



千厮门大桥及洪崖洞景区游人如织。重庆日报记者 龙帆 摄

# 全国商圈之首！ 解读重庆五一假日消费“井喷”背后的数字密码

超400场消费促进活动、观音桥商圈日均人流量超90万人次、重庆餐饮和文旅市场迎来今年首个“井喷期”……

来自重庆市商务委的监测数据显示，“五一”期间，全市重点零售和餐饮企业销售额同比增长20.1%，较2019年同期增长9.4%。与此同时，重庆也成为了全国游客最受欢迎的消费目的地，节日期间，解放碑商圈夜间消费居全国各商圈之首，甚至霸屏。取得如此不俗的成绩，重庆是怎么做到的？

□ 上游新闻记者 徐菊

## 打好“组合拳” 释放节日消费活力

去年12月中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》，把扩大内需放到了战略高度，为促进消费、加快消费提质升级定下了方向。

今年被商务部定位消费提振年，商务部联合有关部门，调动各地方、行业协会、企业组织开展系列促消费活动，营造“全年乐享 全民受惠”的浓厚消费氛围。

今年，重庆全市上下把恢复和扩大消费摆在优先位置，积极助推消费提质扩容和国际消费中心城市培育建设，开展各类消费促进活动，进一步增强消费信心和活力。

节日期间，重庆各区县商务部门、商圈、特色商业街区、购物中心等商业体也通过各种消费促进举

措，集聚优质资源、提质消费供给、激发消费活力。

记者从重庆市商务委了解到，仅五一节日期间，各区县、商业综合体、街区、品牌商家、银行，推出超100场时尚主题活动和超300场特色消费促进活动，各种促销、送券、折扣、补贴等“组合拳”，让重庆消费市场开启“闹热”模式，吸引了全国各地游客前来打卡消费。

据了解，根据“五一”市场消费特点，重庆市商务委还提前周密部署，全力做好生活必需品的供应保障工作，确保全市生活必需品市场供应不脱销、不断档。

加强产销衔接，指导商贸企业积极拓宽货源渠道，扩大适销对路商品采购，丰富商品种类，提升市场供应能力，保障节日期间的消费需求。

## 大秀乐购活动 各商圈开启消费“霸屏”模式

来自重庆市商务委的数据显示，节日期间，渝中区联动中国银联以及30余家企业共同开展“FUN肆春日 乐购渝中”2023“赏新渝中”暖春消费季，通过云闪付平台向市民发放暖春惠民消费券，拉动节日消费，解放碑商圈日均人流量达72.4万人次，同比增长19%；解放碑商圈夜间消费规模占比较去年同期增长约158%，深夜时段消费占比超过六成，居全国各商圈之首；龙湖时代天街商圈日均人流35万人次，同比增长15%。

两江新区开启商文旅体消费大联动，推出户外生活节、51欢乐购等活动，集中展现两江国际时尚消费聚集地独特魅力，统筹约2000万元促消费资金，让市民和消费者充分感受“国际两江”“时尚两江”“活力两江”的独特魅力。

江北区观音桥商圈启动第八届“淘宝造物节”主题展，作为年轻人的创造力盛会、潮流消

费的风向标首重重庆，日均人流量达到历史最高峰值超90万人次。

九龙坡区推出“潮玩九龙，乐享五一”消费季，面向市民、游客发放海量钜惠福利，全方位覆盖吃住行、游购娱，重点企业零售额同比增长12.5%。

据了解，“五一”期间，各大商圈抓住“五一”消费热点，策划多场次多主题活动，带旺假日人气。

国泰广场举办HARMAY游园会，重百大楼开展“重庆城市印象·母城记忆纪实影像展”、鹅岭贰厂文创公园推出“人间乐园 黄林±N艺术展”、照母山商业中心开展湖光OKEY市集、汽博商业中心围绕亲子生活开展“i+城市爱意计划”、大石坝东原悦荟开启城市动漫文化节和为期五天的户外市集奇趣秀。

“五一”期间，主城八大商圈零售额同比增长4.4%，已恢复到2019年水平。

## 深挖潜力 餐饮文旅消费迎来“井喷”

节日期间，重庆餐饮和文旅市场迎来今年开春消费以来的首个“井喷期”，文旅餐饮出现强劲复苏。

五一期间，全市各餐饮企业通过线上团购、发放消费券等多种形式，推出了多种优惠套餐，开展餐饮促消费活动。

节日期间，全市堂食线上订座量较去年同期增长2倍以上。

重庆南山火锅小镇鲜龙井从节前开始加派人手，原材料储备比平时增加50%以上，假日第一天，门店客流量增长了45%。

节日期间，圣荷酒店、刘一手餐饮营业额分别同比增长69.1%、66.6%，全市重点餐饮企业餐饮收入基本恢复至2019年同期水平。

文旅活动，发布惠民信息，升级服务措施，人气爆棚。

比如，礼嘉商业中心开展国际露营生活节，推出城市沐光空间、国际露营咖啡节、年轻集市等主题活动。

洪崖洞外墙亮灯时间延后半小时，给游客带来更好的视觉体验。红岩村、白公馆、渣滓洞等景区举行诗朗诵、情景剧等，演绎红色故事。

南川金佛山景区开展赏花游园活动，观看大型汉服巡游，欣赏国风舞蹈演艺，体验手绘国纸风筝等互动游戏。

酉阳龚滩古镇举办艺术龚滩·民谣风情节，现场有超大异形风筝供游客涂鸦放飞，精彩的民谣轮番上演。

“五一”期间，綦江区、黔江区、忠县、万州区农家乐营业额同比分别同比增长43.9%、40%、25.2%、25%。



“五一”假期，众多外地游客和市民来到解放碑步行街赏景玩耍，拍照打卡，品尝重庆美食。重庆日报见习记者 尹诗语



商圈内外夏夜经济活力满满。（重庆日报资料图）



5月2日，江北区观音桥步行街人流如织。重庆日报记者 刘旖旎 摄

## 放心消费 如何让人放心

近段时间，酒店民宿行业相关话题之所以在舆论场引起轩然大波，除了“吃相难看”、不得人心外，更重要的是，这类“刺客”行为，将当下消费者普遍担心的，影响消费信心的诸多乱象和问题直接“晾晒”出来。

人们常说，信心比黄金更重要。大家希望看到的，是一个让消费者无后顾之忧，敢消费、愿消费的消费环境，如此才能最大程度降低消费者的消费风险，大幅提升消费预期和信心。

这其实也是这段时间淄博能“客流”“口碑”双丰收的重要原因之一。

此前，中消协发布了2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查报告。调查显示，卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定及承诺不予兑现等都被消费者列为容易影响消费信心的关键问题。

但没有“放心”，何来信心？从这个角度看，打造放心消费环境，就如同打造优质营商环境一样重要：营商环境好了，才会有企业源源不断“来栖”；而消费环境好了，消费者方能更放心、更舒心。

### 消费乱象让消费者糟心

近年来，价格“刺客”、大数据“杀熟”、直播消费陷阱、诱导消费……消费乱象频出，让消费者糟心，给消费者添堵。

价格“刺客”。自“雪糕刺客”冲上热搜后，各式各样的“刺客”接踵而至，“月饼刺客”“文具刺客”“水果刺客”“理发刺客”，再到近期的“酒店刺客”……大有“你方唱罢我登场”的势头。

此前，江苏南京有一位网友发起“100元能在超市买到什么水果”的视频挑战，结果发现，枇杷98元，青提118元，梨子125元……100元在超市根本买不了多少水果。各式各样的消费“套路”，不仅“刺”中消费者的钱包，更是直接在消费者的心坎上“补刀”。

大数据“杀熟”。有调查显示，超六成受访者表示有被大数据“杀熟”的经历。大数据“杀熟”的情况也分很多种，有的是大数据通过每个用户各自的消费习惯、消费历史、消费水平等实现精准“杀熟”，还有的通过锁定消费者地理位置进行区域“杀熟”等等。

此前，知名作家王小山炮轰飞猪旅行App利用大数据杀熟一事引发了“口水战”。同一张机票，在别家订的时候仅1300元，返回飞猪却变成了2322元。有网友调侃：“只有懂你才能更狠地‘宰’你。”

直播消费陷阱。近年来，直播经济越来越火，直播消费成为当前消费的新业态和新风口。不过，新业态同样也潜藏着新“陷阱”。

前不久，有关机构联合发布了《直播带货消费维权舆情分析报告》，报告分析显示：过去一年，直播带货消费维权主要存在产品质量、虚假宣传、不文明带货、价格误导、发货、退换货、销售违禁商品以及诱导场外交易等八个方面的问题，而产品质量是最主要问题，占比近五成。

### 打造放心消费环境

面对“五一”——春节假期后的又一个消费热潮，花大力气打造放心消费环境，让消费者敢消费、愿消费，成为各个消费场景吸引“客流量”、守住“烟火气”的重要举措。

4月18日，重庆召开了一场“放心消费创建”专题视频会议，动员全市上下深入开展放心消费创建；随后，为维护市场秩序，规范酒店宾馆和餐饮行业价格行为，部分区县市场监管部门发布了《关于规范“五一”节日期间市场价格行为的提醒告诫书》；4月26日，重庆市市场监管局又组织召开“五一”节前旅游市场提醒告诫会。这一系列举措，打响了重庆打造放心消费环境、吸引消费者近悦远来的“主动战”。

营造放心消费环境，绝非一日之功。而要经得起“回头看”，既需久久为功，也需要多方多维度共同发力。

这需要在管理上要加强顶层设计和科学规划，特别是要打破“一管就死、一放就乱”的窘境。一方面要让监管执法的“达摩克利斯之剑”时时高悬，释放“零容忍”信号；另一方面，也要转变管理理念，在管理中彰显服务的“柔性”力量。

此前，“嘴比刀硬”的张小泉因“拍蒜断刀门”遭遇“滑铁卢”，“脚踩酸菜”引发整个行业的信任危机，这些负面案例实则都与经营者自身有很大关系。

无数“血淋淋”的事实告诉我们，在消费活动中，广大经营者要权衡好眼前利益和长远利益，莫因短视导致“一颗老鼠屎坏了一锅汤”。这就要求经营者要始终坚守初心，牢固树立“质量第一”“服务为本”“信誉为重”的理念。

广大消费者要以监督倒逼消费环境改善，大胆维护自身合法权益；在树立维权意识的同时，要学法、知法、懂法、用法，不断了解维权渠道，掌握维权方法，改变维权难、维权成本高的“弱势”局面。

放心消费，是一个常谈常新的课题。百姓过节，“干部过关”，这个“五一”假期，各地放心消费创建的成效如何，市民及游客的体验感如何，很大程度上就是对这座城市综合管理能力的考验，也是对领导干部责任感和能力的检验。

面对消费领域不断出现的新问题，各地相关部门既要“守土尽责”，打好“制度补丁”，更要创新思维，不断推动管理理念、机制和方法的迭代升级、与时俱进，推动“放心消费”品牌提质保新。

消费环境就是营商环境。要创造环境让老百姓敢于消费、乐于消费、放心消费，服务有保证，维权有保障，法律无盲区，消费上去了，内循环加速了，经济发展自然就会快起来！据重庆瞭望