

焕新促销提人气,激活内需强引擎——

# 南昌多措并举提振消费活力

■ 陈淑怡

近年来,江西省南昌市深入贯彻党中央、国务院关于扩大内需、提振消费的决策部署,抢抓政策机遇和产业优势,坚持把促消费作为稳增长、惠民生、强动力的重要抓手,持续打好政策“组合拳”,消费市场活力不断增强。

## 以旧换新促消费

南昌市围绕家电、3C数码、电动自行车等重点品类精准施策,积极完善线上线下服务闭环,实施回收参考价公示、智能回收、预约上门等便民措施,配套开展全方位矩阵化宣传,健全事前预审、事中抽查、事后督查的三级监管体系,推动政策高效落地见效。

今年以来,全市累计核销以旧换新产品近200万件,兑现补贴资金15亿元,直接带动相关消费额超125亿元。

其中,家电换新带动销售额约32亿元,3C数码产品换新带动销售额18亿元,电动自行车以旧换新带动销售额近1亿元。汽车补贴活动抢抓上级加力扩围消费品以旧换新的有利时机,叠加国家及省级汽车以旧换新政策、市区两级补贴、企业优惠和金融支持“四重优惠”,累计带动汽车销售1万辆,拉动消费18亿元。

## 多元场景聚人气

南昌加快打造“展会经济+赛事经济+首发经济”协同格局,畅通“人气”向“客流”转化链条,持续做强集聚效应。会展经济活跃度显著提升,2024年全市举办规模以上展会130场,同比增长56%,展览面积达203万平方米,同比增长4%。今年“五一”期间,首届江西文化旅游产业博览交易会、2025南昌国际汽车交易会、“红五月”房地产展销会及JMG(江西广电)

动漫游戏博览会同时开展,累计吸引观众超31万人次,现场销售及签约金额达13亿元。

与此同时,赛事经济不断带动文旅消费升级,南昌马拉松外地参赛选手占比高达58%以上,人均停留3天,直接带动餐饮、住宿、旅游等消费近2亿元。首发经济引燃消费新活力,2024年南昌武商MALL、南昌万象城、红谷滩万象天地、T16mall等16个重点商业体共吸引149家首店入驻,涵盖零售、餐饮等多领域。今年3月份,南昌正式印发《南昌市引进和培育知名商贸品牌实施方案(2025-2027)》,持续加大知名商贸品牌引进力度,助力首发经济发展。

## 特色供给提品质

依托地域特色,南昌持续擦亮“赣菜”品牌,推动传统美食实现标准化、品牌化发展。今年以来,全市黑珍珠

餐厅增至3家,赣菜知名度和影响力不断提升。南昌米粉产业交易会以“小米粉 大产业 强品牌 促消费”为主题,精心设置八大主题展区,策划7场精彩活动,吸引近500家境内外企业携超5000款产品参展,吸引6万人次到场参观、洽谈、采购,现场签约及意向订单金额近6亿元。

南昌市还持续深化与盒马鲜生、山姆会员店等高端商超餐饮平台的对接,全市入驻高端商超餐饮平台农产品达245个。不断增加绿色优质农产品供给,全市有效期内绿色有机地标产品共692个,安义瓦灰鸡等17个农产品入选全国名特优新农产品名录,累计认定“赣鄱正品”47个。全力拓展销售新渠道,电商平台同步发力,形成线上线下融合销售网络,一季度,全市农产品在六大主流电商平台累计网络零售额超16亿元,占全省24%,居全省首位。

# 青海老年医疗服务体系建设成效明显

**本报讯** 老年群体是社会的重要组成部分,提升老年医疗服务质量关乎民生福祉与社会和谐稳定。据国家统计局青海调查总队近期对全省11个市县的26家医养服务机构开展的专项调研结果显示,随着人口老龄化程度不断加深,青海省老年医疗服务需求正加速释放,各级医疗机构适老设施建设成效明显,老年医疗服务广泛开展,满足了老年患者的多样化需求,各级医疗机构对医养结合模式在老年医疗服务中的发展前景广泛看好。

——老年医疗需求加速释放。随着人口老龄化进程不断加快,青海老年群体对医疗服务的需求日益增长。调研涵盖5家三级医院、7家二级医院、10家基层卫生机构和4家专业养老护理机构。从近一年老年患者(≥60岁)占门诊总人次的比例来看,老年患者占比在30%及以下的机构占27.0%,30%-50%的占30.7%,50%-80%的占30.7%,80%以上的占11.6%,老年医疗服务市场潜力巨大。

——适老设施建设成效明显。调研显示,84.6%的受访机构提供了简明导诊标识与流程图,76.9%设置了优先挂号/缴费窗口,76.9%配备了适老化病房,73.0%设立了方便门诊,为开慢病药物的老年人提供快捷服务,69.2%提供了无障碍通道、老年人爱心座椅和无障碍卫生间等设施。近八成受访机构认为目前的老年医疗设施能够满足老年患者需求。其中,15.4%认为完全满足,61.5%认为基本满足,23.1%认为部分满足。老年患者就医环境得到极大改善。

——老年医疗服务供给丰富多元。受访机构积极开展老年人专项医疗服务,满足老年患者的多样化需求。提供慢性病处方、慢性病管理门诊、出院康复指导、上门医疗、老年人就诊绿色通道等服务的机构占比分别达84.6%、76.9%、69.2%、65.3%和57.6%。七成受访机构通过开展老年医疗服务的数字化适老化改造,提升服务效率和便捷性。其中,26.9%完成语音导诊、一键呼叫系统等全面改造,46.2%实现简化线上操作流程等部分改造,服务效率与便捷性显著提升。

——医养结合模式展现蓬勃生机。调研显示,50.0%的受访机构与养老机构建立合作关系,其中,38.5%已签约合作1-2家,11.5%已签约3-5家。在合作方式上,46.1%的受访机构选派医护人员定期前往养老机构提供如基础体检、慢性病管理、用药指导等上门诊疗服务;34.6%开通转诊“绿色通道”,优先安排老年患者就诊、住院,缩短等待时间;30.7%为养老机构提供康复训练、护理指导等服务,如在养老机构内设置康复站点或由医院派驻康复团队。88.5%的受访机构认为医养结合模式在老年医疗服务中的发展前景广阔,其中57.7%认为非常广阔,是未来老年医疗的重要发展方向;30.8%认为比较广阔,有一定市场需求和发展潜力,医养协同发展态势向好。 **赵进**

## 暑期踏浪享清凉

正值暑期,海南省海口市西秀镇荣山寮村海滩吸引市民、游客前来赏景消暑,孩童们在家长的带领下在浪花间玩耍嬉戏,乐享夏日清凉。图为游客们在海边嬉戏。

中新社供图



## 民生速递

### 广西以工代赈促进2.53万人就业

**本报讯** 近日从广西壮族自治区发展改革委获悉,今年以来,广西争取到以工代赈中央专项资金11.73亿元,获得支持项目261个,创历史新高。项目实施预计带动2.53万名群众参与务工,预计发放劳务报酬4.17亿元。

广西围绕项目谋划、评审申报、项目管理以及效益发挥等关键环节,积极探索创新管理方式,充分发挥以工代赈政策效益。项目谋划上,各地采用“大数据筛查+网格员走访”的模式,精准定位城乡就业困难等重点群体的就业需求,对约3.6万名群众的就业需求进行详细摸底造册。

为实现“既授人以鱼,又授人以渔”,广西推行“培训+上岗”的模式,通过实训以及以工代训等方式,帮助群众快速掌握实用技能。借助项目实施的契机,发改部门联合人社、农业农村等部门深入开展职业技能培训,计划培训务工群众2.6万人。培训内容涵盖建筑技能、安全生产、产业发展等多个领域,通过劳动实践与技能培训的深度融合,提升务工群众的劳务技能水平,为其稳定就业和持续增收提供有力支撑。

广西壮族自治区发展改革委有关负责人表示,下一步将着力引导各地高质量推进专项投资项目建设,加大推广以工代赈方式力度,吸纳带动更多低收入群众务工就业,持续扩大劳务报酬发放规模,充分发挥“赈”的实效。 **田希霞**

### 吉林上半年蓝天保卫战成效显著

**本报讯** 吉林省生态环境厅近日发布的数据显示,今年上半年,全省9个地级及以上城市平均优良天数比例为90.3%,同比上升2.3个百分点;平均重度及以上污染天数比例为0.3%(4天),同比下降0.8个百分点(减少15天);臭氧平均浓度为135微克/立方米,同比下降7微克/立方米,各项指标均朝着“十四五”收官目标稳步推进,全省蓝天保卫战取得明显成效,人民群众的蓝天获得感和幸福感显著提升。

“十四五”期间,吉林省聚焦产业、能源、交通结构优化,统筹区域协调,构建全链条、多维度的治污体系,坚持将大气主要污染物减排作为推动环境空气质量改善的重要抓手,强化源头管控,鼓励支持企业采用先进技术工艺,从源头减轻主要污染物新增压力,助力企业绿色低碳转型发展。

据悉,吉林省还持续强化多污染物协同治理,加快推动冬季清洁取暖、工业企业深度治理,持续开展燃气锅炉改造、散煤治理、老旧车辆淘汰,加快钢铁等重点行业超低排放改造,为全省空气质量持续改善奠定坚实基础。 **唐成卓**

### 济南出台公共租赁住房配租和使用管理办法

**本报讯** 山东省济南市近日印发了《济南市公共租赁住房配租和使用管理办法》。该办法实施梯度化租金减免政策,按家庭收入水平分档设定租金标准;对特困家庭,执行最低租金标准;对低收入家庭,租金控制在不低于同地段市场租金的特定比例。

办法优化申请与分配流程。为提升配租效率与精准度,建立街道与用人单位双渠道申请机制,申请资格经区级住房城乡建设部门审核后,由市级住房城乡建设部门统一组织公开摇号配租。明确以家庭为基本申请单位(单身人士可单独申请),严格执行“一户一房”原则,户型按家庭人口数量匹配确定。公共租赁住房租赁期限不超过5年。

办法实施梯度化租金减免政策。承租家庭租金标准一般按建筑面积计算,原则上不超过同地段、同标准住房平均租金的70%。为切实减轻困难家庭居住负担,按家庭收入水平分档设定租金标准。家庭人均年可支配收入低于全市上年度城镇居民人均可支配收入的50%(含)的,租金标准按建筑面积计算,不超过同地段、同标准住房平均租金的30%;家庭人均年可支配收入低于全市上年度城镇居民人均可支配收入的60%(含)的,租金标准按建筑面积计算,不超过同地段、同标准住房平均租金的50%。公共租赁住房储藏室租金标准按照地上住宅租金标准的一半收取。 **罗晓飞**

# 山西夏粮收购稳步推进

**本报讯** 近期,国家统计局山西调查总队组织山西省晋城、运城、临汾、稷山、永济等8个市、县开展专题调研,对23个粮食收购主体和112户种植户(普通农户、种粮大户、农民专业合作社)进行问卷调查和实地走访,了解全省夏粮收购情况。调研结果显示,山西夏粮收购运行平稳,收购进展总体顺利。

——收购准备充分。从收购资金来源来看,受访的23个粮食收购主体收购资金主要来源于银行贷款和自有资金,占比分别为56.5%和34.8%;少量来自政策性帮扶资金,占比

8.7%。小麦收购主体收购资金基本准备到位,保障了收购工作的顺利开展。从仓储设备来看,受访的23个小麦收购主体中,有20个表示仓储设备均已准备充足,基本满足需求,占比86.96%。永济市对部分老旧粮库进行维修和改造,提高仓储能力和安全性。从满足收购需求的工作人员数量来看,22个收购主体反映人员基本到位,仅有1个收购主体反映收购人员略有紧张。

——收购渠道畅通。调研显示,当前夏粮收购渠道多样化,包括到库收购、上门收购、到田间地头收购、临

时收购点等,为种植户出售小麦提供了便利。部分收购主体还提供了订单收购和预约收购服务,进一步提升了收购效率。被调查种植户均表示不存在“卖粮难”的情况。从销售渠道看,受访的112户农户中,55.4%的农户将小麦出售给私人粮商,24.1%的农户将小麦出售给粮食收购企业,10.7%的农户将小麦出售给国有粮库(站),8%的农户将小麦出售给粮食加工企业。从出售方式来看,将粮食拉到粮站(库)出售和出售给上门收购的粮商是种植户选择最多的两种方式,分别占44.6%和37.5%;14.3%的种植户选择直

接在田间地头将粮食出售变现,减少了粮食储藏、运输过程中的损耗。

——收购工作有序开展。调研显示,当前粮食收购工作正稳步推进,整体进展态势良好。受访的23个粮食收购主体中,7个已完成全部收购任务,6个已完成计划收购任务的75%,6个已完成计划收购任务的50%,4个已完成计划收购任务的25%。如受访的洪洞直属库已完成3950吨小麦轮换收购工作;稷山县金谷粮油物产储备有限责任公司为国有仓储企业,目前已完成4500吨粮食轮换收购工作。 **鲁学冉**

政策引导与市场响应同频共振——

# 新乡精准把握“后高考”消费脉搏

■ 于文博

高考落幕,消费升温。为精准把握河南省新乡市“后高考”消费市场新动向,国家统计局新乡调查队近期通过线上问卷与深度访谈方式展开专题调研。调研结果显示,新乡市“后高考”消费市场活力充沛,需求多元、决策理性、促销精准,展现出强劲的内需潜力。这股活力与地方促消费政策同向发力,逐渐转化为惠及万千家庭、促进内需健康可持续发展的持久动能。

## 需求旺盛多元,折射消费升级新图景

火热的“后高考经济”清晰映射着当代青年的消费新风尚。从需求侧来看,苦读十余载的学子们,在紧张备考结束后,普遍渴望一次酣畅淋漓的压力释放。调研显示,56.0%的受访学子首选换购新手机开启人生新程,39.5%选择掌握驾车技能,

38.0%计划开启一场旅行。家长们亦满怀喜悦,倾力支持,坦言“这钱花得值、花得开心”。

与此同时,消费结构亦呈现出显著升级态势。以往集中于电子产品的单一消费,正快速向多元领域拓展,个性化、体验式消费成为主流。20.0%的受访考生选择餐饮聚会,注重情感交流,同学情、师生谊、家庭庆祝取代了“讲排场”。14.0%的受访考生进行形象提升(新衣、发型、医美、正畸等),以更佳姿态迎接大学生活。

## 决策务实理性,彰显稳健消费新风

从调研结果来看,虽然“后高考”消费热情高涨,但同时理性底色也愈加鲜明。62.5%的受访家庭在消费决策上采取考生与家长共商共议的模式。经济条件(78.0%)是首要考量因素,考生实际需求(56.5%)和大学实用准备(42.5%)紧随其后,体现了稳健的

家庭消费观。资金来源主要依靠家庭积蓄(87.0%),考生零花钱(26.0%)和兼职收入(20.5%)占比较低。

此外,计划性消费特征也较为突出。高达85.5%的受访家庭为“后高考”支出设定了预算或上限。76.8%的受访家庭购置数码产品,首要动机是满足“大学学习生活实际需要”。选购时,产品性能与性价比(均占67.2%)最受关注,品牌口碑(36.8%)次之。预算分配亦显务实。48.8%的受访家庭将手机预算锁定在3001-8000元实用区间,75.1%的受访家庭技能培训预算集中在1001-5000元档位。这种基于实际、精打细算的消费方式,正是新乡“后高考经济”健康活力的生动注脚,也与新乡市引导理性消费、倡导实用技能的政策导向相契合。

## 促销精准有效,政企协同激发新动能

在需求端发力的同时,市场供给

端也敏锐捕捉机遇,为学子们量身定制“升学礼包”。新乡市一些驾培机构推出学费直减、免费模拟考;南太行旅游度假区、宝泉、比干庙等景区凭准考证提供免票或大幅优惠;电子产品商家推出专属折扣等促销活动层出不穷……调研显示,40.5%的受访家庭认为此类促销具有吸引力,是其消费决策的重要考量。

聚焦高考生的“服务升级”与“情感营销”,结合新乡市发放消费券、支持智能产品消费、优化消费环境等一揽子政策,“后高考”消费不仅有效提升了学子们的社会认同感,更以实实在在的优惠让利,成为激发新乡市场活力、提振消费信心的一股“清流”。政企协同发力,精准施策,也为扩大内需、激活经济注入了新的动能。这股健康、理性、多元的消费潮流,正成为新乡市推动消费提质扩容、服务青年发展需求的创新探索。