

本期搜索

东方甄选营收增长 净利润下滑

东方甄选近日披露的2024财年中期业绩公告显示，公司的总营收27.95亿元，同比增长34.4%；净利润2.49亿元，同比下滑57.4%。面对“增收不增利”的窘境，东方甄选称主要由于公司的业务大幅增长，导致自营产品的存货成本及运输成本增加所致。



04

增速低于预期 特斯拉押宝新车型

特斯拉近日发布最新业绩数据，其2023年第四季度总收入为251.67亿美元，同比增长3%；净利润为79.28亿美元，同比增长115%；第四季度毛利率为17.6%，与去年第三季度的17.9%相比下降0.3%。特斯拉表示，2024年的发展重心将放在下一代汽车、能源存储、自动驾驶等项目上。

05

核心产品销售火热 中医药出海步伐加快

数据显示，目前中医药已传播至196个国家和地区，政府间签署中医药合作协议50个，中医药内容纳入16个自由贸易协定，建设中医药海外中心30个、中医药国际合作基地75个、中医药服务出口基地31个。值得关注的是，2024年，中药企业的目光纷纷投向“出海”。



06

产业投资创新高 云南经济持续恢复向好

云南省统计局近日发布的数据显示，2023年全省地区生产总值30021亿元，比上年增长4.4%。值得一提的是，云南省大抓产业发展、大抓项目投资、大抓招商引资，产业投资快速增长、占比过半，成为拉动投资第一动力。

07



新闻热线
(010) 8312 8892
6304 8287
虚假新闻举报电话
(010) 8312 8891

新春走基层 | 东莞“百千万工程”建设跑出加速度

漫步在村中小径，看村前碧塘水清如镜，与周边农房的风貌墙绘共同形成一道美丽的风景线；出门见绿，推窗见景，口袋公园小而美，黄发垂髫尽情享受家门口的“微幸福”……从“城中村”到“城中景”的华丽转身，“百千万工程”建设切实增强了广东东莞市百姓的幸福感和获得感。（详见2版）

金融监管总局部署做好“五篇大文章”

1月25日，国新办举行新闻发布会介绍金融服务经济社会高质量发展有关情况。会上，金融监管总局副局长肖远企表示，将全面加强金融监管，防范化解金融风险，全力守住不发生系统性风险底线，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”。（详见3版）



备年货 迎新年

春节临近，由天津市商业联合会主办的2024年货节火遍津城，围绕餐饮、商业街、中华老字号、实体零售、批发市场、电商、家电等七大数据，打造“年货+跨屏+流量”的消费新场景，前往购买年货的市民络绎不绝。本报记者 齐天宝/摄

本期观点

举办网上年货节 释放消费新活力

胡建兵

日前，商务部会同中央网信办、工信部、市场监管总局、国家邮政局和中国消费者协会共同指导举办的“2024全国网上年货节”拉开帷幕，活动将持续到2月17日。目前，各地正在积极组织电商平台、生产制造、快递物流企业，紧锣密鼓地举办配套活动。

“全国网上年货节”是新形势下释放消费活力、增添消费动力的利民惠民行动。自2021年多部门联合指导举办首届“全国网上年货节”以来，聚焦群众在过年期间吃、住、行、游、娱、购等方面需求，商务部等部门每年都会举办“全国网上年货节”，以满足人民群众的节日采购需求，进一步激发年货市场消费活力。

“网上年货节”是保供应、促消费、扩内需的一项重要举措。中央经济工作会议强调，要着力扩大国内需求，激发有潜能的消费，并提出“培育壮大新型消费”。本届“网上年货节”把各地、各电商平台和商家的线上促销活动“串珠成链”“集链成群”，以更多更具特色的消费活动迎接龙年新春。

“网上年货节”顺应消费升级趋势，积极培育新型消费，围绕数字消费，北京等地举办3C产品首发首秀、“科技年货节”等活动。围绕绿色消费，上海等地针对季节性需求，举办“超级假期”等活动。围绕绿色消费，各地引导电商企业加强“小份菜”供应，发布绿色包装倡议，倡导绿色环保的生活方式。围绕数商兴农专题，福建、新疆、甘肃开展“八闽直播”“金桥线上购”“云品甘味”等活动，方便消费者云上逛大集、买年货。围绕数商兴贸专题，广西、河南举办“东盟电商主题周”“万国优品”等活动，让消费者在购置年货过程中有了更多商品种类选择。

“网上年货节”联动各地、协同各方，共同打造开放创新的消费促进新平台。同时，鼓励各地积极引入新业态、新模式、对活动进行造势、推介运营。为鼓励企业参加，各地纷纷为企业备货促销出实招，充分调动企业参与的积极性；通过政府发放优惠券、消费券等开展网络促销活动；参与平台企业也推出新品首发、以旧换新、满减、秒杀、直降等活动，加大投入，实打实让利，让消费者享受实惠。活动期间，相关部门将督促指导企业落实诚信经营要求，保障商品服务质量，兑现消费承诺，保护消费者合法权益不受侵害，同时严禁不公平竞争、销售假冒伪劣商品等违法行为，保障人民群众度过一个安全健康、欢乐祥和的春节。

将2024年定为消费促进年 多举措增强消费回升势头

“持续扩大”成今年消费市场关键词

本报记者 贺阳

2023年消费支出对经济增长贡献率达82.5%，实物商品网上零售额占社零比重增至27.6%，将2024年定为消费促进年……商务部部长王文涛在1月26日召开的“稳中求进、以进促稳，推动商务高质量发展取得新突破”新闻发布会上表示：“去年，我们围绕恢复和扩大消费举办了一系列活动，取得了显著成效。2024年，我们将紧扣中央经济工作会议‘持续扩大’这个关键词，增强消费市场回升势头。”

2023年：突出保稳提质增能

总结刚刚过去的2023年，王文涛认为，全年商务运行总体平稳，高质量发展迈出新步伐，并总结了三个“关键词”：保稳、提质、增能。

王文涛表示，第一个词是“保稳”。具体来看，在消费方面，社会消费品零售总额创历史新高，2023年最终消费支出对经济增长贡献率达82.5%。在外贸方面，货物进出口在高基数基础上以人民币计实现了正增长，出口国际市场份额稳定在14%左右。在双向投资方面，实际使用外资规模为历史第三高，对外非金融类直接投资以人民币计增长16.7%。

第二个词是“提质”。结构不断优化，发展的质量和含金量不断提升。“在消费方面，网上零售额增长11%，继续保持较快增速；服务零售额增长20%，展现出较大的增长潜力。在外贸方面，我国中间品进出口占比达61.1%，保持在历史高位；特别是民营企业进出口占比提升3.1个百分点，达53.5%，牢牢占据‘半壁江山’。在外资方面，高技术产业引资、制造业引资占比都有所提升。在对外投资方面，制造业、批发和零售业对外投资增速高于平均水平，绿色、数字、蓝色等领域对外投资合作不断扩大。”王文涛说。

谈及“增能”，王文涛表示，一些领域发

举办各类消费促进活动，营造浓厚消费氛围，为居民提供更多元、更丰富的消费体验；推动汽车、家电等以旧换新；办好“老字号嘉年华”和“老字号数字博物馆”……今年，商务部将紧扣中央经济工作会议“持续扩大”这个关键词，把2024年定为“消费促进年”，增强消费市场回升势头。

展新动能不断涌现，例如实物商品网上零售额占社零比重增至27.6%，创历史新高；绿色、健康、智能产品、国货“潮品”备受青睐，成为新的消费热点；汽车出口增长超过50%，跨境电商出口增长19.6%，都成为外贸增长的新引擎；新设外资企业数量增长39.7%，充分体现了外资分享中国市场机遇的热情。

2024年：促进消费持续扩大

去年，商务部围绕恢复和扩大消费举办了一系列活动。今年，商务部将紧扣中央经济工作会议“持续扩大”这个关键词，增强消费市场回升势头，并将2024年定为“消费促进年”。

据介绍，在办好“消费促进年”一系列活动方面，商务部将与相关部门和各方一道举办各类消费促进活动，营造浓厚消费氛围，为居民提供更多元、更丰富的消费体验。例如，商务部将突出节庆时令，结合传统节日、公休假日等消费旺季，组织举办网上年货节、数商兴农庆丰收、冰雪消费季等活动，目前正在举办的是网上年货节。

此外，商务部还将突出地方特色，指导和支持各地发掘自身优势，结合地方特色民俗，培育标志性活动品牌，像京津冀消费季、上海“五五购物节”、浙江“浙里来消费”、重庆“爱尚重庆”等。

重点：推进以旧换新等举措

谈到今年促消费的重点，王文涛表示，将推动汽车、家电等以旧换新。“我们作了一些统计，我国汽车和家电市场已从单纯的‘增量时代’进入‘增量和存量并重时代’。2023年，汽车保有量约3.4亿辆，冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台，一些家电使用了十多年、二十年，更新换代的需求和潜力很大。同时，我们也看到汽车、家电等消费品以旧换新是一个非常系统的工程，需要产供销、上下游、政企民、线上线下协同联动、综合施策。”王文涛说。

商务部将加强支持引导，以提高技术、能耗、排放等标准为牵引，推动打通以旧换新的难点堵点，稳定和扩大传统消费，更好地满足消费品换新、升级的需要，这一切都将在尊重消费者意愿的基础上推进。

在过去的2023年，消费市场掀起了一股国货热潮。实际上，商务部从2006年以来就部署开展了“中华老字号”认定工作，去年还完善了“有进有出”的动态管理机制，移出了一部分长期经营不善的品牌。

当下，优质的国货承载着民族精神和优秀传统文化，而“潮品”则代表时尚消费、品质消费的潮流。国货和“潮品”的“跨界”碰撞交融，已经激发出居民生活和消费的新热点。下一步，商务部将持续关注国货“潮品”消费，开展一系列相关工作。

“我们耳熟能详的很多国货品牌，顺应时尚化、定制化、个性化的消费需求，深受消费者特别是现代年轻人的喜爱。今年，我们还将办好‘老字号嘉年华’和‘老字号数字博物馆’，通过这些方式推动老字号保护传承和创新发展，为国货‘潮品’消费厚植文化和商业基础。”王文涛说。