

从“中国游”“中国购”看中国经济热力

新华社记者 樊宇

近期在社交媒体上,“带空箱子去中国”的实用小贴士引发热议。从“中国游”到“中国购”,“旅游+扫货”的体验让外国游客直呼“真香”。

价优物美的商品、方便快捷的支付、“即买即退”的离境退税……随着“中国游”的便利性和吸引力不断上升,游在中国、购在中国成为越来越多国际游客的新选择,中国正在成为全球旅游购物的热土。从政策红利、产业实力到文化魅力,“中国热”让世界看见一个开放包容、充满活力的现代中国。

“中国热”的吸引力源于政策推力。从持续扩容免签“朋友圈”、优化境外游客支付环境到提升离境退税便利度,中国用实打实的政策,向全球游客发出盛情邀约。日前,中方决定对巴西等南美5国实行免签入境政策,中国实行单方面免签政策的国家由此增至43个。外卡POS机覆盖率提升,支付宝、微信等移动支付的“外卡内绑”和“外包内用”能力不断迭代,让不少地区实现了“碰一下”即可支付。中国还在退税政策上持续发力,将离境退税“即买即退”服务措施从试点推广至全国,下调离境退税起退点,优化离境退税商店布局,提升退税商品供给水平等。一系列便利措施传递出中国持续扩大对外开放的鲜明态度,推动“中国热”持续升温。“五一”假期,

外国人出入境人次较去年同期增长43.1%,银联、网联处理境外来华人员支付交易笔数、金额较去年同期分别增长244.86%、128.04%。阿联酋通讯社报道说,中国成为更具吸引力的旅游消费目的地,不仅促进了中外经贸人文交流,还能实现国内国际市场的深度融合。

“中国热”折射出“中国制造”的品质内核。近年来,外国游客来华的购物清单不断拓展,从服装、食品到手机、翻译器,从小家电到智能家居。“中国制造”的高新技术含量显著提升,在全球市场更具竞争力,也吸引外国游客持续来华“淘好物”。手机、电脑、智能穿戴设备、无人机等成为“反向代购”热品,不仅体现了中国制造业的创新能力和技术实力,也体现了中国在全球价值链中的地位提升。从服装鞋类到电子产品,从平价日用品到高端奢侈品,中国消费品市场的品类之丰富、选择之多元,吸引着外国消费者纷至沓来。外国游客们在行李箱里满载商品,是对“中国制造”投下的“信任票”,也是对中国发展的认可。马来西亚《星洲日报》说,外国游客在感受“中国制造”高质量、高性价比的同时,也在触摸中国发展脉搏。

“中国热”还得益于中国文旅融合发展的深入实践。除了传统的丝绸、茶叶、瓷器等商品,现代国潮、文

创产品以及科技好物正成为外国游客的新宠。中国文旅业态升级,推动旅游与文化、科技等跨界融合,不仅推动“中国制造”走向国际舞台,也让外国人在沉浸式感受中国文化魅力的同时,对中国的现代化发展有了更深刻的理解。他们或漫步北京中轴线,或在西安体验汉服妆造、在云南饱览民族风情,或在深圳科技园区体验“未来感”。不少外国游客因为热爱中国文化选择赴华旅游,也因旅游得以更进一步感受中国文化的独特魅力和中国发展的脉动。美国《环游世界》杂志说,凭借深厚文化底蕴和现代化城市魅力,中国正逐渐成为世界各国游客的理想目的地。凭借更优质的产品供给、更多元的消费场景和更便利的服务,“中国游”吸引力还在上升。

产业升级厚积薄发、消费生态日益多元、对外开放持续扩大……这些因素共同作用,成为中国接住世界“流量”的密码,也为中国经济高质量发展注入了新活力。在全球化遭遇逆流、保护主义甚嚣尘上的今天,中国坚持用更大的开放、更深的合作来拓展机遇,也向世界证明,真正的经济安全来自深度互联而非彼此隔绝。可以说,“中国游”“中国购”的意义超越了经济层面,为国际交流和互通增添了新注脚。

消费品以旧换新不仅契合了居民追求品质生活的消费需求,更在供给端开辟出增量空间,实现了“政策杠杆—消费提振—市场扩容”的良性传导

突破1000万份,这是去年汽车以旧换新政策实施以来累计补贴申请量。

超1亿台,这是去年8月加力实施家电以旧换新政策以来消费者累计换新家电数量。

“五一”假期,仅汽车以旧换新补贴申请量就超过7万份,生动反映了假日消费的火爆。

这些亮眼的数据印证着,政策加力与领域扩容双轮驱动,消费品以旧换新正成为撬动内需的重要杠杆,既为消费者带来实实在在的红利,更在经济发展全局中释放出乘数效应。

汽车、家电等大宗消费是拉动消费、扩大内需的牛鼻子。以旧换新政策犹如一把“金钥匙”,精准打开了市场增长的新空间。数据显示,今年一季度,消费品以旧换新拉升社会消费品零售总额增速1.6个百分点,有力推动经济持续回升向好;4月份,限额以上单位家用电器和音像器材类、文化办公用品类商品零售额,同比分别增长38.8%、33.5%,均明显快于商品零售额增速,有力支撑市场销售增长。应该说,消费品以旧换新不仅契合了居民追求品质生活的消费需求,更在供给端开辟出增量空间,实现了“政策杠杆—消费提振—市场扩容”的良性传导。消费“焕新”,也是促进产业链升级的大戏。今年前4个月,我国新能源汽车产销量分别完成442.9万辆和430万辆,同比分别增长48.3%和46.2%,新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的42.7%,成为制造业向高端化、智能化、绿色化转型的生动注脚。在家电市场,节能高效产品也成为主流选择。从供需两端协同发力,找准扩大内需和深化供给侧结构性改革的结合点,有利于形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

消费品以旧换新的深层价值,还在于畅通资源利用,助力循环经济发展。上海将再生资源回收设施纳入城市基础设施保障;湖南健全废旧家电家具等再生资源回收体系,去年废旧家电回收量达750万台套,同比增长14.3%。去年,全国新增智能化社区废旧物资回收设施1.1万余个,全国报废机动车回收量达到846万辆、同比增长64%。借助以旧换新,打通资源循环利用的堵点,就能促进形成“生产—消费—回收—再利用”的“绿色闭环”,持续壮大绿色循环经济。

以旧换新的便利程度,关乎政策效果。持续优化以旧换新流程,发展“互联网+二手”等新模式,才能让以旧换新的链条更短、成本更低、体验更优。比如,江苏消费品以旧换新平台开通10个家电购新补贴资格申领渠道,并实现全渠道支付,让消费者充分享受便捷高效的换新体验。从当下看长远,在以旧换新政策落实中,进一步找差距、补短板,创造更多扩大内需的新场景,方能激发投资消费的更大潜能,为经济高质量发展注入源源不断的动力。

来源:工人日报

来源:人民日报

以旧换新如何以点带面

王珂

推动“后厨直播”,让外卖食品安全“看得见”

何勇海

据央视新闻报道,为满足消费者的需求,越来越多的餐饮商家开始进行“后厨直播”。近日,广州市市场监督管理局指导当地推进“明厨亮灶”建设,只要点击外卖APP中的“明厨亮灶”版块,就可以对商家“云监工”,通过手机实时查看点单商家后厨的情况。至此,广州成为全国首个由政府层面系统性推进食品安全全链条监管改革的城市。

消费者在点外卖时,总有这样的疑问:菜是现炒的吗?后厨干净吗?厨师操作规范吗?这也难怪:一些外卖商家卖的是预制菜,撕开包装复热、煎烤,淋上佐料就打包送走,挣的却是“现炒钱”;有些外卖商家的线上店铺图片看着光鲜亮丽,实际操作环境却惨不忍睹,厨房满是油污,食材随意堆放,苍蝇蚊子满天飞……在这种情况下,曾有外卖小哥向外界发布点外卖“避雷清单”,受到消费者的点赞和追捧。

可以说,外卖行业面临一定的信任危机——《2025年一季度中国消费者消费意愿调查报告》4月20日发布,该报告有一项关于“老百姓餐桌”的调查结果:连续三个季度消费者选择在家做饭的次数增加了,外出就餐和点外卖的次数减少了。个中原因虽是多方面的,但这与消费者对外卖行业的信任程度降低不无关系。当外卖商家的违规操作变成“常规”操作,“越来越不敢点外卖了”便成为一些人的口头禅。

但从另一个角度来看,信任危机也是推动行业走向规范化发展的契



机。为保障消费者的知情权,赢得消费者的青睐,一些外卖商家或在外卖平台推动下,或是自发地开始进行“后厨直播”,也就是在后厨安装摄像头,全程直播备菜、炒菜、出餐过程。消费者无论是去店里点单,还是在线上点单,都可以看到实际状况,这让消费者对餐食质量有更直观的感受,也有助于商家自身的可持续发展,乃至至于提升整个行业的食品安全水平。

此番,广州在全国首开先河,从政府层面系统推进外卖行业“互联网+明厨亮灶”建设,加快构建“政府监管+商户自律+平台赋能+公众监督”的社会共治智慧监管模式——此举是监管模式的创新,推动传统的人工巡查转向智能化、信息化监管,让“看不见的后厨”变成“透明的厨房”,切实守护市民群众“舌尖上的安全”。此外,这也让“优胜劣汰”的市场法则

发挥作用:勇于打破信息不对称、主动接受社会监督的商家,将赢得市场与口碑,反之,必将被消费者抛弃。

今年3月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步强化食品安全全链条监管的意见》,其中第十七条就明确提出,加强网络订餐线上线下一体化监管,推动平台和商户实行“互联网+明厨亮灶”,强化无堂食外卖监管和社会监督。期待各地都从政府层面推动外卖商家开展“后厨直播”,同时建立“后厨直播”规范体系,明确直播的标准和要求,确保直播内容的真实性 and 全面性。

推动外卖行业“明厨亮灶”,短期来看有一些难点需要克服,有一些问题需要攻坚,但从长期来看,无论是平台、商家、消费者,还是外卖行业、地方经济发展,收益都将更大。