

这几天,最强冷空气来袭,南通城里却涌动着一股消费暖流——

# 惠聚南通,让“烟火气”持续升温

消费是拉动经济发展的“三驾马车”之一,也是人们对美好生活向往的直接体现。

今年以来,南通坚持“稳中求进”工作总基调,用活用好稳经济促消费政策,高效统筹疫情防控和经济社会发展。临近年末,随着各项促消费举措落地生效,政策供给持续发力,释放“乘数效应”,南通消费市场持续回暖向好。

## 迎接双节,岁尾掀起消费潮

按照惯例,每年第四季度,是扩大消费的黄金期。上周,“双12南通购物节”热力登场,彰显南通最大限度提振市场信心,全方位激发市场活力的鲜明导向。商务、住建、农业、工信、文旅等多部门通力协作,突出让利惠民与助企兴贸并举、巩固基础消费与壮大新业态并举、数字化赋能与产业带发展并举,通过8场板块主题促消费活动和N场主题营销活动,吸引市民走出家门逛吃买,提升了消费的体验性、休闲性和娱乐性。

寒潮来袭,也抵不住消费热浪滚滚,需要添大件、备年货的小伙伴忙碌起来。16日至18日,作为“惠聚南通·美好生活”第二届“双12南通购物节”的重头戏,南通首届名特优农产品展销会、南通冬季房展会、咖啡文化节、汽车博览会等系列活动轮番上演精彩纷呈。与室外寒冷天气形成鲜明对比,场馆内市民们的消费热情高涨,随处可见拎着大包小袋收获满满的消费者。农产品展销会最接地气,紧贴助农政策,集合了上千种优质农产品,产品丰富、选择众多、价格实惠,在农民生产与市民消费之间搭建起桥梁,从田头到餐桌有了“直通车”。车展、房展紧扣生活刚需,帮助市民了解并享受到实在的政策补贴福利,该出手

时就出手。咖啡文化节紧抓当前城市消费热点,邀请30家热门咖啡品牌齐齐亮相,极具特色的展位布置,吸引年轻人一波波赶来打卡。即使足不出户,也还有名品线上直播汇聚多家电商平台,打通南通本土产品的销售渠道。

与城市南翼紫琅湖畔的活力场景遥相呼应,在城市北翼的万达五水商圈,这几天也是人头攒动,“老字号”云集,文化气息四溢,“扫货”市民逛嗨了。为期三天的“2022南通老字号·非遗嘉年华”活动带火了新商业体龙信广场,也让江苏省2022年老字号“三进三促”系列活动完美收官。在活动现场,来自全省10市共60家老字号和名特优企业充分彰显出老字号品牌的魅力和历史内涵,让“老字号”品牌在南通烟火味中焕发出新的活力。活动形式新颖,以游、娱、吃、购为主线,通过现场展销、互动体验、直播带货、优惠促销等,为市民提供一场“视、听、味、购”的多重盛宴。

老万和潮糕、三香斋茶干、孟家蟹包、西亭脆饼、伴今猪头肉……南通人耳熟能详的舌尖记忆悉数亮相,让准备囤年货的市民平添惊喜。调整配方、更新包装、开设线上店……值得欣喜的是,在商务部门的指导和扶持下,面对日新月异的

市局相关负责人介绍,整个“双12南通购物节”贯穿冬至、元旦、春节、元宵等重大节庆假期,购物节活动范围领域更广、优惠力度更大、参与模式更新,努力让冬季的南通“熙熙攘攘、热热闹闹、红红火火”,然后市民高高兴兴过新年。

## 精准施策,释放消费新动能

随着近期调整优化疫情防控措施,消费市场逐渐呈现“暖意”。借此良机,我市商务等部门积极作为,合力营造“乐购”氛围,为后疫情时代背景下消费环境复苏赋能。多部门共同掀起“月月有活动、季季有主题、全年可持续”的促消费新潮,系列活动涵盖产业、消费、美食等领域,充分调动各大企业、商家、机构等参与主体,创新消费体验、释放社会活力,让市民获得更多元化、品质化的消费体验。同时,也为即将到来的2023年高质量发展开好局、起好步,为全面推进中国式现代化南通新实践添能蓄势。

消费不仅是推动经济增长的引擎,更是反映城市繁荣程度、文化积淀与心理追求的重要指标,是体现城市活力与吸引力的晴雨表。为了让消费者起来,今年年初,市商务局联合市发改、工信、住建等部门,制定下发了《2022年南通市全面促进消费工作要点》,详细制定全年促消费工作计划,并将全年促消费活动任务分解到具体部门或企业,明确时间节点和责任人,确保每季有主题,月月有活动。春季以餐饮、年货类为重点,开展网上年货节、“寻味南通”等活动;夏季以“夜经济”为重点,开展夜市、啤酒节嘉年华等活动;秋季以大宗消费为重点,开展汽车博览会、家电下乡以旧换新“双百

惠民”活动;冬季以综合购物为重点,开展南通“双12购物节”“老字号嘉年华”等系列活动。同时,充分发挥我市促进消费体制机制工作联席会议办公室作用,每季度重点打造一项品牌活动。今年以来,各部门合力举办“夏季购物节”“2022南通啤酒嘉年华”“双十二购物节”等品牌活动。“夏季购物节”涵盖餐饮、汽车、家电、家装、家纺多个领域,最大程度释放消费市场潜力。“2022南通啤酒嘉年华”活动在举办规格规模、活动周期、参与商家等方面都创南通促消费活动新高,在全市23个部门的通力合作下,成功打造了一场具有烟火气、南通味、国际范的地标性南通夜经济活动。

每到周末节假日,城北商业综合体万象城里,各类商品琳琅满目,餐饮名店座无虚席,导购员卖力促销,前来购物的市民络绎不绝。来到盒马鲜生,自主结账机前消费者的期待得到充分满足。今夏,抓住夏季的消费特性,我市组织开展多场主题夜市活动,借助“夜经济”延展消费时间和空间。“2022南通啤酒嘉年华”“潮玩夜市”、“夜崇川欢乐嗨”、“南大街嘉年华”、“老字号”夜购、“人才夜市”等专场活动,不但丰富市民生活、带动就业创业,更激活城市经济大循环的“末梢神经”,进一步提升我市夜经济的知名度。



“最近我们结合了世界杯的热点,相应推出了一些世界杯优惠套餐供顾客选择,比如啤酒畅饮,以此来吸引客流。”市区一家餐饮企业负责人昨天接受记者采访时表示,在疫情政策优化调整后,店面目前客流量有了20%~30%的上升。

餐饮业的复苏,得益于商务部门善于抓住消费领域重点行业靶向发力。针对餐饮行业特点,加强分区分级精细化管理,支持餐饮商户有效延长营业时间;通过多主题联动、多场景融合,将餐饮促消费与文旅消费、购物节等活动融会贯通,取得了显著成效。植入文化底色,开展“寻味南通”主题活动,挖掘地方美食的起源、菜式、传承;依托文旅乐购嘉年华活动,将30家潜在的精致餐饮培育企业和餐饮类老字号引入公园旅游景点,邀请市民共享江边的美食盛宴;联合抖音、小红书等新媒体开展视频直播、粉丝群社群互动,联合“饿了么”餐饮平台,以外卖小哥配送+主持人吃播品鉴的方式介绍通城美食,重点推介环濠河、五山区域精品酒店、精致餐饮集群,展现南通美食新阵地。

自疫情发生以来,市场一大明显趋势就是消费者采购越来越侧重和求助于电商。为此,南通商务部门紧抓网络消费机遇、乘势而上,推动电子商务、网络直播、网红经济等促消费新模式,拓宽传统商业销售新渠道,成功举办“网上年货节”“当燃南通·美好生活”“名品购节”等线上购物节活动。联合阿里巴巴、优佳优选、文峰等各平台,推出满减、秒杀、直降等优惠,全力促进南通市民多样、多场景消费,参与人数20万人次。联合阿里、京东、苏宁等头部平台,开辟南通“夏季购物节”活动专区,通过红包补贴、超值券包、优惠满减等形式,推广“指尖购物”,带来消费新体验。

电商平台带动了线上消费,一揽子新能源汽车、绿色家电的利好政策则激活了绿色消费。围绕汽车、家电等大宗消费产品,我市组织开展“南通汽车博览会”、“绿色智能家电下乡”、“以旧换新‘双百惠民’”活动,“真金白银”引导消费,促消费潜力持续释放。“端午汽车博览会”开展4天,观展人数突破12万人次,成交数量2900台,交易金额达5.22亿元。

新能源汽车热销,一方面反映出新能源汽车技术快速提升,品质性能得到消费者认可;另一方面也得益于政策的加持,加之油价高企,很多消费者为降低用车成本转而购买新能源车。随着绿色智能家电推广和以旧换新活动不断深入,海尔、美的、海信、格力、西门子等十余家知名品牌商纷纷加入,文峰电器联合各大厂商共同让利5000万元,通过线上银联云闪付发放家电换新消费券,力度大、覆盖范围广,体现了“亲民、惠民、便民”,有效促进家电产业向绿色节能进行结构性调整,实现“双碳”目标。

从实体商贸流通到线上电商消费,再到汽车、家电、餐饮消费,南通积极打好促消费“组合拳”,千方百计释放消费需求,多措并举激活消费潜能,展现“一城千面”,彰显城市消费魅力。一场市民得实惠、商家得收益、经济得发展的消费盛宴,释放出城市重新回归烟火气息的强烈信号,更是吹响了全力抓经济提速度的响亮号角。

·朱蓓宁·

聚焦重点,靶向发力见实效

