临近中秋国庆，如何保障供应、促进消费？

作者：王欣蕾

电话：010-58352887
邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：刘　琼
审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115

中秋、国庆是传统消费旺季。9月9日，商务部表示，为“两节”期间市场供应充足、运行平稳，将着力做好畅通产销、备足存货等四方面工作。一是畅通产销。指导地方与企业加强产销衔接，重点保障主要生活必需品市场供应，确保不脱销、不断档。二是备足存货。指导商贸流通企业根据不同消费群体的个性化消费需求，增加库存数量，丰富商品种类。根据市场需要，适时发挥政府储备调节作用。三是促进消费。鼓励各地在做好疫情防控前提下，抓住中秋、国庆消费旺季，开展多种形式的促消费活动，释放消费潜力。四是加强监测。密切关注节日市场运行态势，加强生活必需品市场监测预警，及时掌握粮、油、肉、菜、蛋、奶等民生商品运行情况，准确摸清市场供求状况，及时协调解决可能出现的问题。

目录

一、粮食市场基本面牢固，四方面做好产销对接 3
二、促销费集中在企业层面，看中秋国庆电商有何新玩法 4

临近中秋国庆，如何保障供应、促进消费？

中秋、国庆是传统消费旺季。9月9日，商务部表示，为“两节”期间市场供应充足、运行平稳，将着力做好畅通产销、备足存货等四方面工作。一是畅通产销。指导地方与企业加强产销衔接，重点保障主要生活必需品市场供应，确保不脱销、不断档。二是备足存货。指导商贸流通企业根据不同消费群体的个性化消费需求，增加库存数量，丰富商品种类。根据市场需要，适时发挥政府储备调节作用。三是促进消费。鼓励各地在做好疫情防控前提下，抓住中秋、国庆消费旺季，开展多种形式的促消费活动，释放消费潜力。四是加强监测。密切关注节日市场运行态势，加强生活必需品市场监测预警，及时掌握粮、油、肉、菜、蛋、奶等民生商品运行情况，准确摸清市场供求状况，及时协调解决可能出现的问题。

一、粮食市场基本面牢固，四方面做好产销对接

丰收遇上节庆，保障农产品供应具备现实基础，备受关注的猪肉价格可能止跌回涨。一般情况下，重大节庆前期、期间，农产品消费迎来旺季，农副产品价格上涨，节日效应消失后，价格恢复正常。前期局部疫情复发扰动并未根本动摇粮食市场，供需基本面依旧牢固。国家统计局最新数据显示，8月份全国居民消费价格指数（CPI）同比上涨0.8%，涨幅较7月相比回落0.2个百分点。其中，食品价格下降4.1%，非食品价格上涨1.9%。受猪肉供给持续增加影响，食品价格中猪肉价格下降44.9%。猪肉产能释放较快，猪肉价格低位运行。近日，广东、陕西、重庆等地政府加大力度开展猪肉收储工作，综合保障养殖场（户）、屠宰企业、肉类食品加工企业利益。加上临近“两节”，消费增加，猪肉价格可能止跌回升。另外，随着秋冬到来，牛羊肉消费进入旺季，牛羊肉价格可能回涨。

根据近期农业农村部等部门的部署可以看出，稳定农产品价格关键在于做好产销对接。做好产销对接又可以分为四个主要方面。

首要是做好极端天气防范和疫情防控。八月十五定收成，农业农村部近期作出研判：尽管我国极端天气多发频发，局部地区灾情复发，但秋粮丰收基本面仍然较好。主要有四方面原因：重灾区占秋粮面积比较小，全国农业灾情与往年比总体偏轻，秋粮面积有所增加，秋粮作物长势较好。农业农村部表示，下一步还要加强对极端天气灾害的防范，在南方稻作区防范好寒露风，在东北以及内蒙地区防范好早霜以及台风的袭击。

二是加强农产品市场监测预警和信息发布，前置引导市场供需平衡。农产品市场监测预警的最终目的是“以生产监测稳预期，以市场预警畅循环”。农业农村部市场与信息化司以日为单位连

续权威发布的农产品价格信息能及时释放市场和政策信号。中国农产品监测预警系统在机理分析过程中实现了仿真化与智能化，覆盖中国农产品市场上的953个主要品种，可以实现全天候即时性农产品信息监测与信息分析，用于不同区域不同产品的多类型分析预警。这不仅支撑政府的信息决策，也将面向种养大户开放应用。农产品产销对接信息一般由各地农业农村局、供销合作社发布在新闻信息平台，连接农业生产者和采购商，解决滞销问题。

三是落实好农副产品运输“绿色通道”政策，提升冷链物流基础设施效能，提高农产品产销对接效率。农副产品运输“绿色通道”包括两个重点：农村鲜活农产品冷链物流设施提升以及进出口通关服务。据悉，使用冷链物流发货仅占综合成本7%，比普通物流价格高10%-15%，但冷链物流能减少鲜果30%综合损耗，加快冷链物流建设实际收益更高。对于长期给其他市场供货的农副产品外贸企业而言，最快办妥报关手续，既能缩短到达市场的时间，又能提高鲜活农产品的存活率。

四是推动完善储备、进出口等市场调控制度，保持农产品价格波动在合理范围。疫情期间，各地保供应的措施依然奏效。例如北京为保蔬果供应，指导协调北京市、河北省在平谷马坊、河北高碑店等地设立蔬果等物资多功能中转储运站，保证进京蔬菜、水果等生活物资物流运输畅通。粮油方面，调度摸清北京市、区两级粮油储备最新情况和粮油应急企业加工能力。疫情常态化防控大背景下，粮食应急保障工作也进入常态化，地方储备和企业商品库存充足。

二、促销费集中在企业层面，看中秋国庆电商有何新玩法

临近中秋、国庆，各大商超布局消费节，促销连轴转。上半年行业销售不理想的都寄希望于中秋、国庆期间的业绩表现。中秋、国庆的促销节点组合与清明、五一类似，一小一大，一前一后，节庆消费时间线拉长，促销资源可以反复利用。同时，市场还有一种声音，认为国庆出行市场的火爆将挤占线上商品消费空间，寄希望于中秋、国庆期间实现业绩反弹的消费品制造企业能否如愿还不一定。上半年各大电商给予厚望的618大促相比往年稍显平淡，看下半年有哪些新玩法？

电商平台推出“一个人餐桌”赏月宴，准备了一系列快手菜，点亮专属一个人的节日餐桌。这样新奇玩法的背后是电商平台对于“孤独经济”敏锐的嗅觉，中秋节不再是登高、赏月、吃月饼的“老三件”，都市青年观念以及生活方式转变的背后蕴藏着巨大的蓝海市场。当下时间节点，月饼销售已到销售末尾，对于年轻人来说，中秋不再意味着吃月饼，更多年轻人消费重点在于选择的多样性。部分电商平台甚至从9月1日开始，每天推出一款抄底抢购商品，一直排到了9月21日中秋节当天。这体现出电商平台营销思路的转变。

直播仍然是中秋国庆促销费的主要手段之一，今年的亮点包括产品服务优惠力度更大、服务条款优化以及以城市综合体为主的整体营销。9月9日，第二届直播电商节（中国·广州）开幕，

设有文旅、汽车、美食、食品多个垂直细分行业市场。文旅会场，直播电商聚焦亲子旅游，服务成套出售，优惠力度较大，是各大景区周边消费市场营销的良好契机。例如，广州长隆熊猫酒店“双人游套票+自助晚餐”直播间的价格相当于原价的6折左右，对消费者具备吸引力。直播间里的产品退改条款灵活，未预约可全额退、随时退、过期退的方式，很符合时下消费者的需求。直播中主播分享的旅游攻略也可省去消费者的准备时间，也为景区提前预热。餐饮会场，与往常不同的是，直播带货从单个品牌的宣传介绍到城市商业综合体的整体介绍，以“直播+本地生活”构建以“美食”为核心的广州城市商圈营销新思路，正向宣传城市形象，以消费旅游带动城市经济增长。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。