

在受到疫情较大冲击的不利情况下,重庆消费市场实现加快回补并连续7个月正增长——

重庆为何能成为消费第三城

□本报记者 黄光红

2020“双11”,重庆人在天猫上的消费额达到102亿元,在全国城市中排名第七。

“双11”消费数据及排名,从一个侧面反映了重庆人购买能力不俗。

比之更亮眼的是,据21世纪经济研究院近日发布的消息,今年前三季度,重庆以8329.6亿元的社零总额排名全国第三,仅次于上海和北京。其中,9月份全市社零总额同比增长9.7%,实现连续7个月正增长。

在受到疫情较大冲击的不利情况下,重庆消费市场实现加快回补并连续7个月正增长。重庆为何能成为中国消费第三城?

政策引领支持 提振消费信心

消费一直是稳定国民经济增长的“压舱石”。今年以来,受新冠肺炎疫情影响,我国消费市场受到较大冲击。重庆也不例外。

“面对这种情况,市委市政府高度重视,积极应对,统筹推进疫情防控和经济社会发展,加快推进复工复产、复商复市。同时,以国际消费中心城市建设为引领,出台了一系列稳定市场主体和消费促进政策,提振市场信心,促进消费回补,稳定经济增长。”市商务委相关负责人说。

相关政策的着力点,最主要的是稳定市场主体和扩大重点领域消费。

其中,在稳定市场主体方面,我市在出台支持企业发展若干政策措施的基础上,召开了推动服务业高质量发展大会,出台了《重庆市人民政府关于新形势下推动服务业高质量发展的意见》《重庆市人民政府办公厅关于克服新冠肺炎疫情影响推动服务业恢复发展的意见》。并建立银企对接机制,出台《重庆市进一步加强金融支持疫情防控做好实体经济金融服务实施细则》,推动金融支持政策在消费领域协同发力、直达企业。

特别是对受疫情影响大、就业影响大、关系国计民生的重点保供企业、中小微企业及个体户,精准实施金融支持;对住宿和餐饮、批发和零售、居民服务类中小微企业,重点给予贷款贴息支持,发放相关贷款贴息资金2304万元;帮助重庆商社集团、永辉超市和双福国际农贸城等113家重点保供企业,获得低息贷款52.02亿元。这些政策举措,稳定了消费市场主体,保证了消费市场供应。

在扩大重点领域消费方面,我市接连印发了《关于加快发展流通促进商业消费的通知》《关于进一步提振消费稳定经济增长的通知》及鼓励汽车更新换代、家电以旧换新等通知。市商务委统筹安排市级商务发展资金,精准发力、定向支持,重点提振汽车、家电等大宗商品消费市场。其中,对符合条件的车主售卖转移或报废注销旧车并购买新车给予资金补贴。

相关政策提振消费效果明显。据统计,今年1-9月,全市限额以上汽车类企业零售额达702.07亿元,同比增长2.2%;重庆百货、苏宁易购、国美三家大型商超参与家电以旧换新活动,累计收旧2万余单,带动消费近2亿元。

多轮促销活动 激发消费潜力

除了出台提振消费的政策,以“爱尚重庆”为主线的消费促进活动,也自今年3月以来轮番上演。

今年3-4月,针对商贸服务业复工复产后“人气不足、商气不旺”的现状,市商务委组织开展以“春暖花开·美好生活”为主题的“十个一”系列促销活动,号召广大市民走出家门“吃一碗小面、涮一次火锅、享一回美容美发、逛一次商圈商场、进一次车市。持续2个月的活动,加快了消费复苏,4月份重庆社零增速开始由负转正。

5-9月,“爱尚重庆·约惠夏天”惠民消费季如火如荼地举行。我市围绕全域联动惠民消费行动、数字赋能提升行动、成渝双城消费协同行动等三大行动,策划举办了“爱尚重庆·惠享渝味”美食消费、汽车惠民消费、二手车诚信放心消费、家电以旧换新惠民消费、重庆6·18电商节、66数字消费、商旅文联动惠民消费等系列主题活动730余场。按照市委市政府统筹安排,市商务委会同市级有关部门联动各区县、各行业、各企业整合资金近10亿元,通过消费补贴、折扣优惠、联动促销、线上引流线下体验和直播带货等方式,推动消费潜力持续释放。

9月9日-10月8日,商务部、中央广播电视总台联合举办2020年全国“消费促进月”活动,我市同步举办2020年“百城万企促消费”全国消费促进月“爱尚重庆”金秋消费节。此次消费节围绕“购潮品、游山水、享美食、赏夜色、惠生活、助扶贫、汇双城”七大主题,联动超过6万家线上线下企业,策划开展近万场各类消费促进活动。期间,联动社会资本发放消费券近3亿元,拉动销售额超20亿元,带动全市前三季度批发业、零售业销售额同比分别增长6.2%、4.9%。

此外,我市还于7月31日-10月23日开展了2020不夜重庆生活节。各区县结合地域特色,接力推出了150余场各具特色的夜生活主题活动,多元化展示重庆夜味、夜养、夜赏、夜玩、夜购“五夜”生活业态,既满足了市民对多元化夜生活的消费体验,也有力地促进了消费。来自市商务委的数据显示,活动期间,共吸引了逾1200万人次现场参与,实现销售额达121亿元。

“自今年3月以来,重庆可谓周周有活动、月月有亮点。而这些促销活动,通过市区(县)联动、政企联动、线上线下联动、‘商旅文体’互动等形式,增加了消费吸引力,更加激发了市民消费欲望,进一步释放了消费潜能。”重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林认为,这是重庆能够成为消费第三城的一个重要原因。

五月二日,游客络绎不绝前往渝中区解放碑打卡,带动解放碑商圈消费攀升。

特约摄影 钟志兵 视觉重庆



发展线上业态 网络消费升温

网络消费持续升温,也是今年重庆消费在全国表现亮眼的一股强大推动力。

来自市商务委的统计数据显示,1-9月,重庆网络零售额达938.4亿元,同比增长12.7%,比全国高2.9个百分点。其中,实物型网络零售额620.7亿元,同比增长24%,比全国高3个百分点。限额以上单位网上零售额增长44.6%,比去年同期高34.8个百分点;全市快递业务量49236.98万件,同比增长25.68%。

“重庆网络消费火,首先在于重庆电商环境很好。”廖成林分析。

近年来,重庆大力支持电商发展,京东、淘宝等电商平台纷纷在渝建立了大型仓库。依托于这些仓库,市民在网上购物,很多商品当天下单当天就能收到,“这种优势,让越来越多的市民养成了网购习惯。再加之新冠肺炎疫情来袭,更多人偏爱无接触购物,进一步激发本地居民的网购需求。”廖成林说。

重庆网络消费火,还得益于各级各有关部门组织联动各有关企业,多措并举推动线上线下融合,加快发展线上消费业态。

据市商务委相关负责人介绍,今年,重庆积极实施新零售企业培育行动,推动传统商贸零售企业上线发展。如,重庆百货、永辉超市等零售企业及时上线网上商城,积极开展生活物资和生产资料线上下单、线下配送业务;快餐、火锅和药品等服务企业,依托配送平台开展送餐(送货)到家服务;京东、美团等加快在渝推广智能末端设备,全面推行“无接触配送”服务。

同时,我市实施“数字新服务本地商户扶持计划”“赋能实体零售数字帮扶行动”,促进1.5万余家商户实现线上转型发展,进一步完善了“互联网+”消费生态体系。

为实现“线上引流、线下消费”,我市还于今年5月启动实施了“加快发展直播带货行动计划”。1-9月,全市共计开展了近10万场次直播带货活动,实现零售额超50亿元。



5月31日,九滨路外滩广场夜排档,坐满了前来消费的市民。

记者 郑宇 摄/视觉重庆



6月14日晚,万盛国能天街汽车夜市,消费者在看车选车。

特约摄影 曹永龙/视觉重庆



6月5日,在渝北区新光天地,2020重庆6·18电商节暨“爱尚重庆·云享生活”网络消费促进月活动正式启动。

记者 张锦辉 摄/视觉重庆

(本版图片均为资料照片)

本报讯 (记者 向菊梅)今年“双11”落下帷幕。数据显示,重庆人在天猫上成交额102亿元,同比增加76%。今年“双11”数据透露出重庆三大消费新趋势:线上消费暴增,且银发族下单越来越多;年轻消费者越来越喜欢国货,越来越追求养生;重庆人最喜欢线上买3C产品(信息家电)。

京东发布数据显示,重庆消费者中,56岁以上人群同比增长30%以上。支付宝也称,这个“双11”有更多重庆银发族加入数字消费大军,他们最喜欢奶茶果汁、汉堡薯条、炸鸡炸串,与年轻人最爱品类几乎一致。

“随着智能手机的普及,以及‘宅经济’的盛行,越来越多的老年人开始网上下单。”专家分析称,这表明年轻人和老年人之间的数字鸿沟在逐渐缩小。

其次,年轻消费者越来越喜欢国货,越来越追求养生。今年“双11”,重庆90后在天猫最爱品牌前5位中,国货品牌占4个,包括华为、美的、小米、海尔;而去年国货品牌只有3个:美的、华为、海尔。支付宝数据则显示,“双11”重庆足疗产品销售量比上月增长560%,熬夜之后去捏个脚成90后的养生习惯。京东大数据显示,11月1日,京东平台上重庆滋补养生品成交额同比超200%。

“从大数据可以看出,当前重庆年轻人的消费升级。”京东相关负责人分析指出,“随着疫情发生以及人们生活水平提升,年轻人对养生更加重视。”

重庆人在线上最喜欢买什么?答案是:3C产品。所谓“3C”产品,是计算机类、通信类和消费类电子产品三者的统称,亦称“信息家电”。

在苏宁,重庆人购买额前5的产品覆盖冰箱、电视两个品类;购买量前5的产品主要有料理机、电饭煲、绞肉机、电磁炉、电吹风等5个品类。天猫上,重庆90后和00后购买最多的是手机。达达平台上,手机、电脑数码产品销售额同比大幅增长,成为重庆销售额增长最快的品类,手机数码产品日均销售额是今年6·18活动期间的2倍。

此外,卫浴用品也是今年重庆消费者喜爱的产品。在天猫平台,重庆50后、60后、70后、80后买得最多的都是卫浴用品;而去年60后、70后、80后买得最多的是裤子,50后买空调最多。在京东平台,家庭清洁等品类的消费也大幅增长。业内人士称,今年随着疫情发生,人们对健康越来越重视,不少消费者都在升级换代家里的卫浴产品以及清洁类产品,所以才出现需求井喷。

今年「双十一」重庆银发族下单增多 年轻人越来越喜欢国货

新机遇 新机制 新动能

市场化转型助重庆城投集团高质量发展

新冠疫情席卷全球,今年上半年,重庆市城投金卡信息产业(集团)股份有限公司(简称“城投金卡公司”)打造的新型数字交通物联网大数据服务平台通过开展车辆动态数据分析,为我市疫情防控及复工后中心城区交通畅通、精准调度等提供了有力支撑。目前,该平台已成为全国应用规模最大的新型数字交通物联网大数据服务平台。

建设新型数字交通服务平台,只是重庆市城市建设投资(集团)有限公司(简称“城投集团”)加快市场化转型,助推企业高质量发展的一个缩影。成立于1993年的城投集团,经过20多年努力,已发展成为集城市建设投资及运营、智慧城市及数字产业、房地产业、金融业、医疗健康服务产业于一体的大型企业集团。

为推动城投集团从融资型企业向经营型企业转变,2019年2月,市政府常务会议通过《市城投集团市场化转型改革方案》,确立了市城投集团“城市建设运营商”的新定位和“总承包、总代

建、总运维”的“新三总”职能。城投集团牢牢抓住时代赋予的新机遇,在高质量发展的道路上稳健前行。

围绕市场化转型落子布局 积极拓展新业务

今年7月,市公共资源交易网发布消息:两江四岸核心区朝天门片区治理提升项目正进行勘察招标,力争年底动工。该项目的前期业主要就是城投集团。这正是其转型发展、切实承担“新三总”职能的具体体现。

城投集团党委书记、董事长李明介绍,为适应市场化转型发展需要,城投集团重组了建设业务板块,组建了城投基础设施建设公司、城投城市更新建设公司,承接集团所有续建、新建市政建设项目和“两江四岸”项目的建设实施工作。

与此同时,城投集团多管齐下布局业务板块。一方面,实施“走出去”战略,与民航机场建设集团签订300亿元航空产业投资基金合作协议,拓展航空产业市场;与中铁建、中国中铁、民生银行总



城投金卡公司打造的新型数字交通物联网大数据服务平台目前全国应用规模最大

行、中信集团等建立项目共享合作机制,积极储备优质项目。另一方面,加快拓展集团新业务,通过中电鑫泽基金管理人发起的中电基金,参与中国电子的全国信息产业核心技术项目的投资。

推进混合所有制改革试点 提高市场活力

站在市场化转型的新“风口”,城

全面加快转换企业经营机制,城投集团积极开展混合所有制改革试点,提升市场活力。

城投集团不仅与央企民航机场建设集团等公司合作成立“中交航空港有限公司,引入龙湖、旭辉等房地产行业龙头企业参与养老房地产开发,城投金卡公司还引入央企中国电子作为战略投资者。

制定《特岗特新管理办法(试行)》,率先在市国资系统建立特殊人才激励和评价机制;制定《重庆城投集团容错纠错实施办法(试行)》;推进市场类企业高管薪酬制度改革等……一系列大刀阔斧的改革,点燃广大职工干事创业的热情。

借“智”上“云” 以大数据智能化汇聚发展动能

在重庆,大数据智能化的蓬勃发展,推动着多个行业转型升级和融合创新。城投集团也参与其中,争当行业发展的“领头雁”。

近年来,城投集团大力推进大数据智能化与城市建设运营的深度融合,激发出改革转型和高质量发展的新动能。

城投集团的在建和新开工市政项目全面推广“智慧工地”建设;集团数字化路桥隧管养平台实现12座大桥、3座隧道视频监控,8座大桥健康监测,3座大桥电子监控系统的集成管理;集团还在南岸区实施了生命通道监管等新型智慧城市管理试点项目,并与市公安局共建RFID交通管理(重庆)联合研究中心。“我们将持续推进射频识别智能交通管理技术国家地方联合工程研究中心建设,探索新型数字交通产业。”李明表示。

廖雪梅

图片由城投集团提供

深化国企改革 推动国企高质量发展