

“一顿饭”“一杯酒” 乐见消费又逢春

新华社北京1月10日电《中国证券报》10日刊发文章《“一顿饭”“一杯酒” 乐见消费又逢春》。文章称,临近春节这一传统节日,年夜饭预订走俏,干果粮油等年货销售额逐渐增加,线上线下消费双双活跃。专家表示,在多重有利因素促进下,消费回暖趋势明显。

年夜饭预订火爆

“昨天推出年夜饭套餐,今天就订出去5桌,大多是2000元左右的套餐。”在上海嘉定区的味天下食府,店主韩琚琳在结束与订餐客人的通话后告诉中国证券报记者,“最近大家身体逐步恢复,餐馆人气又旺起来,我们开启年夜饭预订,订单量比预想的好多了。”

一顿年夜饭,千年团圆味。年夜饭,不仅是舌尖上的年文化,还是餐饮行业的重头戏。春节越来越近,在年夜饭预订方面,一些餐饮业主已嗅到春的味道。

“有些老客人说,这两天他们打电话给几家常去的餐厅,不是除夕当天已订满,就是剩下的包厢比较小,家里人多坐不下。”韩琚琳估计,这两天年夜饭就会全部订满。

在北京,除夕当天的酒店包间已“一厢难求”。“包间全部预订出去了,大厅还有几张桌子。”北京同和居银泰百货店工作人员告诉中国证券报记者。

有餐饮业者说,终于等来了“团圆年”,这轮年夜饭预订开了餐饮业今年的好头,盼望舌尖上的生意重新热起来、火起来。

除了餐馆里的年夜饭预订,预制菜正越来越多地走上寻常百姓家的春节餐桌。“我和家人平时工作很忙,没时间研究厨艺,自己掌勺没底气,父母年龄大了,不希望他们辛苦操持,所以我们计划多订些预制菜,除夕晚上加热一下装盘就可以吃了。”在北京工作的沈涛说,“这几天,先买了一些品种试吃,感觉味道还不错,拿得出手,‘方案’有可行性。”

选择预制菜作为年夜饭的家庭并不少,一些老牌餐饮企业纷纷把招牌菜做成预制菜,联合电商平台开辟“年夜饭预制菜”购买专区。沃尔玛山姆会员商店推出“小白也能做大餐”专题,除了川式东坡肘子、海南椰子鸡、闽菜佛跳墙等中国传统菜品,更有来自美国、韩国、日本等国家和地区的珍馐。

某生鲜电商平台数据显示,近期预制菜销量大幅增长。平台联合各地知名餐厅推出的“年夜饭套餐送到家”系列一周内订出8000桌。

酒水消费迎旺季

一年之计在于春。春节是白酒消费旺季,走亲访友的赠礼、亲朋欢聚的饭局都需要白酒担当重要角色。今年春节不同于前两年,防控政策优化对接触型消费恢复构成重大利好,白酒消费自然将受到提振。

A股市场上,2022年11月以来,白酒股表现强劲,成为

消费板块修复行情中名副其实的“先头部队”。

“最近每天我都定好闹钟抢茅台,春节家里人肯定是要喝酒热闹热闹的。今年好不容易回家过年,想喝点儿好的。”在北京3年没回家过年的赵嘉济告诉中国证券报记者,“拼的是手速、网速,我下载了辅助抢购小程序。朋友告诉我,平时就难买,快过年了,需求量更大,我抢了4天还没抢到。”

“每年春节前酒水饮料销售都会出现一个小高潮。”北京朝阳区一家烟酒行的店员表示,“最近店里客人明显增多,主要是买酒的。对于热销商品,我们会多补货。”

中金公司近期发布的一份报告指出,消费场景正快速恢复,白酒需求恢复是大方向。

消费回暖“酒”先知。京东集团首席经济学家沈建光表示,伴随消费场景恢复、生活回归常态,预计2023年二季度消费将出现明显反弹。前期下滑幅度较大的服务消费修复弹性更高,接触型服务消费将明显改善。

线上线下形成联动

“很久没有回家过年了,今年能过个团圆年,很激动!要拜访的亲戚不少,要准备的东西很多,有给家里老人的保健品,给女士的护肤品,还有给小朋友的玩具糖果。”在北京亦庄沃尔玛山姆会员商店里,李洁一边往购物车里放选好的商品,一边说。

在北京市商务局指导下,京东近日联合数万家实体店开启2023同城年货节,携手物美、京客隆、超市发、便利蜂、屈臣氏、京八珍等数万家本地门店打造“超级京城”同城年货节活动。

随着“90后”“95后”等年轻消费群体加入年货采购大军,线上置办年货成为近年来的一大趋势。1月6日,京东小时购发布2023年货即时消费趋势洞察,“线上下单、年货1小时内送到家”的即时零售成为年货消费新主流。

“一方面,更多消费者习惯并喜爱用‘小时达’的方式买年货,解放双手,省心便捷;另一方面,我们联合全国的商家品牌在年货节期间推出大量优惠活动,选出更具性价比的商品,进一步拉动了消费热情。”京东小时购营销相关负责人表示,年货节开展以来,全国范围内异地订单同比增长170%,购买较多的商品包括手机、车厘子、白酒、粮油、牛奶等。

商务部日前会同有关部门和单位指导开展“2023全国网上年货节”。根据商务大数据监测,“2023全国网上年货节”前5天(2022年12月30日至2023年1月3日)网络零售额2080亿元,比上届同期增长4.7%。其中,年货礼盒、健康滋补用品、进口生鲜食品等销量增长较快。

“‘仪式感跨年’释放的新消费需求,通过线上互联网平台的连接,可以有效匹配丰富的优质供给,拉动本地、异地消费。”中国劳动关系学院文旅政策研究中心副主任吴若山表示,伴随各地促消费政策加速落地显效,线上线下营销手段不断改进,2023年消费市场有望持续回暖。

两部门:保持对实体经济的信贷支持力度

新华社北京1月10日电(记者吴雨)中国人民银行、银保监会10日表示,保持对实体经济的信贷支持力度,加大金融对国内需求和供给体系的支持,做好对基建投资、小微企业、科技创新、制造业、绿色发展等重点领域的金融服务,保持房地产融资平稳有序,推动经济运行整体好转。

人民银行、银保监会当日联合召开主要银行信贷工作座谈会,研究部署落实金融支持稳增长有关工作。根据会议要求,各主要银行要合理把握信贷投放节奏,适度靠前发力,进一步优化信贷结构,精准有力支持国民经济和社会发展重点领域、薄弱环节。要及时跟进政策性开发性金融工具配套融资,延续发挥好设备更新改造专项再贷款和财政贴息政策合力,力争形成更多实物工作量。要继续用好碳减排支持工具、支持煤炭清洁高效利用专项再贷款等结构性货币政策工具,用好普惠小微贷款支持工具等优惠政策,全力支持重点医疗物资生产保供企业的合理资金需求。

会议明确,坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位,推动房地产业向新发展模式平稳过渡。要有效防范化解优质头部房企风险,实施改善优质房企资产负债表计划,聚焦专注主业、合规经营、资质良好、具有一定系统重要性的优质房企,开展“资产激活”“负债接续”“权益补充”“预期提升”四项行动,综合施策改善优质房企经营性和融资性现金流,引导优质房企资产负债表回归安全区间。

记者从会上了解到,两部门要求运用好保交楼专项借款、保交楼贷款支持计划等政策工具,积极提供配套融资支持,维护住房消费者合法权益。要落实好16条金融支持房地产市场平稳健康发展的政策措施,用好民营企业债券融资支持工具(“第二支箭”),保持房企信贷、债券等融资渠道稳定,满足行业合理融资需求。要因城施策实施好差别化住房信贷政策,更好支持刚性和改善性住房需求,加大住房租赁金融支持,做好新市民、青年人等住房金融服务,推动加快建立“租购并举”住房制度。

2022年我国人民币贷款增加21.31万亿元

新华社北京1月10日电(记者吴雨)中国人民银行10日发布的金融统计数据显示,2022年全年我国人民币贷款增加21.31万亿元,同比多增1.36万亿元。

人民银行的数据显示,2022年我国住户贷款增加3.83万亿元;企(事)业单位贷款增加17.09万亿元,其中中长期贷款增加11.06万亿元。2022年12月末,我国人民币贷款余额213.99万亿元,同比增长11.1%,增速比上月末高0.1个百分点,比上年同期低0.5个百分点。

另外,2022年全年我国人民币存款增加26.26万亿元,同比多增6.59万亿元。其中,住户存款增加17.84万亿元。

从货币供应看,2022年12月末,我国广义货币(M2)余额266.43万亿元,同比增长11.8%,增速比上月末低0.6个百分点,比上年同期高2.8个百分点;狭义货币(M1)余额67.17万亿元,同比增长3.7%,增速比上月末低0.9个百分点,比上年同期高0.2个百分点。

同日发布的社会融资数据显示,2022年全年我国社会融资规模增量累计为32.01万亿元,比上年多6689亿元。2022年末社会融资规模存量为344.21万亿元,同比增长9.6%。

广东东莞:兆瓦级漂浮式波浪能发电装置开展下水调试

1月10日,兆瓦级漂浮式波浪能发电装置开展下水调试(无人机照片)。

当日,兆瓦级漂浮式波浪能发电装置在广东东莞开展下水调试。该装置平面面积超3500平方米,包括了发电平台、液压系统、发电系统、监控系统、锚泊系统等部件,通过三级能量转换将波浪能变成绿色电能,在满负荷的条件下,每天可产生2.4万度电。

新华社记者黄国保摄

