

打造“强大国内市场”，培育新消费亮点

1月21日公布的2018年经济成绩单中，社会消费品零售总额突破38万亿元，消费作为经济增长主动力作用进一步巩固。打造“强大国内市场”、挖掘消费升级潜力，培育新消费亮点，消费蛋糕才能做得更大更优。

消费成为保持经济增长第一驱动力

在2018年经济成绩单中，消费继续成为一抹亮色——国家统计局数据显示，2018年社会消费品零售总额超过38万亿元，同比增长9.0%。最终消费支出对GDP增长贡献率为76.2%，比上年提高18.6个百分点，高于资本形成总额43.8个百分点。

截至目前，消费已连续5年成为拉动经济增长的主引擎，对经济增长的基础性作用不断增强。

“从长期看，消费已经超越投资和出口，成为推动我国经济增长的第一动力，也成为引领带动经济结构转型升级的新动能。”国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青说。

2018年中国经济实现“稳中有

进”，而“进”的表现之一就是经济结构优化调整，最终消费对经济贡献率同比提高。

近段时间，消费个别月份出现波动，曾一度引发外界担心。对此，国家统计局局长宁吉喆表示，月度乃至季度一些指标发生波动是正常的，不必过于担心，关键要看全年、看走向、看趋势、看潮流。

2018年年底召开的中央经济工作会议提出，促进形成强大国内市场。可以肯定的是，未来随着外部环境日趋复杂严峻、不确定性增加，扩大消费、拓展国内市场，必将在经济增长中扮演更重要的角色。

新消费亮点频现，消费升级势不可挡

观察经济发展，要看量，更要看质，消费也是如此。新消费势头澎湃，已成为撬动消费活力的新引擎。

最近，在上海工作的潘晓阳在网上下单了一款智能血糖仪，他的考虑是“春节期间聚餐频繁难免吃得多，买血糖仪可以更好地掌握和监测好家里老人的血糖”。

像潘先生这样为健康增加开支的消费者越来越多。据阿里健康数

据显示，2019年货节期间，24小时动态心电图记录仪、智能体温贴片等健康管理的“科技范儿”产品，以及体检、医美、口腔等医疗服务产品成交量增速明显。

服务消费的火爆，使消费蛋糕越做越大的同时，也越做越优。国家统计局的数据显示，2018年服务消费持续提升，国内旅游人数和旅游收入都增长10%以上，电影总票房突破600亿元，增长近10%。

恩格尔系数的变化也印证了消费升级的趋势。2018年全国居民恩格尔系数28.4%，比上年下降0.9个百分点，说明了居民消费中非食物支出总体在上升。

信息消费也成为新消费的一大特色。中国互联网协会发布的报告显示，2018年，我国信息消费规模约5万亿元，同比增长11%，信息服务消费规模首次超过信息产品消费。

就拿春节年货购物清单来说，近期多家电商平台的大数据显示，除炒货、腊味、新衣服等“老三样”外，洗碗机、扫地机器人等智能家电和新一代健康产品已成为年货清单的必选项。

电子商务研究中心生活服务电

商分析师陈礼腾表示，从实物消费个性化、服务消费智能化、文旅消费精品化等特征中可以洞察消费升级大势。各种新消费的发展将为中国经济高质量发展增加新动能。

挖掘消费潜力，做大做优消费蛋糕

消费新动能不断累积，未来消费市场走势如何？如何让百姓真正“愿消费、能消费、敢消费”？

“尽管受到一些不利因素影响，消费增长承受一定压力，但消费市场发展仍具备许多有利条件，稳健发展的基本面没有改变，消费升级大趋势没有改变，长期稳中向好的总势头没有改变。”商务部市场运行司副司长王斌说。

顺应消费升级的大趋势，中央经济工作会议从提升消费能力、商品和服务供给补短板、加快基础设施及公共服务建设和改善消费环境等方面作出重要部署。可以预见，2019年消费平稳增长态势仍然可期。

“2019年，我国消费市场会形成商品消费和服务消费双轮驱动的增长态势。”中国贸促会研究院国家贸

易研究部主任赵萍指出，一方面，商品型消费将持续从低端向高端升级，5G、智能产品等创新型消费将迎来新一轮增长。另一方面，教育、文化、娱乐、旅游、体育等服务消费将继续保持较快增长态势，成为2019年消费亮点。

释放消费潜力，首先要让百姓能消费。2019年新年伊始，不少地方上调最低工资标准和基础养老金，低收入人群增收将有新突破；随着个人所得税专项附加扣除政策全面实施，将进一步减轻个人税负，让大家有更多钱可以用于消费。

扩大消费需求，还要增品种、提品质、创品牌，让群众吃得放心、穿得称心、用得舒心，才能让百姓愿消费和敢消费。

近日，国家发展改革委、商务部、国家市场监督管理总局三部门联合表示，将因地制宜促进汽车、家电消费。

“建设强大国内市场，最为关键的还是要加快建设统一开放、竞争有序的市场体系，形成国内市场发展的良好生态和基础制度，以此作为促进形成强大国内市场的‘牛鼻子’。”王青说。

(新华社 于佳欣 申锐 龚雯)

(上接1版)

其美多吉始终记得老站长生龙降措说过的一句话：“别人有困难，我们一定要帮，不要把邮路的优良传统丢掉了。”

30年来，其美多吉一直用实际行动努力践行着这句话。30年来，雪线邮路上哪里发生了交通事故，他就成了那里的义务交通员；哪里有过路者生命安全受到威胁，他就成了那里的义务救助员；哪里有了争执摩擦，他就成了那里的人民调解员……

在雪线邮路上，邮车是人们心中的灯塔，当那抹绿色在茫茫白雪中出现时，人们的心里就踏实了。由于雀儿山道路险峻，有些驾驶员会被困在某一个危险处不敢动，其美多吉常常会帮助他们开过最危险的路程。

在其美多吉的邮车里，还携带着氧气瓶和药品，这些对于每一个在雪线邮路上遇险的人来说，都是救命的宝贝。他曾用这些药在危难关头挽救过上百人的生命。

有一天，途经雀儿山时，其美多吉发现积雪厚厚一层雪的路上躺着一个人，“他当时冻得嘴唇发紫，说不出话来。”不顾漫天的风雪，其美多吉赶紧把自己的衣服脱下来将陌生人裹住，然后立马去邮车上找出一瓶氧气。吸过氧气后，陌生人的脸色有了好转。随后，其美多吉把伤者送去了医院，在确认他身体无碍后才放心离开。

其美多吉有着同雀儿山一样博大的胸襟，在经历了生死的磨炼后，他依然以乐观的心看待世界。被歹徒刺伤后，其美多吉的亲友们愤恨不已，要找歹徒及其家人讨个说法，为他报仇。但其美多吉毫不犹豫地阻止了亲友，告诉他们要相信法律的公正。然而，更出人意料的是，其美多吉竟然当着凶手家属的面，签下了谅解书递交法庭，并将一些经济补偿退了回去。

面对无法理解的亲人，他语重心长地说，“他们的家庭都不宽裕，孩子进监狱已经得到了应有的惩罚，这个钱就算了吧。”

采访结束时，这个坚强而乐观的康巴汉子与记者挥手告别，他微笑着站在那里，就像雪线邮路上的太阳，不惧风雪，温暖如初。

2018中国西部文化指数发布

本报讯(记者 赵青)1月24日上午，四川文化创意产业研究院、中国人民大学创意产业技术研究院、文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室联合发布“中国西部省市文化产业发展指数(2018)”和“中国西部文化消费指数(2018)”。

中国西部省市文化产业发展指数(2018)结果显示，四川高居西部省市文化产业发展综合指数第一，排名前五的其他省市(区)依次是重庆、陕西、内蒙古、广西；中国西部文化消费指数(2018)结果显示，重庆市位列第一，第二名到第五名依次是四川、陕西、内蒙古、广西。

从城乡分布角度看，西部地区城镇居民文化消费综合指数高于农村居民，但差距在缩小；从性别角度看，西部地区男性文化消费综合指数首次高于女性；从年龄角度看，西部地区26-40岁居民成为文化消费主力，25岁以下青少年文化消费水平增长最快；从学历角度看，西部地区呈现出学历越高文化消费综合指数越高的规律，高中及以下学历人群文化消费意愿有较大提升。

发布方表示，根据相关数据可以看出当前西部文化产业主要呈现出以下三个特征：西部文化产业发展面临提质增效和新旧动能转换的机遇；文化和旅游的融合更加紧迫和重要；西部文化产业支撑体系亟需健全完善。

“咖啡奶茶冰激凌，有需要的吗？”杨小妃说，动车售货车上卖的这些食品，以前确实难以想象。“动车上的噪声小，不需要像在普通列车上这样大声喊，吆喝声也变得更加温柔好听了呢。”

(新华社 邵晓安 张逸之)

送温暖送祝福



1月22日下午，四川省成都市文明办和成都市青羊区委宣传部一行，来到玉沙路社区日间照料中心看望慰问老人，为老人们戴上红围巾，并送去慰问品和祝福。 本报记者 赵青摄

四川文化和旅游融合发展研讨会在蓉召开

本报讯(记者 赵青)1月24日，四川文化和旅游融合发展研讨会在成都召开，专家学者们就如何进一步推动文化旅游在更大范围、更广领域、更高层次上的融合进行深入研究，加快文化旅游产业转型升级步伐，助力四川文旅高质量发展。

近年来，党中央高度重视文化和旅游产业发展，出台了一系列政策措施，文化旅游相互促进、相互融合迎来了历史性的黄金发展时期。在四川着力推动高质量发展的时代背景下，面临文化旅游生态重建、文化旅游消费升级、传统产业创新出现拐点、文旅创新

改革深化发展的重大机遇，文化旅游产业成为四川经济增长的重要引擎、转型发展的重要动能、脱贫攻坚的重要支撑、人民幸福生活的重要指标，四川文化旅游融合发展有需要、有条件、有基础，也有潜力。

会议讨论认为，要借助文化力

量打造高品质旅游产品，利用旅游开发延续四川特色文化资源的生命力，增强四川公共文化资源的旅游服务功能，充分发挥省校合作优势和专家智库力量，构建具有四川特色的现代文化旅游产业发展体系，加快推动四川由文化旅游大省向文化旅游强省跨越。

“啤酒饮料矿泉水、花生瓜子八宝粥”从火车售货车里看消费大变化

“啤酒饮料矿泉水、花生瓜子八宝粥，前面的旅客麻烦让一让。”在福州开往广安的K4186次火车上，熟悉的吆喝声再次响起。售货员李洪杨推着销售副食品的售货车，3个多小时穿过12节车厢，卖出了30多箱矿泉水。

“可别小看这辆售货车，它相当于火车上的超市。这些售货车，也见证了改革开放以来的社会变化。”南铁福州客运段的餐车主任杨伟建说，他从1981年便开始在列车餐车上工作，亲历了手推售货车从无到有的过程。

“我刚工作的时候，列车上还没有人推着车卖副食，都是售货员坐在餐车等着乘客来买。”杨伟建说，

20世纪80年代初，副食品还属于稀罕物，很多副食品只有到上海才能买得到。他们列车上虽然只有猪油糕、鱼皮花生等几种副食品，但还是趟趟车都卖脱销。

进入20世纪90年代，随着社会经济大发展，手推车开始出现，售货员要推着售货车挨个车厢销售，吆喝叫卖也随之出现。

“也不知道谁先开始的，但大家一个学一个就传开了，刚开始叫卖的是‘香烟可乐鱼片干矿泉水’。”杨伟建说，那时候很多人也不太富裕，他们售卖的这些零食中，没有一种是超过10元钱的。一包三毛多，价格便宜又能解馋的鱼片干最受乘客欢迎。但因为火车客流量大，一趟车跑

下来，一个售货车也能销售上万元的货物，效益十分可观。

此后，随着商品的不断丰富，售货车里的货物品类不断增加，吆喝声也先后经历“香烟啤酒可乐鱼片干矿泉水”“香烟啤酒矿泉水、花生瓜子八宝粥”“啤酒饮料矿泉水、花生瓜子八宝粥”等这一系列的变化。

“明显能够感受得到的是，这两年来，乘客消费能力和消费观念发生巨大转变。”K4186次列车的餐车服务员杨小妃说，她2004年做售货员时，售货车上都是两元的矿泉水，虽然不贵，但并不好卖。很多人认为花钱买水太奢侈，宁愿穿过拥挤的车厢，去接开水喝。而2元一包的瓜子，能够消磨很长时

间，因此最为畅销。

“但现在，普通列车的售货车上，卖得最好的恰恰就是矿泉水。”杨小妃说，现在她们分别提供2元和5元的矿泉水，大家反而更愿意去买5元的大品牌矿泉水。

“乘客对价格越来越不敏感，但对品质和品牌的要求却越来越高。”李洪杨说，这种变化在动车高铁上体现得更为明显。

“咖啡奶茶冰激凌，有需要的吗？”杨小妃说，动车售货车上卖的这些食品，以前确实难以想象。“动车上的噪声小，不需要像在普通列车上这样大声喊，吆喝声也变得更加温柔好听了呢。”

(新华社 邵晓安 张逸之)

『我们的节日·欢乐宜宾年』系列活动启幕

本报讯(记者 漆世平)记者1月23日从四川省宜宾市委宣传部获悉，宜宾于1月25日-28日举办“我们的节日·欢乐宜宾年”系列活动，以此增强民族自豪感和凝聚力，树立中国传统节日文化品牌。

据了解，此次系列活动以“我们的节日·欢乐宜宾年”为主题，包括“迎新春·买年货”迎春购物月活动、“迎春节·请春酒·看春晚”礼敬先进劳模活动、“高兴之县·火锅嗨宜宾”高县土火锅坝坝宴活动、宜宾广播电视台叙州区2019春节联欢晚会等内容，既有浓厚的民俗文化氛围，又体现了强烈的时代性、融合性。

其中，“迎新春·买年货”迎春购物月活动，活动现场搭建60余个展位，按照“政府搭台，企业自主”的原则，由翠屏区商务局牵头，各行业主管部门推荐的方式组织辖区内名优特新产品、农副产品等年货热销商品参展，结合精准扶贫、乡村振兴、省级电商示范县等工作，现场设置精准扶贫、竹产业、产业电商展示展销专区以及房车体验等情景体验专区。