

## 消费券“劝”来新春消费开门红

春节来临，天津一家超市里人头攒动。姚女士和家人选购了满满一车年货，“抢到了一张满1000元减300元的‘津乐购’消费券，正好用来置办年货！”姚女士高兴地说。

春节前夕，多地密集发放消费券，通过“春节假期搭台，消费券唱戏”的方式激活春节消费市场。消费券“劝”消费效果如何？天津海信广场媒介经理马维申介绍，春节前最后一个周末，商场客流量比去年同期提升15%，消费券带动消费近百万元。

消费者在天津海信广场选购商品。新华社记者 李亨 摄

家电市场也迎来了客流高峰。天津苏宁易购副总经理葛超介绍，截至消费券发放后的首个周末，消费券的商品金额达2000万元。消费电子、冰箱冷柜、彩电等品类销售大幅回暖，各店人流量明显增加。“叠加我们的促销活动，一些商品的最低折扣能达到6至7折。”葛超说。

值得关注的是，天津此次线下发放的家电消费券包含100元至1000元等不同面值。葛超介绍，店

里1000元、500元等大额满减券核销的数量较多，客单价同比上涨了10%左右。“用券后，消费者能在预算范围内选购更高端的产品，收获良好消费体验的同时也带动了高端家电的销售。”葛超说。

此外，部分地区还发放了专项消费券。以汽车消费为例，天津、郑州等地均启动汽车消费券发放，购买新车可享2000元至6000元不等的价格补贴。

天津一位比亚迪汽车经销商告诉记者，今年元旦以来，仅半个多月时间，店里已经交付了200多辆车，其中有近一半消费者使用了消费券。

在本地、异地客群需求推动下，文旅消费券使用率良好。美团数据显示，截至1月17日，天津春节期间的旅游订单周环比增长超200%。美团相关负责人介绍，通过美团发放的文旅消费券目前使用率超过90%，直接推动超过6000家本地旅游商户营收增长。

天津财经大学教授丛屹认为，消费券对于短期提升消费活跃度和商业活力，提振消费预期，效果比较明显。



消费者在天津海信广场选购商品。



游客在天津蓟洲国际滑雪场体验冰雪乐趣。

## 湖南长沙恢复直飞越南芽庄国际旅游包机航线

湖南长沙直飞越南芽庄国际旅游包机航线24日正式恢复，这是长沙机场恢复的第六条国际及地区客运航线，也是继河内之后第二条直飞越南航线。

长沙至芽庄往返直飞航线采用空客321客机执飞，计划每周

间15时10分从长沙机场起飞，并于越南当地时间17时05分抵达卡姆拉恩国际机场。

芽庄位于越南南部海岸线最东端，一面靠山一面濒海，是越南众多滨海城市中一个较为恬静的海边小城，有绵延数里的月牙形黄金海滩、清澈

见底的湛蓝海水、五彩斑斓的热带鱼和珊瑚礁。

长沙至芽庄航线不仅便利两地旅客出行，也是长沙与“一带一路”沿线国家互动航点的补充。未来，长沙机场还将携手各航空公司恢复更多国际及地区航线。

## 世界经济论坛呼吁携手应对多重挑战

为期5天的世界经济论坛年会20日在瑞士达沃斯落下帷幕。众多与会政界、商界、学界代表呼吁各国弥合分歧、加强合作，携手应对多重挑战。

世界经济论坛总裁博尔格·布伦德当天在闭幕致辞中表示，本次年会在应对气候变化、推动更公平的增长和释放前沿技术红利等方面取得了进展。他说，避免全球经济衰退、构建稳固的增长议程对阻止全球分裂至关重要。“我们可以塑造一个更有韧性、更可持续、更公平的未来，唯一

的办法就是团结起来。”

本次年会的主题是“在分裂的世界中加强合作”。联合国秘书长古特雷斯在论坛期间发表演讲指出，年会主题阐明了当今世界的困境：我们需要合作，但我们面临分裂。

古特雷斯说：“我们的世界在许多方面都受到一场‘完美风暴’的困扰。”目前全球面临经济增长放缓、生活成本危机、供应链中断、地缘政治冲突、新冠疫情和气候危机等多重挑战。今年世界经济论坛

年会聚焦如何应对粮食和能源危机，如何应对高通胀、低增长和高负债，如何应对工业不景气，如何应对社会脆弱性问题，如何应对地缘政治风险等五大议题。



图为世界经济论坛图标

## 春节餐饮市场“复苏记”：堂食预订回暖 线上配送升温

疫情防控政策优化以来，餐饮行业加快回暖，客流逐步回升。春节假期期间，家庭聚餐、亲友聚会成为消费主力，火锅、烤肉、中餐等正餐需求强劲。

走进位于浙江省湖州市南浔区的徐缘府酒店，店内人声鼎沸、宾客盈门，后厨工作人员忙着配菜、炒菜，一派忙碌景象。

徐缘府酒店经理徐英告诉记者，2022年以来，店内客流量便开始慢慢回升，前两天的年夜饭包厢更是在一个月前便已预订满，大厅预订量也超过一半。

“还记得2021年年底时，酒店出现了年夜饭包厢退定的情况，慢慢回暖后，客人又开始陆续预定进来。”徐英说，连日来，店里的线上配送订单量也不断增加，酒店正积极备货，增加工作人员，不断提高销量。

为促进餐饮消费持续回温，不少餐饮企业丰富消费形态，推出新品、线上配送等活动。徐缘府便在推出线上配送的同时，推出套餐优惠、

特色新菜品等活动，为新春消费提供更多选择。

“我们的线上配送主要是源于桑基鱼塘的一些食材，每天订单能达上百单，集中在小年夜前后和春节假期期间，订单量非常可观。”徐英说。

叠加春节假期，经济的回暖和“想去饭店，又不想排队”“家里人多，菜不好做”等消费观，半成品预制菜在时代潮流下大放异彩，火出了“圈”，餐饮消费转型特征更加凸显。

5分钟就能出锅的鱼香肉丝、10分钟就能搞定的蒜香排骨、20分钟就能上桌的烤鱼……位于南浔经济开发区的浔味堂食品有限公司抓住预制菜“东风”，旗下产品成为不少知名品牌的“座上宾”。

“越是过年，我们的订单就越是火热。”浔味堂食品有限公司副总经理国建娜介绍，目前，该公司600多人的团队中有400人自愿选择留下，加班加点，比以往更加忙碌。

从劲道Q弹的鲜嫩鱼丸，到营养滋补的牛大

骨，再到家常落胃的凉皮、八宝饭，十几年来，浔味堂已成长为集养殖、研发、加工、销售为一体，年均产能达3万吨的现代化企业。

连日来，在该公司总投资2亿元的新工厂内，大型冷藏货车进出不断，生产线上机器飞速运转，农副产品加工车间、冷链办公区、仓储物流货运区及物联网一体化供应链平台，让一切成为可能。

“这款香辣牛大骨在盒马的食品销量中能占到前十，日均单店销量在800-1000盒左右。”国建娜介绍，从下线到打包、运输，几个小时后，这些产品就能到达长三角地区各大商超的柜台，消费者最快在8小时内就能吃到新鲜出炉的美味。

眼下，不少餐饮企业正在变革中乘势而上，在春节“不打烊”的同时推出节日特色服务及多种促销活动，助推餐饮市场加快复苏。各地政府也通过发放消费券等形式，拉动餐饮行业持续回暖。