



# 探索丝路电商合作新模式 促进消费市场升级

## 广西举行新丝路跨年电商节晚会暨2023全国网上年货节广西分会场启动仪式

**本报讯** 2022年12月31日20:00至2023年1月1日00:30,广西新丝路跨年电商节晚会暨2023全国网上年货节广西分会场启动仪式在中国-东盟特色商品汇聚中心举行。

广西壮族自治区党委常委、自治区常务副主席蔡丽新在启动仪式上致辞,商务部党组成员、副部长盛秋平视频致辞。马来西亚驻南宁总领事阿兹利米·扎卡利亚、越南驻南宁总领事杜南忠、柬埔寨驻南宁总领事馆领事龙瓦塔纳出席活动。

蔡丽新表示,自治区党委、政府高度重视电子商务在广西经济发展中的地位和作用,支持跨境电商等外贸新业态新模式发展,打造了“广西33消费节”等促

消费活动品牌,有效激发了市场活力,提振了市场信心。广西将以此次活动为契机,深化与东盟在内的RCEP国家和“一带一路”国家全方位、深层次合作,共同探索互利共赢的丝路电商交流合作新模式,促进消费新升级,推动贸易往来迈上新台阶。

盛秋平表示,广西将以“2023全国网上年货节”为起点,陆续举办“中国-东盟特色年货节”“数商惠农惠企惠民走基层”等系列活动,打造独具民族特色和地方风情的数字消费场景,持续推动电子商务发展实现量的合理增长和质的稳步提升。

广西新丝路跨年电商节晚会采取线上线下相结合的方式举行,线上通过广西

广播电视台综艺旅游频道电视直播,并在人民网、新华丝路客户端、广西视听APP、广西商务厅抖音官方号以及各电商平台等渠道全程同步直播,覆盖228个国家和地区。除了在南宁设置主会场外,晚会还与粤桂合作广西馆、跨境电商海外仓和海外直播间、沃柑仓储物流基地等分会场连线互动,带领广大观众走进探寻电商好物的第一现场。

歌舞、小品、电商好物推介……各式各样的节目在晚会现场精彩上演。本次晚会分为“同气连枝迎春来”“青山绿水共为邻”“不辞长作岭南人”“烹茶煮酒月明中”“人间有味是清欢”“八桂巧艺夺天工”六个篇章进行,聚焦并推介梧州六堡茶、水牛奶、坭兴陶等广西好食物,向

全国、全世界人民展现广西物产之美。

晚会上,各电商平台同步开启广西网上年货节,天猫、淘宝、京东、美团、抖音等头部电商平台以及精品会、广西农产品交易平台、酒小二等广西电商平台纷纷开设广西活动专区,开展各种优惠促销,推出“秒杀爆品”等活动。观众在各平台搜索“广西年货”即可到达广西专区活动页面。

当前,电子商务已成为畅通国内国际双循环的重要力量,丝路电商合作与发展迎来了新机遇。启动仪式现场还举行了中国-东盟跨境电子商务产教融合创新中心共建合作云签约,发布广西年货电商发展报告,为丝路电商合作注入强劲动力。(苏 靖)

“心动厦门”跨年派对、“心动厦门”岁末购物狂欢季、“心动厦门”美食消费节、“心动厦门”特色商品展销……2023厦门消费节“心动跨年计划”的系列活动于元旦期间正式发布,以元旦、春节等节日为契机,厦门市以节带促,将用百场活动推动2023元旦新春消费市场,从而正式拉开了“2023厦门消费节”活动的序幕。

## 以节带促 心动跨年 “2023厦门消费节”启幕

□ 吴广宁

厦门市商务局副局长吴辉艺介绍说,厦门市将市区合力、政企银联手、跨界联合,多维度打造“2023厦门消费节”这一贯穿全年的促消费平台,着力恢复和扩大消费,增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景,给市民带来全新的消费体验。

据介绍,“2023厦门消费节”将统筹“线上+线下”两大阵地,创新以“7+8+N”模式展开。“7”即创造商、展、文、体、游、购、娱等七大类消费场景;“8”即围绕餐饮美食、潮流嗨购(商圈百货)、汽车家电、文旅消费、时尚运动、夜间经济、亲子休闲、数字消费等8大领域,分别开展心动跨年计划、心动潮购计划、心动一“厦”计划、心动青春酷玩计划、心动阖家欢计划、心动夜享岛屿计划、心动野趣“打卡”计划、心动云端购计划等8大计划。“N”即结合全年N个节庆节点,推出N场节庆促消费活动,创造别具特色的消费新场景,打造贯穿全年的区域促消费平台。在“7+8+N”的活动大框架下,8大主题计划串联起全年数十场大型主题活动和上千场促销优惠活动,全链条给消费市场加力。

元旦春节期间,“心动厦门”岁末购物狂欢季集结了百余场精彩促消费活动,市区联动,整合各重点商圈街商企业,开展岁末年初促销,推动商家、平台企业积极参与开展各类线上线下促消费活动。届时,厦门市各区协同,联动全市主要商圈,包括湾悦城宜宾(厦门)城市购物节、磐基中心的年货节、砂之船奥莱跨年购、厦门SM百货的“压岁热卖”、华润万家厦门五缘湾店的“寻回你的年味”会员商品超值购、天虹超市新年礼遇等,精彩纷呈的“两节”促消费活动将持续推出,不断提升跨年促销费的良好消费氛围。

此外,厦门市也将结合第十三届全国年货节和全国网上年货节,“两节”期间举办厦门网上年货节,线上将有万翔商城、元初、侠侣亲子、朴朴平台等开展促销活动及专场活动,各大电商平台、大型商贸企业平台、短视频平台将联动搭建“网上年货节”平台,线下也将设立“网上年货节”专柜专区,开展多层次促销活动。厦门地道美味也将开启当地市民和来厦游客的味蕾,将举办“心动厦门”美食消费节,包括鹭岛好滋味·全城欢乐购——2023厦门美食年货节、2023厦门团餐供应链品牌巡礼、“寻味山海·鲜活入厦”2023厦门城市时令美食节、老字号嘉年华暨老字号年货节·享品质生活等,餐饮企业、老字号企业将集中开展多种优惠活动。

## 重燃烟火气 消费在复苏

# 元旦假期镇江消费市场持续回暖

□ 商 轅

随着疫情防控政策持续优化,江苏省镇江市综合体、餐饮和超市等消费场所营业时间逐步恢复正常,消费市场持续回暖。整个元旦假期,各大商圈都迎来客流回归,“烟火气”持续升温。

### 商圈促销活动创新 客流量恢复明显

元旦期间,各大商圈通过打折促销等节日营销活动,以创新的活动形式吸引人气,客流量恢复明显。镇江市苏宁广场推出“YOUNG 康福利奖”,以满额返券、免费停车、送新年福袋活动吸引消费者;八佰伴以“扬眉‘兔’气 双旦狂欢”为主题开展系列促销,元旦期间调整营业时间至23点,推出集字游戏、免年惊喜盲盒、餐饮吃多少送多少等活动;万达广场以“拆盲盒”形式邀请市民朋友玩转“年终奖”,集齐贴纸就能参与智能礼包、霸王餐、口红礼盒等抽奖活动;宝龙广场“2023从心出发”活动开启“饕餮盛宴”,美食新店开业带来全场折扣,各大母婴、电子、服饰品牌也加入打折、满减行列。

### 网订店送模式走俏 “网上年货节”暖意融融

为更好地激发线上消费热情,各大综合体、超市纷纷开

展“网上年货节”,网订店送模式让市民足不出户也能购买年货。镇江八佰伴“云端购物城”在小程序推出跨年直播抽奖、美妆线上秒杀活动,还在公众号公布了美妆、服饰、童品等品类的专属导购链接,消费者在线上也可享受专属导购的一对一服务。长申超市“七店同庆 购物抽大奖”活动在抖音进行直播,超市经理亲自带领市民一起逛长申。大润发推出线上时令鲜果买一送一、火锅食材特价、年货美食五折等活动,会员还可以享受新年积分换购。据了解,元旦期间市区部分超市线上订单销售比平日上升了20%。

### 生活必需品供应正常 超市客单价上涨

商务部门组织批发市场和超市提前扩大外采、多部门合作、精心组织活动,确保镇江市元旦期间生活必需品供应有序,消费市场稳定和安全。元旦前夕,各大超市纷纷提前备货,蔬菜、水果、米面的库存量均有所增加,超市生鲜水产、新年装饰品、年货礼包和年夜饭预制菜等品类热销。据监测,元旦期间部分社区生活超市销售额和客流量双双增加,大润发、永辉、长申等超市的客单价比平日上升达30%。

## 2023广西品质年货 嘉年华活动在南宁启动

活动期间,依托南宁市杉杉奥特莱斯经营商家渠道资源,奥特莱斯商城内100多家年货展商满减,200多家杉杉奥莱商户3折起,着力为消费者营造温馨舒适、品种齐全、质优实惠的年货购物环境。

据悉,2023广西品质年货嘉年华活动将延续至2023年1月20日,除南宁市杉杉奥特莱斯主会场启动仪式及年货展销大集外,还将开展“年货进商圈”等活动,整合乡村振兴帮扶产品、传统年货产品,联合汽车、家电、油品等打造年货节主题活动,每周末走进一个城区商圈,开展品质年货展、家电焕新体验、车尾箱市集等线上线下迎新优惠活动。其余13个设区市分别设立分会场,抢抓新年节假日及返乡团圆等契机,结合当地特色开展各类主题活动之一,预计活动观展人流量达到10万人次以上。通过打造“2023广西品质年货嘉年华”,在为厂商搭建年货展示交易平台的同时,也为消费者提供了年货一站式采购平台,保障供应,丰富货源、繁荣市场。(苏 靖)

2023广西品质年货嘉年华作为广西新丝路跨年电商节的重要活动内容之一,预计活动观展人流量达到10万人次以上。通过打造“2023广西品质年货嘉年华”,在为厂商搭建年货展示交易平台的同时,也为消费者提供了年货一站式采购平台,保障供应,丰富货源、繁荣市场。(苏 靖)

## 新年有“礼”相伴 共建川渝消费高地

### “川渝好物进双城”成功落幕

□ 代 磊

成渝地区双城经济圈作为我国第四大城市群、经济发展“第四极”,在国内外的消费示范性持续增强。为加快成渝地区双城经济圈建设,充分释放中心城市的辐射带动作用,川渝两地共同举办年关节日盛典,成功举行了“川渝好物进双城”“川渝双城消费节”等促销活动,更好发挥出消费对经济发展的基础性作用。

据四川省商务厅相关负责人介绍,川渝两地具有显著的市场优势,2021年两地消费市场规模达3.4万亿元,同比增长17%,增速高于全国45个百分点,辐射周边近5亿人口。结合各类特色主题活动,富有国际范、中国味、巴蜀韵的国际消费目的地加速成型。

### 共建消费话题 共促消费复苏

2022年8月,四川、重庆联合印发《建设富有巴蜀特色的国际消费目的地实施方案》,提出要以推动重庆、成都培育建设国际消费中心城市为重点,打造富有巴蜀特色的国际消费高地。四川结合“三品一创”提质扩容工程,正积极建设具

有全球影响力、国内竞争力、区域支撑力的特色消费品牌体系。

“川渝一家亲,无论是此次消费节中的消费协作,还是川渝好物进双城中的市场互融,都是提振消费、促进消费回暖的务实举措。”四川省商务厅相关负责人表示,通过把解决消费当前之“困”与夯实长远之“基”结合起来,围绕供给侧结构性改革与需求侧管理,加速释放本地消费、扩大外来消费、服务全球消费,彻底打响“蜀里安逸”特色消费品牌体系。

加强川渝两地市场协同,共燃消费的话题热度持续攀升,张灯结彩的街头巷尾加上川渝市民消费热情,新年氛围渐浓。从“川渝好物进双城”展出成效来看,不仅为川渝消费者带来消费盛宴,也为川渝企业家提供了新机遇。据初步统计,此次活动现场销售成交581.94万元,签订订单金额1120.8万元,意向成交3041万元。

“由于防疫政策持续优化,市场活力进一步激活,这次来重庆参展,是我们产品进入重庆市场的一个良好契机。”四川野山农业董事长屈默表示,此次的参展效果良好,首先是双节期间肉类产品销售达到高峰期,现场销售情况可观;其次是通过面对面洽谈,与重庆数家企业初步达成合作意愿,朋友圈得到有效扩大。

随着全国上下全面吹响恢复和扩大消费的号角,增强消费能力、改善消费条件、创新消费场景,

为消费经济发展按下了“加速键”。元旦、春节作为重要转折点,消费活力加速释放,在川渝两地各城市中,消费是城市需求,同时也是发展的有力支撑,像此次川渝展开深度合作,势必为两地城市的发展引入更多活水。

### 激发市场活力 丰富资源供给

正如《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》所提及,要以高质量供给来引领创造市场新需求,坚持高端化与大众化并重、快节奏与慢生活兼具,来激发市场消费活力,不断增强巴蜀消费影响力。

而营造高品质消费空间,首要一点便是要打造出城市消费品牌。在川渝好物产销对接会上,四川省达州市作了“巴山食荟”区域农产品公共品牌推介,以达州农产品“新名片”与达州美食“大观园”的品牌象征,提升“巴山食荟”知名度、美誉度,助推“巴山食荟”走出达州、走出四川、走向全国。

“截至目前,‘巴山食荟’共有495个农产品品牌,具有生态、富硒、传承、融合、安全五大品质特征,此次借助重庆市场和重庆消费者的独特视角,深挖拓展产业价值,提高产品核心竞争力。”达州市商务局相关负责人表示。

面向川外市场,川内企业则更多是通过探索来发掘更多合作机遇。四川不缺优质产品,不缺技艺传承的工匠精神,缺的是消费者的慧眼识珠

与产品销售的畅达渠道。以达州市白马寨窖酒为例,主营巴山糯高粱种植,加工销售优质白酒及高粱面等产品,具有绿色生态、传统手工制作的比较优势,是食品链中不可多得的天然食品,但也存在原材料产量低、收购价格高等劣势,与商业化同类产品相比不占价格优势与品牌效应。

对此,达州市白马寨窖酒相关负责人何法波表示,“企业产品质优,但市场的覆盖面有待提高,由此想借此次好物进双城的活动来叩开重庆市场大门,通过商务展会,曝光产品在消费者中的视觉认知,增加产品知名度,拓宽市场渠道。”

基于品质川货“进商圈、进市场”两大主体活动,两地实现了消费资源集聚,川渝消费市场供给得到增强,深入推动两地商贸、市场、产业、供应链等多维度的交流与合作。为进一步扩大迎春商品展销成效,四川各地市州还将结合实际,以丰富多彩的展销会或参加全省性、区域性展会活动,丰富节日供给,促进商品服务销售增长。

此外,四川以“美好生活·乐购新春”为主题的2023四川迎春购物月正在火热进行中,围绕商旅文融合促销,全方位释放积极信号。四川省商务厅相关负责人介绍,除了包含“川渝好物进双城”在内的迎春商品展示展销,全省还准备了欢乐年货促销、特色消费创新、新春美食品味、冰雪文旅消费等市场主体活动,共同营造良好的节日氛围。