

# 春节大假 消费市场喜迎开门红

## 百货大街 一千种特价产品任你选

为时七天的春节黄金周已顺利结束。由于融合了春节、情人节和藏历新年等多重喜庆元素的春节长假的拉动作用，市场呈现出购销两旺的消费火爆景象。在 2009 年中国经济成功实现“V 型”反转后，红火的春节消费为虎年扩大内需、转变发展方式开出好局，2010 年中国经济持续回暖令人期待。

### 消费市场红红火火

从商务部获悉：2010 年春节黄金周期间，全国消费市场繁荣兴旺，生活必需品价格总体平稳。据商务部监测，大年三十至正月初六，全国实现消费品零售额 3400 亿元，比去年春节黄金周(下同)增长 17.2%。消费市场呈现出以下特点：

——促销活动精彩纷呈，市场销售快速增长。春节期间，各地围绕消费热点，精心组织各类促销活动，积极扩大节日消费。商务部监测显示，云南、重庆、黑龙江重点监测零售企业销售额同比分别增长 34.5%、25.1%和 23.6%，辽宁、安徽、陕西、四川、河南、江苏等地均增长 20%以上。

——传统年货销售火爆，通讯器材、金银珠宝、服装、家电热销。食品、烟酒、鞭炮等传统年货销售火爆，通讯器



材、金银珠宝、服装、家电等商品销售也呈现快速增长。商务部重点监测零售企业食品、烟酒销售额同比分别增长 16.5%和 13.2%。通讯器材销售额增长 19.2%。金银珠宝销售额增长 19.1%。服装、鞋帽销售额同比分别增长 17.7%和 14.6%。家用电器销售额同比增长 15.4%。

——餐饮市场迎来开门红，老字号、特色餐饮受追捧。各地餐饮市场一片红火，老字号餐馆、特色主题餐饮生意兴隆。

——文体康乐活动丰富多彩。各地公园、图书馆、体育馆、电影院等场所人气旺，休闲过年成为新潮流。

——生活必需品市场供应充足，价格总体平稳。36 个大中城市小包装大米、小包装面粉、花生油平均价格均与春节前一周持平。肉类价格小幅上涨。

禽、蛋价格小幅下跌。18 种主要蔬菜平均价格比节前上涨 1.8%。

### 农村消费再度升温

春节期间，在国际金融危机中经历“失业又就业”的农民工，脸上洋溢着“泪水后的欢笑”。由于 2009 年“保增长、促就业”的政策显效，使上千万失业返乡的农民工又返城就业，保证了农民收入持续增长。

人力资源社会保障部统计显示，2009 年全国城镇新增就业 1102 万人，为全年目标 900 万人的 122%。

“有工作，心里就有底，花钱就大胆。”在贵州省息烽县小寨坝镇，罗黔生经营着当地最大的商店，他说，“今年春节销售额是去年的 2 倍。”

2009 年全国农民人均纯收入首次突破 5000 元大关，实际增幅 6%以上。这意味着农民收入已连续 6 年以超过 6%的幅度增长，是 20 多年来第一次。

### 旅游收入大幅上扬

据 2010 年春节黄金周第 7 号旅游信息通报显示，今年春节各地假日旅游接待总量比去年同期保持增长，旅游消费大幅上扬。春节 7 天，北京旅游总人



数达 765 万人次，同比增长 5.1%，旅游总收入 292 亿元，同比增长 11.8%；天津旅游接待 3559 万人次，收入 27.2 亿元，同比增长 13.1%；上海接待游客 260 万人次，同比增长 5.2%；旅游收入 21.84 亿元，同比增长 10.6%；湖南接待旅游者 4539 万人次，同比增长 34.1%，旅游收入 22.2 亿元，同比增长 32.6%；新疆接待 50.1 万人次，同比增长 22.3%；国内旅

游总花费 2.08 亿元，同比增长 23.1%。北京市旅游局 19 日发布统计数字显示，虎年春节北京旅游总人数达 765 万人次，比去年同期增 5.1%；旅游总收入 29.18 亿元，比去年同期增 11.8%，再创春节黄金周历史新高，迎来京城旅游市场的“开门红”。

(综合)

## 上海：春节销售首破 50 亿创 12 年新高



7.15 亿元，创 1999 年实行节日市场销售统计制度以来销售规模历史新高；春节销售比上年增长 15.8%，增速同比提高 7.4 个百分点，是 2008 年以来第二个快速增长的春节黄金周。

### 年夜饭、婚宴价格均有增加

虎年春节期间，上海市堂吃年夜饭桌数、营业收入、每桌均价保持增长。据统计，全市 128 家餐饮抽样企业开出年夜饭 124 万桌，同比增长 91%；每桌均

价 1967 元，同比增长 3.2%。同时，外卖年夜饭套餐也有增加。

除了年夜饭外，长假期间该市餐饮业婚宴、家宴也十分热闹。全市 90 家餐饮企业 7 天实现营业收入 874364 万元，同比增长 12.7%。统计显示，快餐生意好于正餐，其中肯德基消费人次达 1526 万人次，同比增长 17.9%。另据锦江国际酒店(集团)股份公司统计，旗下 21 家酒店 7 天举办婚宴 3381 桌，每桌均价 2306 元，同比增长 15.9%，高星级酒店婚宴收入成倍增长。

### 电视和网络消费异军突起

今年春节初一恰逢西方情人节，各大商圈、商业街客流拥挤，购销两旺，节庆消费高潮出现。除夕夜，巴黎春天等百货商厦延长营业时间至次日凌晨零时。大年夜全市抽样企业营业额达 8.84 亿元，同比增长 11.4%。

长假期间前雨后天晴，使得市民外出消费延期。除夕晚上瑞雪纷飞，初一、初二春雨绵绵，影响了市民逛街消费，后 4 天天气晴好，居民节日购买力集中释放，平均日销 7.02 亿元。电影院因贺岁

新片集中上映，出现“一票难求”的景象，8 家电影院实现节日营业收入 970.95 万元，同比增长 27.7%；卡拉 OK、健身房生意红火。此外，数码电子产品成为节日时尚消费首选，液晶大屏幕彩电、手机、数码摄录器材销售畅旺。

此外，电视和网络消费异军突起，深受中青年消费者欢迎。2 家抽样企业 7 天实现零售额 6150 万元，同比增长 28.2%，在各个业态中跃居增速第一。

(陈宇先 陈抒怡)

## 浙江将在三年内 培育 200 个服务业省级品牌

浙江省政府最近发布的《关于加快服务业品牌建设的实施意见》提出，到 2012 年，全省培育 200 个左右省级以上服务业品牌，如著名商标、知名商号、名牌、老字号等，并力争将一批服务产品和服务企业跻身国家乃至国际知名品牌行列。服务业品牌建设的重点领域涉及现代商贸业、现代物流业、信息服务业、科技服务业、商务服务业、金融业、旅游业、文化服务业、房地产业、社区服务业等多个领域。

为了实现这一目标，该省将制定浙江省服务业品牌培育指导目录和年度服务业品牌培育计划。鼓励知名服务品牌企业通过收购、兼并、重组等多种途径做大做强，发挥行业品牌和区域品牌在品牌建设中的引导作用。为加强品牌保护和推广，该省还将加强与其他省市的合作，

积极探索建立品牌互认、互保的联动机制和网络体系。同时，对品牌的激励和支持政策也将进一步加强。

新认定的国家级和省级服务业品牌企业，由省级和当地政府分别给予一定的奖励。省级以上服务业品牌企业的建设项目，同等条件下可优先列入全省服务业重大项目计划，并在土地供给、财政资金补助等方面给予倾斜，等等。金融企业对省级以上服务业品牌企业要给予信贷支持，并开展以品牌等无形资产为担保的信贷服务。对于省级以上服务业品牌企业以无形资产出资制度，商标等无形资产最高可占公司注册资本的 70%。拓宽服务业品牌企业直接融资渠道，鼓励企业通过上市等方式在证券市场募集资金，支持有条件的企业发行债券。

(辛文)

## 药监局：春节期间全国餐饮很安全



从国家食品药品监督管理局获悉，截至 2 月 20 日，国家药监局未收到各地春节长假期间餐饮服务环节发生食品安全事故的报告。节日期间，各地餐饮服务食品安全监管有力，保障有效。

据介绍，为保障人民群众度过祥和愉快的节日，各地餐饮服务食品安全监管部门积极采取措施，加强餐饮服务食品安全组织领导，加大餐饮服务食品安全监督检查力度，深入开展餐饮服务食品安全宣传，狠抓责任落实。广大餐饮服务食品安全监管工作人员坚守岗位，严格执行值班制度和领导带班制度。春节长假期间人民群众的餐饮服务食品安全得到较好保障。

(新华)

## 供销社欲打造万亿流通巨无霸

中华全国供销合作总社正在积极推进系统内的资产重组和股份制改造，力图把全国供销社系统整合成一个“有实力的企业集团”，并通过必要的股份制改造使其能够上市融资。

如果这个计划顺利实现，这个新的“国字号”企业集团将成为中国商贸流通业“巨无霸”。2008 年全国供销合作社系统的销售总额达到了

10762 亿元，独占全国商品零售总额的 10%。而全国供销社总主任、党组书记李成玉认为，这个比例“还太低了”，他希望通过前述商业运作进一步提高在全国零售行业的控制力。

要实现这个目标，李成玉认为需要首先把全国供销社系统的资产整合成为一体，其次，还需要推动供销社所属企业的股份制改造和建立现代企业制度。

(辛文)



全球 280 家世界一流零售商中的 101 家已经在北京落户，目前，北京国际零售知名品牌入驻率达到 36.21%。记者近日从全市商务工作会议上获悉，北京零售业开放程度已居内地各城市之首。今年年内，还将有至少 6 家国际知名品

## 内地零售业开放程度 北京居首

牌零售企业进驻北京。

2009 年，北京市社会消费品零售总额在高位基础上增长 15.7%，突破 5000 亿元大关，达到 5309.9 亿元。北京市商务委相关负责人表示，在全球金融危机的不利影响下，该市消费依然保持快速增长，与北京市场的品牌丰富度和各种特色消费的聚集度密不可分。

统计显示，在全年新引进的零售外资店铺中，品牌专卖店达 66.8%，达到 223 家。蓝色港湾、三里屯 Village 等商圈已经成为引领潮流的时尚休闲购物街区。记者从市商务委获悉，今年该市将依托中心商业区和多功能购物中心，继续引进至少 6 个国际知名品牌，届时，该市顶级品牌入驻率将跃升至 40%。

## 商务部：今年家电以旧换新试点范围将扩大

商务部副部长姜增伟日前表示，按照国务院要求，2010 年家电以旧换新政策实施范围，将由 9 个试点省市向具备拆解能力、符合有关条件、具有实施意愿的省份推广。各省(区)市政府在符合相关要求和条件的基础上，可提出申请。

据统计，截至 2 月 4 日，9 个试点省市共回收旧家电 642.5 万台，销售新家电 587.6 万台，拆解旧家电 312.9 万台，阶段性成果显著。同时，家电以旧换新政策明显带动了家电市场销售和家电行业

经济效益回升。

截至 2 月 4 日，试点省市以旧换新已实现销售额 232.5 亿元，占其五类家电品种销售额的近 1/3，占家电总销售额的 1/5 左右。2009 年四季度，家电行业销售收入 293.28 亿元，较上季度提高 9.4 个百分点；利润总额为 143.6 亿元，比上年同期增长 10.4%。今年 1 月份，家电销售额环比增长 80.5%。预计 2 月份日均销售新家电 6.4 万台，政策效应更趋凸显。

姜增伟同时指出，家电以旧换新不

仅提高资源利用效率、防止环境污染，而且为探索家电产品再制造打下基础。9 个试点省市已回收利用废塑料、废铜等再生资源 12.15 万吨。家电以旧换新还推动了就业增长，让百姓得到实惠。

据统计，家电以旧换新从业人员已达 30 多万人，在销售、回收、拆解等企业新增就业人员中，70%以上是农民工和城市下岗人员。消费者享受财政补贴 22.8 亿元，受惠家庭 600 多万户，其中多数为中低收入群体。

(钟欣)

## 沈阳出台法规防范婚庆消费陷阱

为进一步规范婚庆市场秩序、保障消费者在享受婚庆服务时的合法权益，沈阳市工商局日前出台了《沈阳市婚礼庆典服务合同》示范文本，以书面合同的形式明确婚庆服务的权利和义务，引导消费者有效规避婚庆行业陷阱，保障自身利益不受侵害。

目前，沈阳市有婚庆公司 1000 余家，其中只有半数具有合法手续，婚庆市场秩序不够规范，许多婚庆公司在提供

服务前并不与消费者签订相关书面合同，明确相互权利义务，导致消费纠纷时有发生。个别婚庆公司在签署协议时，甚至利用“定金”与“订金”的一字之差，侵害消费者定金。因为没有可供解决的依据，此类消费纠纷发生时，消费者合法权益得不到有效维护。

记者注意到，《沈阳市婚礼庆典服务合同》对婚庆服务的时间、地点、项目、费用、定金及服务费的比例和支付方式、双

方违约责任、争议解决方法等都作了详细约定。该合同的附件还包括《婚礼用车代租合同》《摄影服务合同》《摄像服务合同》《场地布置服务合同》《其他服务项目合同》等。

眼下，沈阳这一合同的示范文本已经在当地庆典行业商会下属的 200 余家会员公司推广，消费者在享受婚庆服务时可以自行选择与婚庆公司签订合同。

(新华)

## 北京安全农产品流通服务中心成立

近日，北京安全农产品流通服务中心揭牌，从此“北京制造”的安全优质农产品有了集中的展示窗口和交易平台。

北京安全农产品流通服务中心是由北京市农委牵头组织，北京农产品中央批发市场管委会投资建设的一个公益性的服务平台，旨在服务京郊、服务“三农”，服务市民，推进首都安全农产品流通体系发展。

服务中心功能设置包括：产销对接功能、展示宣传功能、质量安全控制功能、信息处理与服务功能、统一交易结算

功能、培训服务功能等。

该中心位于北京农产品中央批发市场内，占地面积约 7000 平方米，建筑面积 3000 平方米。其中 1000 平方米标准展厅，分为 14 间，免费提供给京郊 13 个农业生产区县委和首农集团；1000 平方米综合交易大厅，配合京郊各类农产品“销售季”举办展销活动，本区域所有交易实行统一结算；另 1000 平方米为新闻发布、培训和商务功能区，为各区县和驻场单位提供配套服务。

第一批入住服务中心的京郊企业

(含专业合作社)28 家，拥有注册品牌 86 个，展销产品包括蔬菜、食用菌、水果、花卉、杂粮、干果、奶制品等，商品种类 1165 个，全部为安全农产品(其中无公害产品 404 个，占 34.68%；绿色产品 406 个，占 34.85%；有机产品 382 个，占 32.79%；名特优产品 311 个，占 26.9%)。这些京郊企业(合作社)通过“公司+基地+农户”的生产形式，直接带动京郊农户 10.2 万户，基地种植养殖规模 34.7 万亩。

(辛文)