达州晚报
消费
潮流风向标
09
星期四
2025年3月27日
13508257150
□主编：洪 叶
□编辑：杨惠赛
□美编：刘像杉

升级商品消费 扩大服务消费 培育新型消费 创新消费场景

今年扩消费怎么干？商务部这场发布会划重点

更好地发挥以旧换新政策效能、促进外贸优品消费、扩大入境消费……记者从商务部25日举行的专题新闻发布会上获悉，商务部将围绕扩消费开展四方面工作。

——升级商品消费，稳住消费大盘。

商务部消费促进司司长李刚说，将在去年政策基础上，扩大消费品以旧换新补贴范围、加大补贴力度、优化服务措施，更好发挥政策效能。还将加快推进内外贸一体化，促进外贸优品消费；顺应消费发展趋势，培育国货“潮品”消费增长点；开展汽车流通消费改革试点，扩大汽车后市场消费。

据介绍，截至3月24日，今年全国汽车以旧换新申请量合计超过150万份，消费者购买12大类家电以旧换新产品超过2800万台，4500多万名消费者申请了5600多万件手机等数码产品的购新补贴，电动自行车以旧换新已经超过220万辆。

今年年初，商务部等8部门发布《关于开展汽车流通消费改革试点工作的通知》。李刚说，目前商务部正指导各地商务主管部门会同相关部门有序开展试点申报工作，加紧编制试点工作方案。后续将按照“成熟一批、启动一批”的原则，分批研究确定试点城市名单。

——扩大服务消费，挖掘消费增量。

李刚说，将实施服务消费提质惠民行动，围绕餐饮、家政、养老、文旅、体育等服务消费重点领域，组织开展“服务消费季”“中华美食荟”等系列消费促进活动。

针对高品质服务供给不足和群众关心的服务质量的问题，商务部服贸司副司长王波介绍，一方面，推进服务业扩大开放综合试点示范，推动互联网、文化等领域有序开放，扩大电信、医疗、教育等领域开放试点。另一方面，从放宽准入、减少限制、优化监管等方面入手，扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给。开展生活服务招聘季活动，实施家政服务员技能升级行动。

——培育新型消费，增强消费动能。

李刚说，将积极推进首发经济，培育一批有影响力的首发平台载体；发展数字消费，通过完善发展环境、深化数字消费提升行动、培育品质电商等举措，释放数字消费潜力；培育“人工智能+消费”，促进人工智能消费终端进千家万户、人工智能商业终端进千商万店；促进“IP+消费”，畅通IP授权、商品开发、营销推广全链条；发展绿色、健康等新型消费。

数字消费是新型消费的重要组成部分。商务部电子商务司副司长王鹏飞说，将加强数字消费相关政策研究，深化专项提升行动，聚焦数字产品和服务、内容和渠道等方面，指导各地推出务实举措。

——创新消费场景，激发消费活力。

围绕促进消费场景创新和需求潜力释放，李刚重点介绍了两项工作。一是开展“购在中国”系列活动，将聚焦绿色、智能、健康、文旅等消费新增长点，组织开展系列活动。二是提升离境退税政策效能，会同相关部门出台针对性的政策措施，增加退税商店数量，优化退税服务，便利境外旅客在华购物，扩大入境消费。

商务部流通发展司一级巡视员张祥说，在城市，将实施城市商业提质行动，以“百街千圈”为目标，构建以示范步行街（商圈）为引领，特色商业街区为支撑，一刻钟便民生活圈为基础的城市商业格局。在农村，将持续健全以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业网络。

□新华社记者 **谢希瑶**

多地撤店！客流暴跌！

杭州网友：“俄罗斯商品馆”突然不火了？

去年年底，以蓝色招牌为标志的“俄罗斯商品馆”在全国遍地开花。但是，不少消费者发现，此类门店打着俄罗斯的名头，销售的不少商品却产自黑龙江等地。对此，以杭州为例，潮新闻第一时间展开调查，发现不少问题。今年1月初，多家“俄罗斯商品馆”被立案调查，还引发俄罗斯驻华大使馆回应。时隔多月，这些店的热度是否退去？又或者已转变业态？潮新闻记者再次走访。

不少开在商场中庭的“俄罗斯商品馆”已撤店

“上个月还逛过的俄罗斯商品馆，怎么突然间就没了？”住在杭州上城区的曹女士说，她家附近的国芳天街商场一楼中庭原本开着一家“俄趣哆”俄罗斯商品馆，最近突然撤店了。

“当时逛的时候就没啥人，里面只有一个店员，俄罗斯商品馆生意是不是不行了？”曹女士感叹。

3月25日一早，记者来到现场，只见原本开设俄罗斯商品馆的位置被围挡围了起来。

商场工作人员说，这家店不是长期性的店铺，只在“年货节”期间开设，开了一个多月的时间，2月底撤铺了。

无独有偶，杭州的韩女士也注意到，不少“俄罗斯商品馆”都关门了，比如上城区西子丁兰广场的“俄罗斯商品馆”就不见了。

商场工作人员说，这家店铺一两个月前就撤店了，至于原因，他们也不清楚。

“我是11月底路过看到的，开在商场一楼中庭的位置，当时门口还摆着‘开业大吉’的花束，不过店里顾客并不多，最近再路过时就没有了。”韩女士告诉记者，自己经常来这家商场，但没在“俄罗斯商品馆”里买过东西。

“说是俄罗斯商品，很多都是国产的，价格还不便宜，纯粹是‘智商税’，我身边的朋友大多也不会买。”她说。

运营中的门店生意下滑 促销成标配

还在运营中的“俄罗斯商品馆”生意如何呢？

3月25日上午，记者来到位于杭州新天地购物中心的一家“俄罗斯商品馆”。

记者看到，这家门店的招牌做了修改，原来的“俄罗斯国家馆”已改为现在的“商品馆”，鲜明的“俄罗斯优选进口食品”的标语已改为“优选进口食品”。

店里，数名店员正在整理摆放货物，但顾客只有一两名。一些临期打折商品和促销商品摆放在入口处的显眼位置。

店员介绍，最近还有“59元代100元”的优惠活动。

店员说，今天是工作日，顾客比较少。“现在的生意确实没有年前好了。”

随后，记者又来到位于武林路的“俄罗斯商品馆”。店里只有若干名店员，但没有一名顾客。

店员也说，现在生意比较一般，晚上人会稍微多一点。

同样，这家店也有部分商品在做促销活动，比如一款俄式提拉米苏蛋糕旁放置了一个小插卡，注明着“特价”“第二件1元”。

有门店客流量减少一半 专家呼吁长久经营要靠品质

记者以有意投资加盟的身份咨询了杭州一家“俄罗斯商品馆”的店长。

这位店长坦言，现在店里生意很一般，对比高峰期时，客流量减少了一半以上，现在日客流量只有200人左右。

“刚开业的时候，我们店半个月业绩做了100万元，现在口碑不行了，压的货又多，只能降价亏本销售，现在日均营业额只有5000到8000元。”

记者又表明身份采访了一家同样位于杭州的“俄罗斯商品馆”。店长告诉记者，现在客流量减少了大约30%，生意受影响的原因是多方面的。“我们去年8月开业，是杭州第一家‘俄罗斯商品馆’，而现在杭州已有七八家这类门店，导致生意分流。”

“另外，前段时间有很多不正规的俄罗斯商品展销会，里面卖的可能有假冒伪劣产品，影响了消费者对俄罗斯商品的整体口碑。”店长说，去年年底关于“俄罗斯商品馆卖的不是俄货”的讨论也给他们带来一些负面影响。

“店还是会开下去的，后续我们会注意更规范化运营，比如将商品分区摆放，标注出哪些是俄货，哪些非俄货，也会让店员提醒顾客注意看中文标签。”

新零售行业观察人士鲍跃忠认为，目前俄罗斯商品赛道鱼龙混淆，真假难辨，会削弱消费者对其信任度。

中国食品产业分析师朱丹蓬则告诉记者，去年是“俄罗斯商品馆”的高光时刻，但随着“挂羊头卖狗肉”、以次充好等问题频出，不少“俄罗斯商品馆”也随之跌落谷底。“要长久经营下去，最终还是要落到品质上。”

□潮新闻记者 **金檬**

了解更多达州本土资讯，请扫描二维码，关注达州融媒APP。

达州融媒