

新民晚报

创刊于1929年/飞入寻常百姓家

今天:晴,多云,最高12℃,最低3℃ 明天:晴,多云,最高11℃,最低6℃

2025年3月17日 星期一 农历乙巳年二月十八 今日16版

国内统一连续出版物号CN 31-0003 第23038期 上海报业集团主管主办·新民晚报社出版

今年前2个月 国民经济起步平稳 发展态势向新向好

本报讯 国家统计局3月17日发布数据显示,今年1至2月,全国规模以上工业增加值同比增长5.9%,比上年全年加快0.1个百分点;全国服务业生产指数同比增长5.6%,比上年全年加快0.4个百分点;社会消费品零售总

额同比增长4.0%,比上年全年加快0.5个百分点;全国固定资产投资(不含农户)同比增长4.1%,比上年全年加快0.9个百分点;货物出口38812亿元,同比增长3.4%。国民经济起步平稳、发展态势向新向好。 据新华社

中办国办印发《提振消费专项行动方案》

如何提振消费 划出30项重点

城乡居民增收促进行动

- 促进工资性收入合理增长
- 拓宽财产性收入渠道
- 多措并举促进农民增收
- 扎实解决拖欠账款问题

消费能力保障支持行动

- 加大生育养育保障力度
- 强化教育支撑
- 提高医疗保障养老保障能力
- 保障重点群体基本生活

服务消费提质惠民行动

- 优化“一老一小”服务供给
- 促进生活服务消费
- 扩大文体旅游消费
- 推动冰雪消费
- 发展入境消费
- 稳步推进服务业扩大开放

大宗消费更新升级行动

- 加大消费品以旧换新支持力度
- 更好满足住房消费需求
- 延伸汽车消费链条

消费品品质提升行动

- 强化消费品牌引领
- 支持新型消费加快发展
- 提高内外贸一体化水平

消费环境改善提升行动

- 保障休息休假权益
- 营造放心消费环境
- 完善城乡消费设施

限制措施清理优化行动

- 有序减少消费限制
- 持续优化营商环境

完善支持政策

- 加强促消费政策协同联动
- 强化投资对消费的支撑作用
- 发挥财政政策措施引导带动作用
- 强化信贷支持
- 完善消费配套保障措施

据新华社北京3月16日电

2025年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动启动仪式举行

落地重磅首店 推出全球首发 集聚新品首秀

“首发上海3.0”政策及30余场重点活动发布 陈吉宁王文涛龚正出席

本报讯 昨天下午,2025年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动启动仪式在上海静安张园举行,诚邀全球游客相聚上海,打卡

首店、观赏首展、欣赏首秀,实地感受中国和上海消费市场的巨大魅力。上海市委书记陈吉宁,商务部部长王文涛,上海市委副书记、市长

龚正出席,共同启动2025年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动。王文涛在致辞时指出,举办全国精品首发季,是商务部贯彻落实

党中央、国务院决策部署,积极推进首发经济、大力提振消费的具体举措。商务部将组织各地围绕精品购物、精致美食、经典旅游、精彩

展演等,开展丰富多彩、各具特色的精品首发活动,激发消费新动能,持续释放消费潜力。(下转第4版)

市花经济

白玉兰浸润“上海味道”

从花香到文创 解锁无限可能

由近10万名市民投票的白玉兰“上海味道”已评出金奖。同时,上海各种以白玉兰为设计灵感的文创产品也正推陈出新、加速研发。今后,这些产品将随着“白玉兰文化客厅”的打造,在市民身边越来越常见。

赛事经济

F1进入“上海时间”

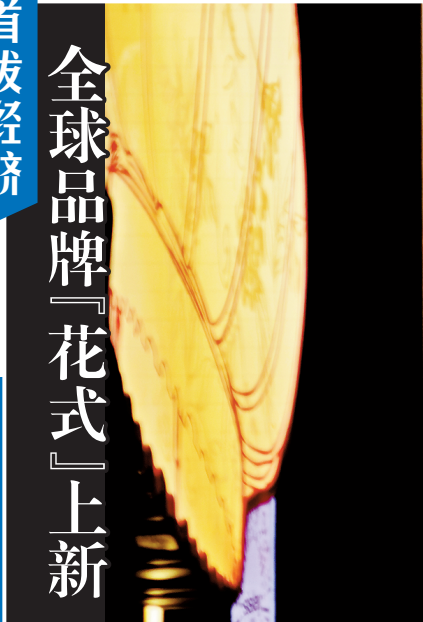
从观赛到消费 激发全城活力

作为今年F1中国大奖赛的重磅配套活动之一,格子旗嘉年华首创“双场景”模式,实现上赛场与北外滩的“双区联动”。如今的F1上海站,已不仅仅是一项国际顶级赛事,更是一种城市文化与生活方式。

>>>详见第3版

首发经济

全球品牌「花式」上新



“首发上海”系列活动在张园启动

本报记者 刘歆 摄

这个春天,上海已然成为全球品牌新品首发的“竞技场”。作为上海全年“一节四季”活动的首个重磅项目,2025年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动昨天启动。围绕三个消费品行业重要展会、三项聚焦首发品牌的重点活动,集聚全球品牌首发、首秀、首展、首店,上海将坚持“政策+活动”双轮驱动,推动首发经济多领域、多层次发展。

>>>详见第2版



今日论语

“流量”转“留量”要寻“最优解”

方翔

刚刚过去的周末,F1全球车迷“狂欢节”——“格子旗嘉年华”在北外滩燃情启幕。同时,虹口足球场外的寒绯樱正值盛放,吸引众多市民游客驻足观赏,周边的系列消费活动,将“流量”转化为“留量”。

“流量”作为撬动消费市场的核心杠杆,已成为社会共识。但需清醒认识到,单纯依赖流量只

能形成短期效应,消费市场的持续繁荣,必须以优质服务与过硬产品为支撑,才能真正实现“流量”到“留量”的转化。

3月以来,上海通过消费券发放有效激活了春日餐饮市场,部分商家创新采用“引流—体验—反哺”的螺旋式升级服务,叠加个性化促销,增强了顾客的消费意

愿。未来消费券发放若能进一步调动商家深度参与,则有望释放更大的乘数效应。

流量驱动消费绝非“一次性狂欢”,构建长效消费动能的关键,在于服务与产品的持续迭代。流量运营过程中,尤需警惕“短平快”思维。以赛事活动为例,尽管赛时不长,但主办方可考

虑通过文化IP的打造形成长尾效应。如何在赛事落幕后持续关注与消费热度,值得深入探讨。

流量只是顺势而上的起点而非终点。唯有以品质服务为根基,以特色产品为核心,方能“网红打卡地”转变为“品质生活圈”,使“流量爆款”真正升华为“城市名片”,构筑起消费繁荣的可持续生态。