

多方协作激发活力

# 消费市场迎来新一波热潮

结束不久的端午假期,“618”电商大促叠加“以旧换新”政策,中国消费市场迎来新一波热潮。

与过往围绕粽子等传统元素展开节庆消费有所不同,今年端午期间恰逢“六一”国际儿童节,“亲子”元素成为节日消费热点。



政策效应叠加各方的共同努力,进一步激发了消费市场的活力。(CFP)

## 政策持续显效 带动消费热情提高

在线旅游平台携程数据显示,亲子家庭是端午出游主力军,亲子订单占整体旅游订单比重达25%。越来越多的消费者发现,节假日旅游线路内容选择愈发丰富,五花八门的体验形式增多,还能按需定制适合老人和小孩的项目。

除了民俗和亲子消费,政策的延续性也为市场注入活力。今年以来,“两新”(大规模设备更新和消费品以旧换新)政策持续显效。商务部最新数据显示,截至5月底,今年消费品以旧换新销售额已达1.1万亿元人民币,发放直达消费者补贴约1.75亿份。

从各电商平台公开的信息来看,消费者热情持续提高。端午假期,苏宁易购家电以旧换新订单同比增长113%,手机、电脑等新品集中上市,带动销售同比增长128%。天猫相关数据显示,“618”开售一小时,家电、家装、家居行业整体成交额同比翻倍,其中大家电成交额同比增长4倍,小家电、家装成交额同比增长翻倍。

中国年中力度最大的购物节“618”已开启。分析指出,今年“618”较往年开始更早,为期超一个月的促销周期,叠加端午消费节点和“以旧换新”政策,有效激活了消费市场。

## 布局新型消费 增加优质消费供给

新型消费呼之欲出。作为促进消费扩容和引领消费创新的重要支撑,布局新型消费成为多地发力方向。如成都提出,2025年全市培育新消费品牌110个,开展健康消费专项行动;上海则表示,要丰富悦己消费,支持健康养生、兴趣课程、解压疗愈、宠物陪伴等业态发展。

各界协力促消费。商务部近日启动2025年“服务消费季”活动,从6月开始持续至年底,以“乐享美好服务 共创美好生活”为主题,发挥部门、地方、协会、平台、企业、媒体作用,聚焦餐饮、住宿、家政、养老、文娱、旅游、体育、健康等10多个重点领域,组织开展160余项民众喜闻乐见、

商家积极参与的服务消费促进活动。开源证券策略首席分析师韦翼星指出,随着政策支持方向持续向消费维度倾斜,后续财政对消费的边际支出会持续扩张,消费或将持续增长。商务部新闻发言人何咏前此前提到,要加快实施提振消费专项行动,升级商品消费,实施消费品以旧换新,组织开展汽车流通消费改革试点,利用好进博会、消博会等平台促进消费。专家认为,未来还要从稳就业、促增收入手,提升居民消费能力,增加优质消费供给。随着暑期等消费旺季到来,市场仍将保持较强活力。(中新)

## 5月景气指数为50.6% 物流业务需求 保持扩张态势

中国物流与采购联合会发布的数据显示,5月份,中国物流景气指数为50.6%,较上月回落0.5个百分点。

中国物流与采购联合会副会长何辉认为,本月物流景气指数反映出全国物流业务需求仍保持扩张态势,一方面是消费领域物流带动,另一方面是产业物流需求平稳,韧性增长。

分项指数中,业务总量指数、新订单指数、库存周转次数指数、资金周转率指数、固定资产投资完成额指数、从业人员指数和业务活动预期指数等关键指标继续保持在扩张区间,固定资产投资完成额指数、从业人员指数连续回升。

中国物流信息中心副总经济师胡焱说,5月份,业务总量指数为50.6%,连续多个月保持扩张态势。分地区来看,三大地区业务总量指数均在扩张区间,中部地区和西部地区业务总量指数高于全国。5月份,以旧换新、节假日消费和居民跨区出行等多重因素利好,促进消费物流需求回升。(仲昕)

## 内需逐步恢复 建材行业 运行亮点频现

我国建材行业广泛服务于建筑建设以及新能源、新材料、电子电器、汽车等领域。随着大规模城市更新改造、消费品“以旧换新”等系列政策深入落地和能源结构持续调整,相关市场恢复明显,今年以来建材行业经济运行亮点频现。

主要应用于建筑、新能源、电子电器等领域的玻璃纤维及制品是建材行业着力推动发展的新兴产业。今年以来,受风电装机加快、家电及汽车以旧换新政策推广、AI技术发展等综合因素影响,玻璃纤维及制品行业经济运行强势回升。1-4月,规模以上玻璃纤维、玻璃纤维布、玻璃纤维增强复合材料产量同比分别增长2.6%、12.5%、17.7%;玻璃纤维和复合材料价格指数同比增长2.5%;规模以上行业营业收入同比增长18.3%,利润总额同比增长120.0%。

我国云母制品业在新能源汽车领域主要用于电池外壳,受新能源汽车产业发展带动,近年来经济运行持续保持增长态势。今年1-4月份,产品出厂价格同比增长0.9%,规模以上行业营业收入同比增长23.8%,利润总额同比增长57.6%。

在城市更新改造等政策带动下,我国隔热保温材料产量、效益俱增,1-4月份,规模以上隔热保温材料产量同比增长2.0%,行业营业收入同比增长5.6%,利润总额增长0.8%,扭转了2024年以来的下行态势。

在绿色建材下乡活动、家装消费品以旧换新和城市更新改造等政策综合带动下,建材消费市场扭转了2022年以来的下降趋势,1-4月份,建筑及装潢材料类商品零售额同比实现增长2.3%,其中,4月份当月同比增长9.7%。具有代表性的卫生陶瓷行业,1-4月份,营业收入同比增长1.7%,利润总额增长6.8%。(钟欣)

CSCI 呈平稳小幅增长趋势

# 地市级以上城市软联通能力表现较好

日前,2024年度中国软联通发展指数(CSCI)和质量认证活跃度指数(CAI)在上海发布。

指数表明,中国地市级以上城市软联通基础和能力总体表现较好;市场信用工具、质量管理工具、贸易便利化工具的作用进一步发挥。

上述指数是中国国家市场监督管理总局认证认可技术研究中心在2025年世界认可日活动暨第二届中国认证认可大会上发布的。

2024年,CSCI总体得分62.39,较2023年增长0.24,呈现平稳小幅增长趋势,提示中国地市级以上城市软联通基础和能力总体表现较好;从得分分布看,对全国297个地市级以上城市测算结果显示,CSCI最高值为96.52,最低为60.35,超过平均值的城市76个,占比25.59%,说明中国地市级以上城市软联通基础和能力差异依然较大。

从具体城市看,本次发布的CSCI前10名城市为北京、天津、上海、苏州、杭

州、宁波、广州、深圳、东莞和成都,涉及的省域包括北京、天津、上海3个直辖市及广东、江苏、浙江、四川4个省份;从增速排名看,CSCI增长速度排名前5的城市包括北京、天津、上海、苏州、合肥。

2024年,CAI总体值为72.53,较上年增长0.83,提示市场信用工具、质量管理工具、贸易便利化工具的作用进一步发挥,中国经济发展的速度、效益、结构态势较好;从得分分布看,31个省域CAI的最高值为99.42,最低值为65.09,反映出中

国经济发展在速度、效益、结构层面存在不平衡性。

从具体省域看,浙江、江苏、北京、广东、上海、天津、山东、福建、安徽和河北CAI位于全国前10,表明京津冀、长三角、粤港澳大湾区对经济发展质量和效益的提升和带动效应显著;从发展角度看,浙江、海南、安徽、北京、上海、陕西、云南、河北、新疆和湖北等10个省域CAI指数同比涨幅较大。

(中新)



## 卫生整洁 垃圾分类 天海共蓝 城湾净美

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

泉州晚报社 宣

泉州晚报 / 东南早报 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通

绘画:洪志雄