

钱都花哪儿去了？

五大消费“新”看点给你答案

记者 朱一诺 谢斌

今年“双十二”前夕，淘宝公布的“你绝对不想知道的事”——2019年你已经花了多少钱，尽管击溃了不少人脆弱的心脏，却依然无法控制住自己要在圣诞节、元旦、年终大促期间花钱的手。

回顾2019年的消费市场，这一年，“拉动内需”是关键，越来越多的品牌“放下身段”，撬开下沉市场；这一年，商业江湖风起云涌，商家各尽其能，新消费、新零售一次次重构消费场景；这一年，又有大波“网红店”进军宁波市场，排起百米长龙；这一年，“夜经济”这一城市活力的重要指标成为了新的热点，如何刺激“月光”消费备受关注；这一年，历史文化名城宁波更努力地挖掘自己的故事，使得宁波文化消费绽放出新火花。

新零售

体验式场景再创新
引入“网红”品牌
IP联名款限量发售引哄抢

新消费

5G、VR、AR、物联网应用
“抖音”炒起汉服热
LO裙、JK制服小众文化热议
“盲盒”玩法受年轻人喜爱
马术、高尔夫培训“破圈”
“新茶饮+欧包”“咖啡+宠物”“古着+甜品”花样频出

当前，作为拉动经济增长三驾马车之一，消费越来越受到重视，相关政策亦是追光灯所到之处。

今年7月30日，中共中央政治局会议提出，要深挖国内需求潜力，拓展扩大最终需求。7月31日，国务院常务会议出台了一系列促消费的举措。

9月9日，《关于建设国际消费城市的若干意见》审议通过。根据《意见》，到2021年，我市全社会消费品零售总额达到5300亿元，进口消费品达到360亿元，品牌连锁便利店数量达到1450个，形成一批15分钟商贸便民服务圈，创建省级高品质步行街6条以上，成为国内重要的进口消费集散中心城市、长三角重要的购物中心城市、全省消费便利化示范城市。

怎样达成这一目标？宁波市商务局消费促进处处长尹秋平表示，要想促进宁波消费，离不开“有钱花”“有地花”“放心花”“开心花”“敢于花”这“五朵金花”。

今年11月，宁波发布了《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的实施方案》，为“五朵金花”添加了涵盖衣食住行、科教文卫等各方面的27条“催化剂”。

从消费结构上看，吃喝玩乐的吃喝，一直是消费的重要组成部分。方案中，“提升餐饮消费”也被列入议事日程。

2019年，宁波餐饮江湖风起云涌，餐饮业主体更新换代率从往年的40%左右增长到60%。我们看到，无论在宁波还是全国，餐饮业消费的竞争都已进入白热化。

2019年，宁波在文化消费上也绽放出新火花。

7月的北仑南窗青年音乐节，以及明年年初即将上演的话剧《暗恋桃花源》，皆一票难求；综艺节目《乐队的夏天》大热，给Live house这一小众业态帮了大忙；宁波灯塔音乐现场今年已举办了188场室内外演出；宁波星巢Super Live今年12月21日迎来开业首秀；10月19日，可容纳13000人的宁波奥体中心正式开业，成功举办了国际男篮热身赛，以及李宗盛、李健、张信哲、林宥嘉明星演唱会等多项活动。而宁波文博会、惠民文化消费季等也为宁波文化消费新火花注入着燃料。

行业资讯

工行宁波市分行营业部获全国“银行业文明规范服务百佳”殊荣

近日，在中国银行业协会发起的评选活动中，中国工商银行宁波市分行营业部在全国22万多家银行营业网点中脱颖而出，荣获“2019年度中国银行业文明规范服务百佳单位”称号。

长期以来，工行宁波市分行营业部牢固树立“客户为尊，服务如意”的服务文化理念，坚持用“有温度”的服务接待每一位客户，以“行动早一点”“服务暖一点”“效率高一点”为服务目标，持续优化客户体验，努力践行“提供卓越金融服务”的工行使命。在大堂服务中

体现一个“细”字，在窗口服务中突出一个“快”字，在自助服务中强调一个“全”字，在金融服务中力求一个“诚”字，并推出多种特色服务，树立了良好的品牌形象，为客户带来了快捷高效、细致入微的综合金融服务体验。

金融服务永远在路上，工行宁波市分行营业部将在不断服务地方经济发展、提升客户服务体验、积极履行社会责任中，倾力打造“港城融情，工助远行”特色文化，再塑“服务客户、奉献社会”营业网点形象。

沈颖俊

中行余姚分行开展“弘扬宪法精神，维护宪法权威”法制宣传活动

为普及金融法律知识，提高社会公众法制意识，中行余姚分行近期响应当地人行《关于开展法制建设集中宣传活动的通知》要求，组织开展“弘扬宪法精神，维护宪法权威”法制宣传活动。

首先以营业网点为宣传阵地，通过LED、LCD显示屏循环播放“弘扬宪法精神，促进国家治理体系和治理能力现代化”、“加强宪法宣传教育工作，提升文明城市建设水平；增强宪法观念，推进依法治国”活动口号的方式，努力

营造尊法学法守法用法氛围。其次以传播平台为宣传媒介，引导员工通过微信朋友圈发布第十三届全国百家网站微信公众号法律知识竞赛、“我与宪法”优秀作品展播相关内容等，努力通过网络、电子渠道扩大受众范围，为提升社会公众法律意识尽一己之力。最后是以“双百双千”为宣传依托，开展现场宣传活动。

此次宣传活动，有效提升了社会公众金融法律意识，促进区域金融健康发展。