去年。我们提前招工就是为这一预判做好准备。”

有着相似判断的湖南企业并非只有湘佳股份,作为生活陶瓷出口创汇代表型企业之一,拟上市公司华联瓷业也正在积极招聘各路人马,打出了“千年陶都华联瓷业,与您共创五彩事业”的口号。

《证券日报》记者从招聘中看到,除了包装工、拣料工等普工岗位之外,华联瓷业还在招聘设计师、釉料工程师、勾线工、描金工、贴花工、拉坯工、精坯工等技术工种。华联瓷业外联部部长黄宇林向《证券日报》记者介绍:“出口创汇的生活陶瓷主要面向欧盟、北美、中东、拉美等地的餐饮消费市场。现有多个老客户前来询价、看样和下单,我们预判这一向好的趋势未来会逐步加强,因此提前招工做好对应准备。生活陶瓷是一个相对传统行业,但是内涵不断扩大,消费新元素和设计新理念层出不穷,对熟练工种的技术能力和综合素质有很高要求,无形中已经形成了较高的行业门槛。谁能先把熟练工抓在手里,谁就能在市场上占有先机。”

那么,消费市场是否已经临近春江水暖的时刻?《证券日报》记者就此采访了招商银行宏观经济研究所所长谭卓博士,他认为:“今年的3月份至4月份是全球消费市场复苏的起点,到了6月份至7月份,全球消费市场的复苏效果将可以被多数人观测到。届时,海外消费市场和国内消费市场同频共振,全球供应链实现可持续发展运行,将会为中国企业带来更多商机和活力。”

(上接A1版)第四,不断提高上市公司质量,监管机构需要不断完善优胜劣汰的市场机制,倒逼上市公司提高质量;第五,强化投资者保护。

六方面促进高质量发展

今年1月底,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《建设高标准市场体系行动方案》提出,促进资本市场健康发展。稳步推进股票发行注册制改革;建立常态化退市机制;培育资本市场机构投资者;降低实体经济融资成本等。

刘锋认为,从中长期来看,资本市场要实现高质量发展,仍需5年至10年的时间,需要坚持六个方面发展方向:首先,我国资本市场服务实体经济的规模和深度,还有很大的提升空间,需要不断提升直接融资比重,降低实体企业的融资成本;第二,持续加大资本市场对科技创新的支持力度;第三,需要不断提升我国资本市场的机构投资者占比,引导更多中长期资金入市;第四,要不断提升机构投资者资产管理能力,满足居民的财富管理需求;第五,大力发展交易所债券市场,不断丰富品种,完善期限结构,提升信用评级有效性以及优化债券违约市场化处置机制;第六,推动资本市场高水平双向开放,不断优化和丰富外资投资国内资本市场的路径和品种,畅通国内资本投向境外市场渠道,加强跨境监管合作,提升跨境监管能力建设,增强全球金融资源配置能力。

“从中长期看,形成完善的退市机制,仍需进一步探索。”李湛认为,在逐步全面推行注册制改革,拓宽入口关,科学合理保持IPO和再融资常态化的同时,还需要完善退市制度,探索多元化退出渠道和较为稳定的退市实施机制,加快经营不善或违法上市公司出清,形成良好的资本市场生态环境。

赵伟表示,未来需要从投资端和融资端两方面,扎实推进全面深化资本市场改革。融资端方面,稳步推进股票发行注册制改革、建立常态化退市机制、坚决落实“零容忍”等一系列政策,有利于资本市场发挥连接实体的枢纽作用,优化资源配置、实现金融和实体的高效循环。如稳步全面推行股票发行注册制,有利于拓宽科创企业、中小企业的融资渠道,提升资本市场对“新”经济的包容性,未来将有更多处于成长期的优质企业登陆资本市场;完善退市制度,强化信息披露等措施,有利于强化市场优胜劣汰的机制,从而推动上市公司提高质量。投资端方面,完善私募股权基金“募投管退”机制,推动加强多层次支柱养老保险体系与资本市场的衔接,大力发展权益类公募基金等措施,有利于吸引更多多样化的资金进入资本市场,优化资本市场的投资者结构,促进实体经济和资本市场的良性互动,实现投融资端的平衡。