

前10月零售额超10万亿元——

多重因素支撑网上消费稳定增长

本报记者 冯其予

视点

中国新闻奖名专栏

国家统计局日前公布数据显示，今年1月至10月，全国网上零售额103765亿元，同比增长17.4%，网上消费保持较好增长势头。在疫情防控形势依然严峻复杂的背景下，网上消费保持稳定增长的原因何在？

“网上消费稳定增长，是疫情背景下网民基数增长、网络购物自身特点以及电商快速发展等多种因素共同作用的结果。”中国贸促会研究院副院长赵萍表示，新冠肺炎疫情提升了互联网应用程度，我国网民人数保持高速增长，截至今年上半年，网民规模超10亿，网上消费群体不断增多，特别是中老年群体和农村网民普及率快速增长，进一步夯实了网上消费的市场基础。同时，网上购物自身具有的非聚集、无接触的特点，满足消费者在疫情之下对消费安全的需求，加上电子商务发展模式快速迭代，直播电商不断规范，助推网上购物增速保持高位。

专家表示，当前，我国继续推动网上消费面临有利的国际国内形势。从国际上看，中国践行对外开放的基本国策，始终坚持打开国门搞建设，在新的更高水平对外开放过程中，推动网上消费可整合资源越来越多，进口其他国家特色优质产品的渠道更加通畅；从国内来看，日益强大的国内市场，为推动网上消费提供更高质量的供给，日新月异国内新产品新服务，为网上消费的增长提供了重要物质保障，通过供给创造需求，推动网上消费潜力持续释放。

随着网上消费市场的不断扩大，如何进一步依法规范发展平台经济？健全数字规则显得尤为重要。今年以来，国家通过加强对平台经济的监管，良性竞争的格局正在形成，使得一系列政策红利加速释放，提升了消费者的消费体验。

中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚指出：“消费主流人群的变化，带动了新时期消费理念的更迭。”作为互联网原住民，青年群体获取商品及服务的信息更加全面，这提升了他们对产品的时代性需求以及审美能力，对消费的选择也更富



个性。

“国潮”兴起、国货受追捧与中国年轻一代消费群体的成长密切相关。“网上消费火热提升了品牌价值，使得中国品牌成为推动网上消费高增长的生力军。”赵萍说。

中国国际电子商务中心首席分析师李政波认为，在直播电商、生鲜电商、社区团购、即时零售等新模式、新业态不断涌现的背景下，更趋数字化、智能化的网络零售市场能够更精准触达目标消费者，更好满足消费者个性化、品质化消费需求，持续推动网络零售市场及相关配套体系的迭代升级。

应看到，未来推动网上消费发展，一方面要不断优化线上消费者权益保护的法治环境，持续提升消费者保护水平，创造在线消

费的良好环境。另一方面，提升传统电商平台的服务水平，加快渠道变革，增强新业态新模式对消费增长的引领作用。“直播电商在选品流程、售前售后服务、消费者权益保护方面要不断完善，尽早从享受流量红利转到精细化运营和供应链优化的路径上来。”赵萍说。

展望今年底至明年初的国内消费形势，有关专家表示，疫情对消费的干扰将会进一步减弱，消费总体处于常态化增长轨道中。其中，商品消费将会保持平稳增长，同比增速有所上升；聚集性的服务消费有望持续恢复；创新型消费、绿色消费将引领消费增长。代表消费升级的品质商品、品牌商品消费会稳步增长，网上消费增速保持高位，新能源汽车行业消费会加快增长。



热评

蜂花被关注，也提醒国货品牌，媒介更迭日新月异，营销手段花样百出，企业应乘势而上，借力发展，借助新平台把流量红利转化为消费红利。

郭存举

最近，老牌国货品牌蜂花走红网络，消费者中掀起了一波购买热潮。

消费者的热情，折射出对老牌国货的认同。网友青睐带来的流量不可低估。但也要注意，突如其来的流量加持看似馅饼，也像陷阱。老牌国货要想从网红变长红，就要在坚守初心基础上，主动寻求创新。

首先，理念创新为先。对于拥有数十年历史的老牌国货而言，要想巩固拓展影响力，就要不断超越自我。一些品牌已经因为理念陈旧、服务落后、市场反应迟钝、缺乏互联网思维等而淡出人们的视野，“以不变应万变”的思路已经过时。国货品牌要积极拥抱新的潮流趋势和市场环境，不断完善创新链，借力数字化进行转型，为企业发展积蓄新动能。

其次，产品创新为本。无论消费环境如何变化，品质永远是核心竞争力。国货品牌要想赢得更多消费者，就要洞察新生代消费者的产品需求和审美追求，持续为其提供有价值的产品。此次蜂花的出圈，正是自身品质的实力体现。事实证明，真正有持续影响力的国货爆品，基本都是依靠品质和创新双轮驱动。网友为蜂花的包装设计“操心”，在一定程度上反映出品牌创新元素的缺失。人性化、个性化的创意呈现，是产品畅销的必备元素。

再次，营销创新为要。哪里有流量，哪里就能变现。国货品牌频频出圈，既在意料之外，也在情理之中。一直以来，蜂花以价格亲民著称，近10年价格仅涨了2元。目前虽然蜂花产品已覆盖国内1600多个县市，但销售渠道仍以线下为主。一直扑在产品上的蜂花很少打广告，或者是升级产品包装设计。此次事件，是网友们给国货品牌的一次善意提醒：媒介更迭日新月异，营销手段花样百出，企业应乘势而上，借力发展，借助新平台把流量红利转化为消费红利。

情怀助攻，更要久久为功。在互联网大潮下，老品牌要想焕发新生机，就需要不断探索和尝试，占领更多新赛道，走出更为广阔的天地。

本版编辑 孟飞 李苑美 编 王子莹

济宁：深耕优秀传统文化“两创”沃土

文化是一个国家、一个民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。多年来，山东省济宁市坚持弘扬中华优秀传统文化，以高度的文化自觉主动作为、勇于担当，充分发挥文化资源优势，全力做好中华优秀传统文化创造性转化创新性发展文章，稳步推进，干在实处，走在前列。

站高谋远，探索文化“两创”新机制

近年来，济宁市立足优势，搭建平台，成立了济宁市弘扬优秀传统文化首善之区建设工作领导小组；在山东省率先挂牌成立优秀传统文化传承发展中心；建立了文化“两创”工作联席会议制度；建设了孔子博物馆、复兴之路文化科技项目等一批先导性、牵引性、基础性重大文化项目；围绕尼山世界文明论坛，着力打造“尼山片区”，推动建设文化“两创”先行示范区。连续举办或承办38届国际孔子文化节、8届世界儒学大会和7届尼山世界文明论坛、中国网络诚信大会、“一带一路”年度汉字发布等重大文化活动；积极参与“一带一路”国家文化贸易活动，组织参加山东文化贸易“走进匈牙利”“走进欧洲”“走进洛杉矶”展览会；在尼泊尔组织举办“中国济宁儒学文化推介会”；开通了“尧欧班列”“济青班列”，启动建设兖州国际陆港，开通运营金乡内陆港。

化育知行，拓展文化“两创”新实践

近年来，济宁市持续深化精神文明建设，以培育和践行社会主义核心价值观为主线，积极推进公民思想道德建设，选树身边榜样，传递正向能量。深化“五讲六进·百姓宣讲”志愿服务品牌，组建166支百姓宣讲志愿服务队；开展优秀传统文化普及推广实践活动10156场，服务群众80余万人次。全市建成达标“儒学讲堂”3740处，开展儒学活动4.8万余场，服务群众280余万人次。

坚持以文育和、济宁市注重发挥“和为贵”文化的熏陶、教化、凝聚作用，创新探索出一条行之有效的办法——把优秀传统文化与现代社会治理有机结合，建设“和为贵”社会治理服务中心，推广“以礼相让、以理服人、以德教人、德法融合”社会治理新模式，实现刑事治安发案率、信访总量、诉讼案件收案数量、民转刑案件“四下降”和群众获得感、幸福感、安全感和社会文明程度“四提升”。

德教相长，展现文化“两创”新担当

地处孟母三迁处的邹城市凫山小学立足优秀传统文

化资源优势，聚焦立德树人根本任务，为学生设立了“开笔礼”“成长礼”“志学礼”三个里程碑仪式：为一年级的蒙童举办“开笔礼”开笔破蒙；希望通过10周岁“成长礼”，让学子成为翩翩少年；为六年级学生在踏上新征程前举行“志学礼”，希望孩子们在踏上新征程前牢记“一切靠奋斗，立志做栋梁”。

为落实《关于打造弘扬优秀传统文化首善之区加快文化强市建设的意见》提出的优秀传统文化“六进”要求，济宁市教育局把加强优秀传统文化教育作为实施素质教育的重要内容。出台了《济宁市义务教育阶段学校中华优秀传统文化教育实施指导纲要》，编写了《走进孔孟》系列丛书；实施“一校一国学导师”制度，每年把优秀传统文化教育师资培训纳入全市教师教育培训计划；打造技工教育传统文化育人品牌，成立济宁市技工教育集团，建立技工院校传统文化教育实践基地；开发传统文化教材，设置传统文化教学实验班，实施课前五分钟《论语》“每课一语”“国学经典诵读”教学活动，精心打造思政“精品课”，开展“孝诚爱仁教育”“师德师风培育”传统文化师资培训，构建了“四融六进”传统文化育人体系。

文旅融合，锻造文化“两创”新成果

一河碧水，两岸青葱。2021年国庆节前夕，“运河记忆”文化街区夜游项目正式运营，坐落于济宁市中心城区的这一文化盛景，打造了“一河两岸、三街六巷、四馆五点”的生动景象，实现运河文化的保护性传承，让古迹古街焕发新生机。近年来，济宁以中华优秀传统文化“两创”先行示范区为牵引，加快建设世界文化旅游名城，文化“两创”工作取得显著成效。被评为中国文化竞争力十佳城市，成功获得2022山东省旅游发展大会承办权，入选第二批国家文化和旅游消费试点城市。

启动建设了孔子博物馆等一批先导性、基础性重大文化项目；组织实施了复兴之路文化科技项目等一批牵引性、现象级文旅项目；培育和促进文化消费，推进文化资源优势转化为产业发展优势。大力实施“文旅融合发展”3年行动计划，成立孔子文旅集团，孵化壮大一批重点文化企业，研学旅游产业集群入选省“十强”产业“雁阵形”集群。6家精品旅游企业入围省“十强”产业集群储备库，“尼山夜游”项目成为山东省夜间经济文化新符号。



济宁市文化中心



政德“杏坛”养浩然



孔子博物馆



借助孔子文化节、尼山世界文明论坛等活动搭建国际文化交流传播平台

2020年，全市文化及相关产业增加值172.79亿元，占GDP比重3.84%，增速3.5%。构筑文化展示传播窗口，在全省率先开通研学旅游高铁专列。整合300余家海外媒体开展文化“两创”主题宣传，覆盖五大洲60多个国家和地区近1.4亿观众，大力提升了“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”的知名度和影响力。

先行示范，聚焦文化“两创”新目标

以创建中华优秀传统文化“两创”先行示范区为总抓手，统筹谋划、整体推进、常抓不懈。推动优秀传统文化深度融入精神文明建设、教育、干部政德建设、基层社会治理、文化旅游高质量发展、乡村振兴、网络建设、城市发展，努力把济宁市打造成为弘扬中华优秀传统文化首善之区。到2025年，济宁优秀传统文化“两创”工作体系更加完善，文化魅力充分彰显，城市精神有力凝聚，优秀传统文化对经济社会发展的支撑带动作用更加凸显。文化产业增加值占GDP比重达到5%以上，文化济宁知名度全方位提升，优秀传统文化“两创”工作的济宁经验、济宁模

式初步形成。到2035年，优秀传统文化“两创”先行示范区建设取得重大进展，城市精神深入人心，文化软实力、对外影响力充分彰显，成功创建全国文明典范城市、建成世界文化旅游名城。

坚定文化自信，振奋民族精神。

过去，现在，未来，济宁市坚定不移地走在文化“两创”的路上，让中华优秀传统文化浸润时代人心。

（数据来源：济宁市委宣传部）