

斗门区积极探索完善扩大消费长效机制

## 焕新消费场景 激发消费潜能



黄杨河两岸美丽景观。

“

“9月至12月期间组织开展2024年珠海市第二期汽车置换更新、家电‘以旧换新’两场消费活动,让希望购置新车、添置家电的消费者切实享受福利……”上述信息近日刷屏微圈,为珠海消费市场带来了新动能。

消费是拉动经济增长的重要引擎。党的二十届三中全会提出,完善扩大消费长效机制。

在大潮涌动的磨刀门水道以西,如何完善扩大消费长效机制,让消费市场像大江大河一样涌动不竭活力?斗门区正在进行积极探索和布局。

白藤头水产批发市场消费持续走旺,成为港澳游客内地短途休闲旅游的首选地之一,是通过进一步全面深化改革实现的。深化改革成就精细化管理,带来文明诚信经营;

8月23日至31日,2024年珠海青岛啤酒嘉年华激情上演,以一种“夜经济+”新业态,为不断完善扩大消费长效机制探索路径;

8月30日,珠海斗门招商花园城开业首日客流即超过10万人次。商业项目踩准提质舞步,消费体验从以物质型消费为主向以服务型消费为主升级,市场潜力得到进一步释放;

不止如此。在斗门区每一个消费市场、每一项消费活动、每一次消费体验中,文化元素参与其中,文化消费更具持久力,成为斗门区完善扩大消费长效机制的一个重要抓手。

采写:本报记者 张帆  
摄影:本报记者 梁冠贤

## 深化改革让水产消费持续走旺

在白藤头水产批发市场周边,众多酒楼餐厅:鸿福星酒楼、顺风肥佬大排档、富利港酒楼、富利港海鲜酒楼、湖心美食城、聚福美食城……在这些酒楼餐厅的显眼处,分别写着“欢迎来料加工、海鲜加工老字号、专业海鲜加工、白藤头首创老字号专业海鲜加工”等内容。尽管文字不同,却指向一个共同的意思:海鲜加工。

海鲜加工的含义,浅显易懂。就是顾客自己在白藤头水产批发市场买好各类海鲜,然后到周边的酒楼餐厅加工即可,只收取部分加工费用。甚至不用走出市场,坐电梯直达市场上面的酒楼加工海鲜。

市场买海鲜,酒楼去加工,这种消费方式,近日得到了央视《消费主张》栏目的肯定。《消费主张》是央视《生活》栏目改版后的财经频道全新推出的消费节目,以体验性、调查

性、故事性为三大特点。

《消费主张》的这一期节目,第一站直奔白藤头水产批发市场。

“在这个区域,咱们楼下是市场,楼上就是餐厅,想吃什么、吃点什么、怎么做,全靠你自己说了算。”《消费主张》的节目中,展示了开渔后的市场里满是各种鲜活的海鲜,也迎来了澳门、香港以及内地的老饕。节目展示椒盐皮皮虾、姜葱炒梭子蟹、蒜蓉沙虾、海桂虾、炸两吃、砂锅鲍鱼、盐焗重壳蟹、蟹焖鸡、水蟹老火粥、黄油蟹等海鲜的做法,还着重介绍了白蕉海鲈的美味吃法……烟火至味的画面让人垂涎欲滴。此外,节目还介绍了其他各类海鲜,如3月和8月才有的白甲鱼、蛇更、红奶,以及海螺、飞贝、狗爪螺、将军帽等贝类,以及膏蟹(硬膏)、肉蟹、奄仔蟹(软膏)等青蟹类。

性、故事性为三大特点。《消费主张》的这一期节目,第一站直奔白藤头水产批发市场。在这个区域,咱们楼下是市场,楼上就是餐厅,想吃什么、吃点什么、怎么做,全靠你自己说了算。《消费主张》的节目中,展示了开渔后的市场里满是各种鲜活的海鲜,也迎来了澳门、香港以及内地的老饕。节目展示椒盐皮皮虾、姜葱炒梭子蟹、蒜蓉沙虾、海桂虾、炸两吃、砂锅鲍鱼、盐焗重壳蟹、蟹焖鸡、水蟹老火粥、黄油蟹等海鲜的做法,还着重介绍了白蕉海鲈的美味吃法……烟火至味的画面让人垂涎欲滴。此外,节目还介绍了其他各类海鲜,如3月和8月才有的白甲鱼、蛇更、红奶,以及海螺、飞贝、狗爪螺、将军帽等贝类,以及膏蟹(硬膏)、肉蟹、奄仔蟹(软膏)等青蟹类。

海鲜加工这种消费方式,此前已经在白藤头水产批发市场存在。但由于各方面原因,一直没有推广开来。

“2019年,是市场的改革之年。”白藤头水产批发市场管理有限公司总经理林伟坤介绍说,这一年8月,市场率先完成统一秤具改革,“鬼秤”和缺斤少两没有了;同年10月“水泥袋”退出,取而代之的是统一定制的轻薄透明塑料袋,厚度仅有0.03毫米。

此外,首创线上导购维权一体化平台,推出市场微信公众号和抖音视频号,直接受理线上投诉;对短斤缺两或以次充好的档铺,施行“挂黄牌警示不诚信商家”机制;今年5月推出白藤·渔乐圈海鲜烧烤夜市……白藤头水产批发市场发展成为华南地区规模最大的水产批发市场之一,其年交易额逾50亿元,整个

产业链涉及约3万人。

“我们做了一个统计,自开渔至9月3日,累计进入白藤头水产批发市场的车辆已超7万辆次,其中,港澳单牌车的数量近1万辆次。”林伟坤表示,市场还专门为港澳及远途顾客提供免费加冰块服务。自“澳车北上”“港车北上”政策实施以来,白藤头水产批发市场成为港澳游客内地短途休闲旅游的首选地之一,在周末及节假日,港澳游客数量占比达40%左右。而通车不久的深中通道让白藤头水产批发市场的虹吸效应更加凸显。

白藤头水产批发市场消费持续走旺的背后,有着深层次的缘由:进一步全面深化改革。深化改革成就精细化管理,带来文明诚信经营,以其优质而丰富的水产品加快培育消费内需市场,这正是完善扩大消费长效机制的内涵之一。

相关新闻&gt;&gt;&gt;

## 最高补贴2万元

汽车置换更新、家电“以旧换新”补贴加码

想换车,看了很久都没下定决心?想换家电,观望许久没有等来心仪价格?

好消息来了。

近日,珠海市商务局发文,宣布将在9月至12月期间组织开展2024年珠海市第二期汽车置换更新、家电“以旧换新”两场消费活动,让希望购置新车、添置家电的消费者切实享受福利。

此前,国务院及各部委、广东省先后印发了关于支持大规模设备更新和消费品以旧换新的文件,加力支持个人消费者乘用车置换更新、家电产品“以旧换新”。

在汽车置换更新方面,根据新购车辆价格(以《机动车销售统一发票》上的含税价格为准)分三档发放一次性购车补贴。

其中,购车价格为7万元(含)至15万元(不含)的,购买燃油车补贴8000元/辆;购车价格为15万元(含)至25万元(不含)的,购买燃油车补贴1.2万元/辆;购车价格为25万元(含)以上的,购买燃油车补贴1.5万元/辆。

购买新能源车的在上述各档基础

上增加补贴1000元,购车人在享受汽车置换更新补贴的同时,可以叠加享受参加活动企业和金融机构提供的其他优惠活动,但不可叠加使用政府发放的其他消费补贴资金。

与第一期相比,本次补贴力度有大幅提高,其中报废购新车补贴从原来最高1万元加码到最高2万元,置换购新车补贴从之前最高8000元加码到最高1.6万元。申请条件也放宽了不少,例如在汽车置换更新上,旧车注册地、转让地、新车注册登记不再限于珠海,旧车也不限于转让给二手车经销企业。

在同步启动的家电“以旧换新”促消费活动期间,消费者需要在珠海市家电以旧换新补贴活动平台领取活动资格,交售任一旧家电并购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品中的任意一款,即可享受消费补贴。其中,补贴标准为产品销售价格的15%,对购买1级及以上能效或水效标准的产品,还额外给予产品销售价格5%的补贴。



白藤头水产批发市场消费持续走旺。



珠海青岛啤酒嘉年华探索消费新业态。



珠海斗门招商花园城开业首日客流逾10万人次。

## 打造“夜经济+”新场景

9天9夜吸引8万人次,喝了7吨啤酒;不仅喝得多,还喝得快,“酒王”用时10.8秒夺下价值4999元的金球!

8月23日至31日,2024年珠海青岛啤酒嘉年华(以下简称“啤酒嘉年华”)落下帷幕,以一种“夜经济+”新业态,成为斗门区不断完善扩大消费长效机制的积极探索。

8月23日的开幕仪式上,随着红绸被徐徐拉开,五彩缤纷的彩球从巨型啤酒桶喷出,一刹那震撼人心。舞蹈表演、器乐合奏、节目表演,令人赏

心夺目。“希望青岛啤酒节能够在珠海长期延续下去,打造成珠海城市文化旅游新名片和粤港澳大湾区标志性的节庆活动。”青岛啤酒(珠海)有限公司总经理檀二苗表示。

8月31日19时30分,啤酒嘉年华举行了闭幕式。动听的歌声、欢快的舞蹈、醇厚的朗诵……10多个节目轮番登场,带来了一场精彩的视听盛宴。歌唱着开始,欢笑着结束,美好的消费过程都是这样的。

本次啤酒嘉年华期间,约有8万人次参与各项活动,消费啤酒约7吨,

酒王争霸赛共举行15场次,成交金额为110万元,彰显了啤酒嘉年华强大的消费带动力。

每晚120分钟精彩表演,从经典1903到鸿运当头,从白啤的清雅到原浆的醇厚,20多种品类的青岛啤酒一站嗨唱;益利酒楼、元胜唐宫、赵氏鸭脚包,斗门知名老店特色美食以及佛山市三水区分火美食店,甄选提供近百款特色招牌美食,各式海鲜、烧烤、小吃等琳琅满目,搭配美酒,尽享味蕾盛宴。

非遗印章、骑楼笔记本、龙舟系

列文创……活动现场汇聚超多斗门特色文创产品,为啤酒嘉年华增添了浓厚的文化氛围。

活动期间,在嘉年华活动现场联合企业推动啤酒产业交流合作、举办斗门区“人才之夜”招聘、开展“美丽乡村”交通安全主题宣传活动、与商业街区商超借势发力……啤酒嘉年华以啤酒为媒介,辐射带动夜市、商街、人才交流、文创等,打造“夜经济+”新场景,走出了一条多元链接的文旅消费新路子,积极推进地方首发经济,提升城市品位和魅力。

## 商业项目踩准提质升级舞步

一城美好·盛大启幕。

8月30日,位于白蕉片区的珠海斗门招商花园城正式开门迎客,开业首日客流即超过10万人次。

自“澳车北上”“港车北上”等政策实施以来,反向消费热潮愈演愈烈。珠海作为其中的必经之地和消费第一站,新mall接连登场。据赢商大数据监测,今年以来珠海已“上新”6个商业项目,珠海斗门招商花园城即为其中之一,是斗门区时隔6年迎来的新商场,也是珠海今年首个亮相的大体量购物中心,对于提升片区购物环境品质,提振珠海市场信心、促进区域消费意义重大。

锣鼓喧天,狮王采青,正是良辰吉时。开业当天,140+主力品牌集中亮相,其中首店品牌占比高达45%,涵盖零售、餐饮、体验等多种

业态。来自周边的消费者涌入商场内,开启“人从众”模式,各个店铺忙碌起来。

8月31日数据统计:开业当天客流超10万人次,销售额超600万元,当前累计会员突破8万。

这种“爆发力”,早在8月初试营业期间就有征兆。8月2日至4日试营业前三天,仅凭B1层便吸客15万人次,其中主力店鹏泰超市销售创历史新高。珠海斗门招商花园城刷新了珠海片区招商商管湾区商业版图,在“消费促进年”交出了一份高分答卷。

从试营业的先声夺人,到开门迎客的惊艳亮相,珠海斗门招商花园城丰富和提档了区域消费体验,也吹响了珠海西部商业提质升级的号角。

珠海斗门招商花园城所在的斗门区,素来是链接珠海、中山、江门区域的重要节点。近年来,伴随城市西进和琴澳融合发展进程,这里逐渐成为珠海西部生态新区的核心区域,也是横琴粤澳深度合作区战略拓展区。

如此战略高地,优质商企和知名项目被吸引并扎堆入驻。

根据赢商大数据监测,斗门区目前在营商业项目共4家(含购物中心和独立百货),未来两年内还有多个项目入市,推动片区消费升级。而白蕉片区定位为城市组团中心、生态宜居城区,融居住、商业为一体。调查显示,珠海斗门招商花园城核心辐射范围内聚集着24万+消费人潮。为此,项目定位“一站式超高级家庭亲子欢聚场”,通过全面搭建

起网红餐饮、品质零售、友好型体验式儿童空间、美好生活品质零售,家庭生态细分服务,细分品类一应俱全,深度诠释“超级家庭亲子欢聚场、沉浸式主题体验商业体”属性。

开业期间,珠海斗门招商花园城将围绕“一城美好”的大主题,带来湾区非遗文化节、非遗快闪表演、斗门历史文化展览、非遗醒狮文创展览、非遗手作体验课堂、非遗市集等一系列文艺活动,将传统与新潮体验创新融合,旨在全面引爆开业人气。

商业项目先发踩准提质舞步,消费体验从以物质型消费为主向以服务型消费为主升级,消费需求追求个性化多元化,不断满足人民对美好生活的向往,消费市场潜力得到进一步释放并长期向好,而这正是完善扩大消费长效机制的题中之意。