

主持全國政協雙周協商座談會 強調增強國家意識和愛國精神 王滬寧：助力港澳青年更好融入國家發展大局



▲8月25日，十四屆全國政協第九次雙周協商座談會在北京召開，中共中央政治局常委、全國政協主席王滬寧主持會議。
人民政協報

【大公報訊】據人民政協報報道：十四屆全國政協第九次雙周協商座談會25日在京召開，中共中央政治局常委、全國政協主席王滬寧主持會議。他表示，中共十八大以來，以習近平同志為核心的中共中央高度重視港澳工作，習近平總書記對「一國兩制」和港澳工作提出一系列原創性的新理念新思想新戰略，標誌着中國共產黨對「一國兩制」實踐規律的認識和把握達到新高度。要發揮人民政協優勢，助力港澳青年更好融入國家發展大局。

抓住歷史機遇 更好報效國家

王滬寧表示，要深入學習領會習近平總書記關於港澳工作的重要論述，確保履職正確方

向，增強建言獻策的針對性和思想引領的實效性。要加強思想政治引領，與時俱進搭建新的平台載體，完善工作機制，引導港澳青少年深刻認識國家發展成就、大政方針，增強國家意識和愛國精神。要深入開展調查研究，積極議政建言，助力港澳青年抓住歷史機遇，更好報效國家、服務港澳、實現個人發展。要立足實際和本職崗位，為港澳青年成長成才提供更有實效性、更具精準化的服務和幫助。

全國政協委員劉賜貴、屠海鳴、何超瓊、張宗真、林克慶、譚錦球、吳志良、徐西鵬、張佐姣、李文俊、孫煜發言。大家認為，要強化規劃引導和統籌協調，突出效果導向，促進港澳青年融入國家發展大局各項政策落實落

地。要立足港澳青年需求組織開展與內地交流交往，多做思想引領、凝聚共識工作，引導港澳青年深入了解祖國的歷史文化和現實國情，厚植家國情懷，增進國家歸屬感。要發揮粵港澳大灣區帶動作用，搭建港澳青年融入國家發展大局的橋樑，為港澳青年在內地就業創業提供便利。要發揮社團積極作用，支持內地高校招收培養港澳學生，不斷壯大愛國愛港愛澳力量。

全國政協副主席胡春華、周強、何厚鐸、蘇輝、陳武、咸輝、王東峰出席會議。中央港澳工作辦公室負責同志介紹有關情況，教育部、人力資源社會保障部、共青團中央負責同志參與協商交流。

內地民眾疫後消費觀改變 追求高品質

年輕人把錢用在刀刃上 餐飲旅業受惠



疫情改變了內地民眾的消費觀念，一些行業更是迎來「報復式消費」現象。以旅遊、電影、餐飲食品等為代表的文娛類消費快速恢復，新能源汽車、醫療保健等消費加速崛起。分析稱，疫後「報復式消費」已在不少體驗式、沉浸式消費行業集中顯現。有業內人士表示，如今的年輕人更熱衷把錢花在刀刃上，非必需品開銷銳減，更加追求高品質生活。目前來看，在需求逐步企穩、消費場景不斷豐富、宏觀政策加大扶持力度背景下，消費升級仍是重要趨勢。

大公報記者 倪巍晨、盧冶報道

今年以來，各地旅遊景點、電影院、酒店食肆丁財兩旺。官方數據顯示，7月，全國餐飲收入4277億元（人民幣，下同），同比增長15.8%；電影票房收入87.2億元，同比增長約1.5倍，錄歷史同期新高。大宗可選消費品中，新能源汽車銷售表現搶眼，首七月新能源汽車銷量同比增長41.7%，佔新車銷量比重的29%。

植信投資研究院高級研究員羅奕劼觀察到，「今年暑期僅用半個月，出遊人次已超2019年同期水平。無獨有偶，今年暑期檔總票房（含預售）已超200億元，成為中國影史票房最快升穿百億元的暑期檔。」在需求企穩回升、消費場景進一步增多、促消費政策不斷加碼環境中，後續消費料延續較快增勢。

一個人的盛宴「預製菜」崛起

對比疫情前後，消費者的消費習慣和理念也悄然變化。疫情前，上海市民林先生通常在「肯德基」解決早餐，「晚餐基本叫個外賣，或去便利店買份盒飯」。現在，由於更注重餐品的營養均衡，預製菜成為林先生的新寵，「第一次吃預製菜還是去年4月疫情防控期間，當時在網上搶購了一些，發現味道不錯、價格也算實惠。」

「我一個人住，基本一菜一湯就能解決，醃篤鮮、牛筋牛腩煲、糟溜魚片扣肘子，想吃的都能找到價格合適的預製菜。」在林先生看來，預製菜為他打開了一扇通往美食世界的新大門，「無需繁瑣步驟，只要簡單加熱就能出餐」。截至去年末，內地已擁有7.6萬家預製菜企業，較2021年新增3470家。業內預測，到2026年預製菜市場規模有望超過萬億元，達到10083.5億元。

嚮往自駕出遊 電動車大賣

在各大消費市場中，作為大件商品的新能源汽車，也成為一大消費目標。再疊加中央、各地政府推出的優



▲大批購車者在長春汽博會上試駕。
大公報記者盧冶攝

▼2023呼和浩特音樂節開幕，吸引市民遊客前來觀看遊玩。
新華社



惠政策，新能源汽車的銷量不斷上漲。比亞迪石家莊乾恒店總經理郝林顯表示：「目前新能源汽車銷售走勢較好，整體處於上升狀態，我們店裏每個月銷量增幅在10%以上。」

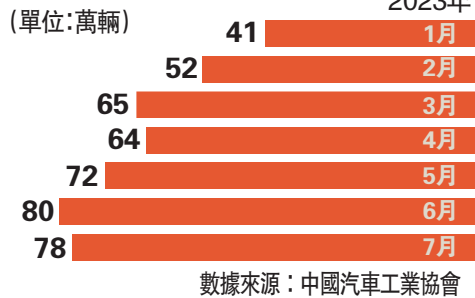
「新能源汽車銷售看似是『報復式消費』，實則是在滿足自己的剛需『最優解』。」長春金達州集團紅旗銷售負責人劉丹表示，「如今的年輕人更熱衷把錢花在『刀刃上』。汽車是改善生活的剛需產品，新能源汽車的使用成本更低，且購車優惠更多，用更少的錢解決更實際的事。」

「買車是我在疫情後最大的一次報復性消費。看着身邊很多人都在自駕出行，就想着自己也買個車帶家人出去耍一耍。」消費者宋飛白今年新購入一台新能源汽車，準備周末的時候帶着家人，去周邊城市自駕遊體驗生活。

海通證券首席經濟學家荀玉根團隊的研報認為，對消費降級的擔憂更多或只是表達悲觀情緒的一種方式，並不代表消費降級存在。當前中國人均GDP已站穩1萬美元大關，參考發達國家經驗，中國消費升級速度有望進一步加快，「隨着人均GDP的逐步提升，消費升級仍是重要趨勢」。

羅奕劼明言，三季度開始已進入傳統的「消費旺季」，在需求逐步企穩、服務業運行持續向好、消費場景不斷豐富，以及政策有效扶持下後續就業形勢的改善，均將對消費構成提振，「今年全年消費有望增長約10%」。

新能源汽車銷量增長



演出市場持續升溫

●大型演唱會、戶外音樂節、話劇……「凡開票必秒光」成了一些口碑劇目的常態。數據顯示，今年暑期檔（6月1日-8月20日）演出市場票房為33.21億元（人民幣，下同）。其中，音樂類佔比93.2%，共30.96億元，音樂類中以演唱會為主，共計26.43億元。

旅遊市場迎來高峰

●根據中國旅遊研究院預測，這個暑期是過去五年來旅遊市場最火熱的暑期，預計6、7、8三個月國內旅遊人數達18.54億人次，佔全年國內旅遊出遊人數的28.11%；實現國內旅遊收入1.2萬億元，約佔全年國內旅遊收入的27.46%。

消費回暖三大亮點

電影市場穩步復甦

●截至8月26日，2023年暑期檔總票房已突破200億元，並首次在一個暑期檔內出現兩部票房超過30億元的電影。業內人士預測，今年暑期檔電影票房有望突破200億元。

資料來源：新華社

暑期檔「爆款」電影頻現，觀眾在上海新天地UME國際影城觀影。



◀今年暑期旅遊市場加速回暖，消費場景更加多元。圖為遊客在南京夫子廟景區參觀遊玩。
新華社



應慳則慳 嚮往簡約新時尚

精打細算

疫後內地居民消費結構出現變化，文娛休閒消費加速反彈的同時，服飾穿搭、智能手機等領域的支出隨之相應減少。對比2019年同期，今年上半年食品煙酒等支出佔比最多，達2.1%，服裝消費減少最多，佔比下降1.1%。有消費者直言，大部分資金用於旅遊、餐飲或其他服務，精緻生活方面的花銷「能減則減」。

「相比買衣服，我更願意把錢花在體檢、旅遊、美食這些項目上，三年疫情改變了很多，現在覺得好的身體和放鬆的心態更重要。」在吉林長春生活的90後醬醬表示，「服飾除了換季，幾乎是零花費，如果必須買也會選擇有折扣



▲人們在江蘇連雲港在海一方公園享受「夜生活」。
新華社

或是直播間的快消品。」上海市民陳先生亦表示，疫情前經常會定製襯衫或西服，但現在購買外買尾單襯衫價格可能只要幾十元，質量、款式不落上乘，省下來的錢就可以成為旅遊、吃喝的增量資金。有服裝從業者無奈表示：「服裝銷量在減少，但均價實則在上漲，市場競爭很大。」

此外，作為必選消費品的手機，今

年也境況「慘淡」。部分消費者開始踐行「只要能換就不換新機」的消費態度，有的則嘗試購買電商平台的二手設備。數據顯示，上半年內地市場手機出貨量合計1.3億部，同比下降4.8%；上半年中國智能手機的出貨量是近十年來的最低值。

大公報記者倪巍晨、盧冶

2023年內地居民消費結構改變

