

精准发力促消费 助力市场快复苏

张志超

为认真贯彻落实江苏省委省政府、南京市委市政府关于服务业纾困决策部署，加速疫情后服务业提质达效，跑出加速度，形成新优势，积极培育消费新热点和新增长点，推动经济发展与改善民生良性循环，充分发挥消费对经济循环的牵引带动作用，南京市以打造消费促进品牌活动——“南京国际消费节”为抓手，政府、平台、企业三方联动，打出精准发力的促消费“组合拳”。线上线下融合促销，真金白银助企惠民，实现“稳”有预期，“进”有动能，促进消费复苏回暖。

打造消费品牌政企联动同频共振

受新冠肺炎疫情影响，今年3月以来，消费市场活跃度和各相关指标下降幅度尤为明显。根据省、市部署要求，南京市把“南京国际消费节”作为商贸行业应对疫情、共克时艰的重要载体，政府、平台、企业三方联动同频共振，“为宁而来”“夜之金陵”春夏两季无缝衔接，推出300余场消费促进系列活动，促进消费市场稳定恢复。

一是顺应“IP+流量”思维，打造消费节庆品牌。南京国际消费节顺应消费理念、消费方式的升级趋势，整合全市文化、旅游和商业资源，打造“白天+黑夜”全时段、“线上+线下”全空间、“传统+时尚”全场景的品牌消费节。创新打造“南京消费发布”微信公众号、抖音号宣传矩阵，拓展用户达50万，得到央媒省媒、互联网平台、高流量自媒体持续关注。5月20日以来，“南京国际消费节”全网曝光量超24.3亿次，成为消费引流的“金字招牌”。

二是政企联动同频共振，线上线下融合促销。消费节期间，南京市聚焦商超、餐饮两大高频消费场景，用真金白银为商户引流、让百姓享惠。联合抖音、小红书等头部互联网平台和德基广场、中央商场等重点商贸企业，通过发放消费券、打折让利、抽奖等形式释放优惠达21.3亿元，进一步放大助力券促消费的“乘数效应”。在南京国际消费节的带动下，中央商场新街口店发放1亿元消费券；南京新百中心店联合“南京消费发布”微信公众号推出消费券、满减打折等优惠让利2亿元；苏宁易购打造超级门店日，发放家电消费券总价值1亿元；T3出行发放2000万出行券，鼓励市民出行消费。

三是多方精准发力，有效带动消费市场复苏回暖。2022南京国际消费节举办以来，全市消费市场呈现明显复苏态势，疫情前后开票额、客流量、销售额等数据呈现“V”形增长。5月20日—6月5日，重点商圈批零住餐行业合计开具发票26.66万份，金额12.03亿元，环比分别提高13.03%和7.70%。商圈客流量恢复至往年8成，南京市重点监测的155家商贸企业共实现销售（营业）额15.6亿元，已恢复至去年同期水平。

聚焦数字赋能激发市场主体活力

受今年疫情影响，原本已逐步复苏的批发零售、住宿、餐饮等服务行业再次受到较大冲击。这些行业里，中小微企业和个体工商户数量众多，抗风险能力普遍偏弱，受疫情影响境况堪忧。

经营主体青山常在，消费市场才能活力澎湃。今年4月，南京市商务局、南京市财政局联合发布《南京市关于支持批零住餐等服务行业纾困解难稳定发展的十条措施》，通过发放复市复业补贴、中小微商户主题帮扶等举措，全力支持相关行业提振信心、恢复发展，让城市“烟火气”加快回归。截至今年6月，南京市共发放三批复市复业补贴资金共计922.1万元，惠及全市批零住餐等服务行业经营主体2456家，帮助众多遭遇疫情重创的街巷小店及时“回血”，渡过难关。

千方百计激发市场主体活力，才能为促进消费蓄足源头活水。受疫情影响，零售、餐饮等线下消费业态经营压力较大，引流促销拓展线上经营，成为中小商户突围发展的重要路径。

南京国际消费节期间，南京市商务局联合重点互联网平台实施“三零行动”——零费率线上开店、零费率线上运营培训、指定时段零费率佣金，定向支持南京地区零售、餐饮行业中小商户，切实降低线上线下运营推广成本，通过纾困引流助力商家“乘风破浪”。

银联联合各商业银行与收单机构通过“三零行动”惠及南京地区商户 8.2 万户，为商户节省经营成本 4000 万元。“三零行动”开展以来，各家头部平台为南京地区商户共计减免费用超过 1.5 亿元。

数字赋能促消费，既要纾困减负助力“回血”，也要引流拓客持续“造血”。南京市商务局联合头部平台开展城市级合作，为全市商贸流通业注入精准营销资源，帮助商家精准定位目标客群，将网络流量转化为客户留量、产品销量、消费增量。“南京消费发布”联合抖音生活服务平台开启全国首场政务号本地生活直播，并组织商家专场直播、达人直播 150 多场，联动商户超 500 家、生活服务达人超 100 位，达成线上销售额超亿元。

焕新消费场景提升消费供给品质

随着消费需求日趋多元化、个性化，积极打造新业态、新模式、新场景，加快培育新型消费体系，才能为消费市场稳定增长提供持久动力。

发力首店经济，激发消费潜能。“首店经济”引领的新消费、新业态，既是吸引人气客流、释放消费潜力的“流量密码”，也是南京建设国际消费中心城市、提升城市商业魅力的重要支撑。2021 年，南京市出台《创建国际消费中心城市三年行动计划（2021—2023 年）》，明确提出“发力国际品牌、潮流首店”，大力引进商业品牌首店、旗舰店、概念店。南京市商务局、南京市财政局联合发文支持发展首店经济，对商业载体引入国内外知名零售、餐饮和住宿品牌，开设符合条件的首店、旗舰店、创新概念店给予政策支持。

2021 年，南京市共引进品牌首店 175 家，同比增幅超过 70%，高层级首店占比过半。今年以来，全市已引进首店 63 家，其中全球首店 1 家、中国首店 5 家、江苏首店 32 家。众多高层级、高品质首店接连落地，为南京“圈粉引流”屡上热搜，带动城市消费场景持续焕新，进一步提升城市商业的吸引力和辐射力。

融合多元业态，汇聚发展合力。南京市统筹国家文化和旅游消费示范城市、国家体育消费试点城市建设，积极推进文商旅创融合，培育“艺术 MALL”“商体融合”等消费生态，促进各类消费协同增长。“2022 南京国际消费节·夜之金陵”突出南京夏季消费特色，聚焦文商旅创融合，串联全市 18 个夜间经济街区，推出“夜长江”“夜秦淮”等近 200 场系列活动，用丰富多元的夜间消费新场景，解锁南京夜生活更多潮流新玩法。

培育新型消费，燃旺潮流烟火。南京国际消费节积极响应市民促消费“金点子”，支持年轻人的态度表达和新潮玩法，以五马渡为试点重新定义汽车后备箱文化，创新打造政企合作新典范。“2022 南京国际消费节·夜之金陵”举办后备箱文化市集全市巡回活动，落地新街口等全市重点商圈、街区，充分发挥市集流量带动效应，赋予城市低碳环保、新潮有趣的新型“烟火气”。

下一步，南京将进一步充实消费促进政策工具箱，完善多层级的商业载体布局，建设近悦远来、供给精良、功能完善的消费新空间；密集高效开展重点品牌节庆活动，激发消费新活力；大力推动文商旅创融合发展，打造知名度高的消费新场景；不断提升消费供给品质，培育多维度、多元化的消费新动能；加速激发市场活力，增强城市应对危机的韧性，为疫后经济复苏作出重要贡献。