

火热的春节消费之后需要新的发力点

今日话题

热闹非凡的商圈、每场满座的影院、热门饭店等座排队……兔年春节到处呈现一派红红火火的热闹景象。今年春节，是疫情防控进入新阶段后的首个春节，消费市场全面回暖，无疑为全年消费开了个好头。从吃、住、行、游等假期消费火热上扬的背后，找到消费回暖的发力点，深挖消费潜力，满足消费需求，提振消费才能有迹可循。

春节假期，人们在消费市场上已不局限于有什么买什么，特别是随着年轻一代成为消费的主力人群，他们的消费喜好、消

费习惯有所转变。不难发现，健康、智能正成为消费领域的关键词，扫地机器人、智能加湿器、美容仪等小家电，成为节日里女性消费者购买较多的产品。好的产品好的服务赢得年轻人群青睐，而且他们更加注重消费的品质化、个性化和特色化，从数量型消费转变为质量型消费，从实物消费转变为实物消费与服务消费并重，不但市场销售规模持续扩大，而且消费结构优化升级，迎合此类消费行为，会是今年及以后一段时间留给市场的课题。

当然，春节消费的短期回升并不意味着后续可以高枕无忧。促消费是一个系统工程，后续还

要看整个经济面的配合，尤其是经济向好信心的持续巩固和夯实。一方面，需要各方面积极实施主体培育行动、创造出更多的消费供给，推出更多新技术、新产品、新服务、新场景来刺激和引导消费者。当然更重要的是提振消费信心。要多渠道增加城乡居民收入，特别是提高消费倾向高、但受疫情影响大的中低收入居民的消费能力。落实落细就业优先政策，支持发展吸纳就业能力强的产业和企业，及时有效缓解结构性物价上涨给困难群众带来的影响，让老百姓更加敢于消费，全面促进消费才有可能。

(据《银川晚报》周志翔)

透过春节档电影票房火爆看到的信号

百姓声音

兔年春节档电影票房好消息不断。国家电影局1月28日发布的数据显示，据初步统计，2023年春节档(除夕至正月初六，1月21日至1月27日)电影票房为67.58亿元，同比增长11.89%；观影人次为1.29亿，同比增长13.16%。

67.58亿元！这个数字位列我国影史春节档票房第二，超过2022年春节档总票房。优化调整疫情防控措施后的第一个春节，电影票房就创下如此成绩，彰显了我国文化市场的消费潜力，极大提振了各行业经济复苏的信心，也为2023年中国经济的发展提供了一个有益参考。

事实上，小小电影票连接的不只是看得见的供需两端，更体现了多个更具体细微的方面。不仅有各地大大小小的影院在经营生存上的现实考量，也有电影行业投资拍摄、制作发行、稳定信心与预期等多个环节方面。毫无疑问，春节档票房火热的“因子”，会直接间接地刺激、带动相关产业的复苏和发展。

而从更深的角度观察，春节档票房作为一面镜子，也展现出春节消费整体复苏的信号。如果我们将视野放宽一些就会发现，这个春节，多个行业的“票房”都火了——国内旅游出游突破3亿人次，不少景区游人如织；商场餐饮、娱乐场所热闹，不少餐馆门外重现“排队大军”……类似场景都传递出一个信号，全社会整体的消费氛围和消费场景，都正在逐渐复苏。我们有理由期待2023年我国经济社会如春节档票房一样，“人气旺、市场暖、消费热”。

(据《光明日报》林风)

画里话外

快递恢复繁忙



国家邮政局监测数据显示，1月21日至27日春节假期期间，全国邮政快递业揽收快递包裹约4.1亿件，与去年春节假期相比增长5.1%，较2019年春节假期增长192.9%；投递快递包裹3.3亿件，与去年春节假期相比增长10.0%，较2019年春节假期增长254.8%。随着疫情防控政策优化调整，快递企业逐渐恢复运力，消费者的购买量也在稳步回升，特色产品和节庆寄递需求旺盛，农产品继续保持增长态势。一份份寄往老家的礼品，寄托着游子的牵挂和乡愁，一件件从故乡寄来的年货，承载了家人的思念和祝福。佳节的喜庆中，物流正恢复往日的繁忙，涌动着发展的热潮。

(据《经济日报》时锋)

街谈巷议

网红烹食鲨鱼被重罚一点儿也不冤

去年4月，金某某(网名提子)通过某平台以7700元的价格购得鲨鱼一条，之后对该鲨鱼进行摆拍和烹食，并将烹食鲨鱼的视频发布到网络平台，迅速成为全网热搜。经鉴定，该鲨鱼属于《中国国家重点保护野生动物名录》中的二级保护动物噬人鲨，价值2.5万元。

近日，四川南充市市场监管局依法查处了这起非法购买、食用国家重点保护野生动物(噬人鲨)案，对当事人金某某处罚款12.5万元。据悉，案涉鲨鱼的销售者和捕捞者沈某某、颜某某

也已被公安机关逮捕。

在网红经济越来越被人们关注，甚至成为投资者和网友争相追捧对象的背景下，大部分人都想成为“网红”。但在吸引流量博取关注、获取收益等因素刺激下，不排除一些人无视道德和法律，靠残忍、奇葩的“表演”来牟取关注，赚取打赏。网红直播烹食鲨鱼的行为已经严重违法，被处以12.5万元罚款算得上巨额罚款，但一点儿也不冤，也可对其他“网红”有所警示。

该网红购买并烹饪鲨鱼的行为已构成了违

法。作为一名想博取关注的网红，直播烹饪鲨鱼，说明其明知噬人鲨属于稀有物种，并非鸡鸭牛羊那样普通的动物，这足以证明其收购、烹饪噬人鲨的主观恶性和社会危害程度，对其处以巨额罚款是必要的。

网络平台也应依法履行管理职责，采取技术措施删除、屏蔽相关视频和“贩卖”渠道，让这种变态、扭曲、血腥的“网红”没有市场，保护野生动物不被畸形的网络审美所吞噬。

(据《北京青年报》史洪举)