



春节新过法 年味别样浓

□ 本报记者 靖雯

随着“就地过年”的倡议得到广泛响应,今年春节有了新过法,也创造了新商机。

店里购,家中吃,不一样的年夜饭

就地过年依然年味十足。美团外卖日前发布的数据显示,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5个城市的外卖订单量最高,以北京为例,除夕外卖品类数量超10万种,同比增长74%。在菜品上,小龙虾、饺子、宫保鸡丁、臭鳊鱼、红烧肘子居于热销前五。

家住北京朝阳区的付女士告诉国际商报记者:“我们往年多会选择去饭店吃年夜饭,今年为了减少聚集,提前一周订了同和居的阖家欢乐‘迎春礼盒’,里面的几道菜都是之前必点的,味道和店里的差不多,挺方便的。”

在成品套餐销售火爆的同时,饿了么数据显示,半成品外卖也较去年上涨近4倍。自诩“北京打工人”的董智楠告诉国际商报记者,她刚刚结婚一年,平时生活节奏较快,

很少有闲暇时间做饭。今年春节虽然不能陪在父母身边过,但也要过得有滋有味,让父母放心。“虽然我做饭水平一般,但这些半成品足以让我们的年夜饭丰盛美味,不到40分钟我们就做了一大桌的名菜,通过视频给父母拜年,来了一顿‘云’上盛宴,父母的失落和担心一下子减轻不少。”

与以往不同的是,今年的单人餐订单量比去年同期增长66%。与传统线下年夜饭讲究多人热闹不同,线上年夜饭更强调“小而美”。此外,消费者的环保意识也显著增强。美团外卖数据显示,除夕当天选择“无需餐具”的订单同比增长202%,说明越来越多的人开始选择绿色过大年。

就地过年也催生了“异地投喂”的新拜年模式。美团数据显示,近期一线城市的异地消费者订单显著增多。在年夜饭之外,可乐汽水、牛奶礼盒、水果礼盒成为不少消费者给异地亲友点外卖的热门品。从数据来看,最爱“异地投喂”的前五位城市分别是上海、杭州、北京、广州和深圳,热门商品包括饮料、火锅食品、水果等,尤其是各种水果占榜单前十。苏宁易购平台的异地礼盒订单消费增长4倍多,其中海鲜礼盒、中式糕点礼盒和进口酒类销量增长最快。

苏宁易购平台运营集团副总裁范春燕表示,很多消费者认为,虽然没有回家过年,但还是要把心意送到家里,通过网购给家中亲友送礼慰问。

微旅游,看电影,文旅消费开门红

在今年“春节+防疫”的背景下,就地过年带火了“微旅游”市场需求,以本地游、城市游为依托,各种花样翻新的“微旅游”给今年春节的假日经济增添了不少亮色。

在线旅游平台数据显示,截至2月14日,春节前4天,国内景区门票预订量比上一周增长105%,全国有127个城市的景区门票预订量增长超过一倍。其中,长三角城市群的景区门票预订量增长最高,杭州、北京、昆明成为景区门票预订量最高的城市。

家住北京海淀区的韩志明告诉国际商报记者,今年他早早就把父母接到身边,全家一起异地过年也很开心。“我们今年就在古北水镇来了个‘微度假’,爬爬山,泡泡温泉,时间转眼就过去了,不用费心安排路线,一家人也享受到了放松和娱乐的时光。”

春节观影已逐渐成为新年俗,在强有力的防疫保障下,今年中国电影市场迎来“开

门红”。据灯塔实时数据,截至2月16日9时30分,中国电影市场2021年度总票房(含预售)突破100亿元,总观影人次达2.29亿,总场次1638.74万,超越2019年春节档总票房的59.05亿元,持续刷新春节档票房历史纪录。

“我们在大年三十晚上临时决定初一去看《你好,李焕英》,在手机上查了一下家附近的影院,竟然全天没票,而且票价在95元~129元区间,明显高于以往,还是挺惊喜的。”董智楠告诉记者。

对此,上海财经大学客座教授李文对国际商报记者表示,根据防疫要求,春节期间影院采取限流、限座措施以确保观众的安全,因此才有更多的消费者放心“回归”影院。同时,优秀作品涌现也是今年春节档一骑绝尘的“底气”所在。

对于票价上涨,李文认为,这是合理的市场动态,“就地过年政策让部分一、二线城市的观众留在工作地,也推高了一、二线城市电影市场的票价。另外,影院因接待能力有限以及防疫要求推高的成本也会反映在票价上。总体而言,中国电影市场在全球市场低迷行情下表现良好,率先复苏,印证了中国消费市场良性发展的态势。”

共商 共建 共享 一带一路

中欧班列,春节也畅通

□ 本报记者 吴力

春节期间,全国多地中欧班列正常运行。农历大年初五未过,各地纷纷开通了牛年首列中欧班列,满载货物的中欧班列从中国驶往中亚、西亚和欧洲等“一带一路”沿线国家,同时大量商品运入中国,满足中国春节消费市场的需求。当前,中欧班列正迎来有利发展契机。

春节不停歇

大年初四,赣州国际港站传来汽笛长鸣声,X9238次中欧班列从这里缓缓驶出,满载50个集装箱的空调、冷柜以及日用百货,向乌兹别克斯坦塔什干奔而去……这是赣州国际港在2021新春开出的首趟中欧班列。2021年以来,赣州国际港中欧班列已累计开行33列,其中,开出班列28列,返程班列5列。

这样的场景随处可见——位于中部地区的安徽合肥已实现农历新春中欧班

列“双列连发”,带动“安徽产”“合肥造”走向世界;东北地区,春节期间,中欧班列(长满欧)基本每天都有出口发运计划,长春兴隆铁路口岸的发运组织工作在整个假期都没有停歇,确保班列及时准点开出;西部地区,大年三十前一天,中欧班列(重庆)国际邮包专列顺利发车,春节期间中欧班列(渝新欧)和渝满俄班列等重庆对外大通道在春节期间依旧保持畅通;东部地区,大年初一,满载100个标箱出口货物的X8074次中欧班列从义乌西站鸣笛启程,奔赴白俄罗斯首都明斯克,同日浙江金华也开行了农历牛年首趟中欧班列……

虽然是春节假期,但各地中欧班列基本上“不打烊”,有些地方仅短暂休息几天,总体保持了稳定畅通运行。

对外经济贸易大学国际经贸学院教授崔凡在接受国际商报记者采访时分析,中欧班列春节“不打烊”折射出中国与“一带一路”沿线国家贸易合作的热度,既有利于中国商品稳定畅通地供应给沿线国家,也

有利于沿线国家的商品丰富中国春节市场,成为保障国际产业链供应链稳定、深化“一带一路”合作的重要载体。

迎来新机遇

中欧班列自2011年开通以来,正呈现快速发展的势头。截至今年春节前,2021年以来中欧班列已开行1590列,运送15万标箱,开行量和货运量同比分别增长93%和103%。目前,国内中欧班列累计开行超过百列的城市增加到30个,通达欧洲21个国家的106个城市,覆盖大部分中东欧国家。从国外看,德国杜伊斯堡港发布的数据显示,尽管受疫情影响,2020年该港集装箱装卸量仍增长5%,达420万标准箱,创下新纪录。

崔凡认为,当前中欧班列正迎来三大发展机遇:一是受疫情冲击,传统的海运方式通关效率大大降低,而铁路运输的通关和查验相对顺畅;二是海运运价持续上涨,“一箱难求”和“一柜难求”等现象会让

更多企业选择运价相对低、运输时间可控、运力稳定的中欧班列;三是疫情之下,跨境电商等新业态快速发展,这些渠道的产品具有包裹小、散件多等特点,与中欧班列的运输方式非常匹配,同时中欧班列对机械设备等部分产品的运输性价比也非常可观。

网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、高级分析师张周平在接受国际商报记者采访时表示,伴随着跨境电商的快速发展,小包包裹数量增加,海运在成本、通关等方面都受到制约,“中欧班列+海外仓”的模式则可以保障货物稳定送达,此模式与跨境电商的发展非常匹配。

据了解,最近,随着出口货物的大量增加,许多海运、空运货物加速向铁路运输转移,西安、义乌等地的中欧班列也迎来外运高峰,火爆的局面甚至使得有些地方的中欧班列“一舱难求”。中欧班列春节“不打烊”对满足旺盛的进出口需求发挥了重要作用。

春节消费市场安全有序,年味浓销售旺

(上接1版)

就近休闲广受欢迎

就地过年带火本地游、周边游、短途自驾游,各地公园、景区、博物馆、电影院、滑雪场等休闲娱乐场所客流量明显增长,城市郊区度假酒店、民宿等预订火爆。有关数据显示,春节期间北京延庆、密云、怀柔等郊区住宿消费额同比增长3倍以上,上海崇明、青浦、嘉定等郊区住宿消费额增长2倍以上。江苏、内蒙古、山西、湖南、江西、海南、宁波等地举办各类文艺演出、文博展览和民俗旅游等活动,为群众过年提供更多选择。多部国产电影上映,引爆春节电影市场。春节期间,全国电影票房收入突破70亿元,创下历史同期最高纪录;今年开年仅半个月,电影票房即突破100亿元,接近去年全年的一半。

生活必需品量足价稳

各地生活必需品市场供应充足,品种丰富,价格高位趋稳,稳中有降。据商务部对全国36个大中城市重点零售企业和百家大型农副产品批发市场监测,2月17日粮食零售、批发价格比节前(2月10日)分别下降0.1%和0.4%,食用油零售、批发价格分别持平 and 下降0.1%,猪肉零售、批发价格分别上涨0.4%和下降1.5%,牛肉零售、批发价格分别下降0.5%和上涨0.4%,羊肉零售、批发价格分别下降0.4%和上涨0.8%,鸡蛋零售、批发价格分别下降0.4%和1.7%,蔬菜零售、批发价格分别上涨1.1%和下降1.9%。(姚宗)

在新时代创造新的历史辉煌

(上接1版)

今天,中国共产党已经发展成为一个走过百年光辉历程、在最大的社会主义国家执政70多年、拥有9100多万党员的世界最大的马克思主义执政党,得到了14亿中国人民最广泛的支持和拥护。中国共产党立志于中华民族千秋伟业,百年恰是风华正茂。我们要认真回顾走过的路,不能忘记来时的路,继续走好前行的路,坚定理想信念,牢记初心使命,植根人民群众,始终保持蓬勃朝气、昂扬斗志。只要我们党始终站在时代潮流最前列,站在攻坚克难最前沿、站在最广大人民之中,

就必将永远立于不败之地。

习近平强调,在中华文化里,牛是勤劳、奉献、奋进、力量的象征。人们把为民服务、无私奉献比喻为孺子牛,把创新发展、攻坚克难比喻为拓荒牛,把艰苦奋斗、吃苦耐劳比喻为老黄牛。前进道路上,我们要大力发扬孺子牛、拓荒牛、老黄牛精神,以不怕苦、能吃苦的牛劲牛力,不用扬鞭自奋蹄,继续为中华民族伟大复兴辛勤耕耘、勇往直前,在新时代创造新的历史辉煌。

中共中央、全国人大常委会、国务院、最高人民法院、最高人民检察院、全国政协、中央军委领导同志和老同志出席团拜会。

参加团拜会的还有中央党政军群各

“德乡仪品”,蹚出仪陇致富新路

(上接1版)

“一家企业势单力薄,没法和快递企业议价。但如果把这些企业集合起来,加入电商公共品牌,则既能提高小企业的议价能力,也能为下沉市场的快递物流带来更多业务,最大限度集中力量办大事。”周一帆思忖着,便行动起来。

在商务部的政策支持下,仪陇县加快推进国家电子商务进农村综合示范项目,集中资源,打造了“德乡仪品”电商公共品牌,并整合快递物流,与百世快递、极兔速递等公司签订降价协议,推进物流体系建设。周一帆利用公共品牌效应推动“德乡仪品”的运营方与潘女士等乡镇电商“尝

鲜者”对接,并邀请专业人士进行指导。这一牵线搭桥,让潘女士在今年年货季就尝到了甜头儿。“和往年相比,今年的快递费用每斤便宜了0.5~0.8元,这也让我们更有干劲儿了。”潘女士握着周一帆的手,连说了好几句感谢。“快递费用降低不仅能让我们收购土猪肉的农户实现增收,也能让村民以更低的价格将川味特产邮寄给远方的亲人,让‘异乡人’也能尝到家乡的味道。”

在深入走访中,潘女士的腊货店也被驻村干部选为新的电商站点,目前已挂牌。春节期间,这一站点不打烊,保障年货充足供应,快递正常发货。潘女士也在此前的培训中学会了促销新招,推出了川

部门及北京市负责同志,各民主党派中央、全国工商联负责人和无党派人士代表,离退休老同志代表,著名专家学者及首都各界人士代表。文艺工作者在团拜会上表演了精彩的节目。



扫描二维码阅读讲话全文

味年货礼盒装,用视频记录年货制作、打包、发货的过程,让消费者体会到“云赶集”的乐趣,吃得放心,吃得暖心。

春节期间,周一帆一边挂念着村内电商站点的销售情况,一边对驻村工作进行总结并制定着新规划。“现在处于脱贫攻坚和乡村振兴统筹衔接的交会期,我将不断创新工作思路,巩固现阶段成果,并力争开新局,见到新气象。一方面,我们要充分发挥产业科技专家和带头人的作用,加强培训跟岗就业引导,激发群众的内生动力,培育一批愿意扎根乡村、建设乡村的新农民;另一方面,不断延伸产业链,我们正在争取资金发展蛋鸭养殖、蛋品加工,并通过电商和线下渠道售卖皮蛋、咸鸭蛋,提升产品附加值。”

商务部与中东欧国家 对口部门签署合作文件

建立投资合作与贸易促进机制

本报讯 2月9日,中国-中东欧国家领导人峰会召开。峰会召开前,中国商务部与阿尔巴尼亚、捷克、匈牙利、塞尔维亚4国经贸主管部门签署了4份有关建立投资合作与贸易促进机制的合作文件,并被纳入峰会成果清单。

中方将与阿尔巴尼亚、塞尔维亚在政府间经贸联合委员会项下建立投资合作工作组,与捷克在政府间经贸联合委员会项下建立贸易畅通工作组,并与匈牙利共同推动中匈投资合作高质量发展。上述文件的签署进一步丰富了中国与中东欧国家经贸合作机制,有助于深化双边贸易投资合作。(姚文)

中国2020年成为 欧盟最大贸易伙伴

据新华社电 欧盟统计局2月15日发布的外贸数据显示,2020年欧盟27国与中国货物贸易在疫情中逆势双向增长,中国首次取代美国成为欧盟最大贸易伙伴。

数据显示,2020年欧盟从中国进口商品3835亿欧元,比上年增长5.6%;向中国出口商品2025亿欧元,增长2.2%。

欧美贸易则双向下降。去年欧盟从美国进口商品2020亿欧元,比上年下降13.2%;对美国出口商品3530亿欧元,下降8.2%。

据统计,欧盟前十大货物贸易伙伴中,中国是唯一实现贸易双向增长的。

去年,欧盟出口额为19316亿欧元,比上年下降9.4%;进口额为17143亿欧元,下降11.6%。不过,去年12月欧盟出口额同比增长1.5%,显示出外贸回暖趋势。

中国驻欧盟使团团长张明此前表示,去年中国对欧盟进出口增长5.3%,中国跃升为欧盟第一大贸易伙伴,这充分体现了中欧经贸合作的强劲韧性和重要性。

各项主要指标大幅增长

中国汽车市场迎开门红

本报讯 1月,中国汽车市场开局良好,新车、二手车、报废机动车回收等主要指标同比均实现较大幅度增长。

数据显示,当月汽车产销同比增长三成左右。全国汽车产量和销量分别为238.8万辆和250.3万辆,同比分别增长34.6%和29.5%。其中,新能源汽车产销表现尤为突出。产量和销量分别为19.4万辆和17.9万辆,同比分别增长2.9倍和2.4倍。

二手车交易量同比增长超四成。全国二手车交易量143.2万辆,同比增长45.4%。

报废机动车回收拆解数量同比猛增近七成。全国机动车回收20万辆,同比增长67.6%。

记者获悉,1月汽车市场主要指标同比实现高增长主要原因包括两方面:一是2020年1月涵盖春节假期,工作日比今年1月少了4天;二是受疫情因素影响,2020年1月主要指标基数较低。(姚文)

高基数导致1月份CPI 同比下降0.3%

据新华社电 国家统计局2月10日发布的数字显示,1月份全国居民消费价格指数(CPI)同比下降0.3%。

国家统计局城市司高级统计师董莉娟介绍,从同比看,由于春节错月导致去年同期对比基数较高,CPI由1月上涨0.2%转为下降0.3%。

1月份食品价格同比上涨1.6%。食品中,鲜菜价格同比上涨10.9%,猪肉价格同比下降3.9%,鸡肉和鸭肉价格同比分别下降10.7%和6.8%。非食品价格同比下降0.8%,其中,交通通信价格下降4.6%,居住价格下降0.4%,医疗保健价格上涨0.4%。

与去年12月份相比,1月份CPI上涨1%,涨幅扩大0.3个百分点。其中,食品价格环比上涨4.1%。

董莉娟分析,受部分地区出现降温及雨雪天气影响,鲜菜生产储运成本增加,价格环比上涨19%;由于产蛋鸡存栏有所下降,加之疫情防控影响部分地区鸡蛋外销,鸡蛋价格环比上涨11.1%;受节前消费需求增加、饲料成本上升等因素影响,猪肉、牛肉和羊肉价格环比分别上涨5.6%、1.2%和2.7%。

当天发布的数据还显示,1月份全国工业生产者出厂价格同比上涨0.3%,环比上涨1%。