

记者 李露 实习生 胡晶洁

一场新冠肺炎疫情,让不少地区人们的工作和生活按下了“暂停键”。流动性受阻,是疫情防控下的迫不得已要求,却也重击了经济社会发展。当春暖花开,城市开始“重启”,除了复工复产,促消费也成为当下民生主题。本期《每周关注》,让我们一起关注奉化的促消费“大招”。

## 多措并举 提振消费信心

随着疫情形势逐步向好,区委区政府通过政府搭台、企业唱戏的形式,携手打开消费闸门,把复工复产复市与扩大内需结合起来,以进一步提振消费信心,激活消费市场潜力。

4月4—6日,奉化美里达新零售商业广场热闹非凡。“回馈乡亲——2020奉化本土服装特卖会”上,罗蒙、爱伊美、艾盛、铭朗、开兹、雅楚等20余家奉化本土服装企业,以远低于平时商场零售价的惠民价,集中展示销售各类品质服饰。

“罗蒙衬衫只要60元啦,这价格倒是实惠。”“是的呢,尺码合适,还是很实惠的。”“我给我家老头子买件呢大衣去。”……作为“2020奉化稳增长促消费惠民生活季”的首个系列活动,特卖会现场折扣力度空前。如罗蒙衬衫60元起、裤子90元、一套西装210元、其他服饰3折起;艾盛SV全场59元至358元;雅楚服饰2—4折;老K制衣全套西装只要180元……更有多家企业男女衬衫和T恤低至20元至50元。

记者从区商务局获悉,3天展期内,特卖会产生客流量逾2万人次,20余家本土服装企业和10余家当地美食展商成交额超150万元。接下来,我区将于4月17日至19日举办“品质都市——2020奉化家居欢购节”,FUN肆吃(春季美食节)、FUN开玩(旅游促销活动)两大板块活动也将于5月初陆续启动。

赏四明山樱花、体验玻璃栈道、探访民国文化、游览滨海风情。4月3日,“最美风景在身边·奉化人游奉化”活动启动仪式在奉化体育馆举行。来自全区各地的百名游客分批参与4条旅游线路,走进奉化的春日美景中,放飞沉闷已久的身心。

据了解,疫情缓解以来,区文广旅体局为振兴奉化旅游市场推出奉化旅游智慧年卡、发放文旅消费券和开展特色系列活动等一系列复苏扶持政策。3月底,奉化宁海互游活动启动,今年两地将通过自驾游、团队游、亲子游和研学游等多种方式相互输送游客,预计参与游客数将超过万人。4月起,区文广旅体局还将举办“宁波人游奉化”活动,20多家酒店、民宿分别推出折扣特惠游,提振奉化文旅产业复苏。

此外,区文广旅体局还将联合商务、农林部门,把我区星(花)级酒店、限上规模酒店、特色客栈民宿、旅游景区、特色餐饮店和相关农旅商户等组合起来,设计多条休养3日游或5日游线路,吸引宁波市内职工来奉疗休养消费,进一步带动经济复苏。



奉化本土服装特卖会

## 促消费 扩内需

## 奉化有

## 大招

### 记者手记

## 让“有形之手” 回暖消费

新冠肺炎疫情发生以来,非生活必需类商品销售和餐饮业遭受巨大打击。为刺激消费、提振经济,各方频频出“招”:区领导带头“吃喝”“带货”“买买买”;发放消费券、大礼包;举办展会、促销会……这些举措无一例外是为了推动经济社会发展尽快恢复生气。

但不能回避的事实是,群众的消费动力在疫情防控 and 收入预期降低的诸多顾虑中,还是未达到疫情之前水平。而且在消费领域回暖过程中,包括交通出行、要素供给、消费者权益保障等方面的新变化和新问题,也亟需应对解决。

笔者认为,针对消费者便利、安全、高质的消费意愿,相关部门可利用“有形之手”,通过加强经营监管、引导服务升级以及开拓网销渠道等举措,帮助企业精准对接消费群体需求。

同时,除了法规制定、政策引导之外,各地还应健全事前预案与事中监管引导机制,进一步健全公共管理和服务体系,促进本地服务业客源提升和品牌打造。



主播在罗蒙门市部直播

## 直播卖货 企业打开销路

来势汹汹的新冠肺炎疫情给原本火热的开年经济带来严重影响,也给企业带来一场关乎生死的大考验。因疫情影响,我区多家企业面临外贸订单取消或无订单可接的境地,如何自救成为企业的开年“第一课”。

3月25日,宁波市人民政府与拼多多签署战略合作协议,并启动“宁波优品·云购甬行”系列活动,共同帮扶企业稳订单、拓产能、扩就业,全力推动外贸企业开拓内需市场。据悉,本次全面战略合作协议达成后,双方将围绕宁波企业的智能化生产、数字化营销以及人才培养实施等一系列创新举措,重点帮扶一批外向型企业转型内销市场,帮助企业重回发展快车道。奉化自主服装品牌罗蒙名列其中。

疫情,对罗蒙集团来说,既是危机,更是机遇。在企业让利、政府补贴和平台补贴三驾马车的拉动下,罗蒙在拼多多上的粉丝和销售额正逐渐翻倍增长。据宁波罗蒙电子商务有限公司总经理陈建纯介绍,早在2016年,罗蒙就开始与拼多多、唯品会等电商平台合作。

随着“网络直播卖货”和“网红带货”这样

的新型购物方式逐渐兴起,当疫情蔓延,线下实体店不得已关闭时,罗蒙便把工作重心转到线上销售,通过线上直播打开新销路和新市场。

3月25日,罗蒙集团门市部在拼多多上进行了一场长达10余个小时的直播。除了每隔1个小时,旗舰店发一波红包,之前售价129元的牛仔裤,在直播中只需89元外,还可使用10元优惠券。据悉,直播当天成交3000多单,销售额达到30多万元。

“目前我们主要通过发放线上购物优惠券和网络直播两种方式,来刺激消费者购买。”据悉,3月31日晚,罗蒙还与快手上一名2000万粉丝量级的网红合作,直播销售额达200多万元。

“截至目前,线上销售的增量部分已与去年同期线下销售额基本持平,因受物流等因素影响的线上销售也恢复到去年同期的八九成。”陈建纯介绍,罗蒙未来将打通线上线下渠道,迎合新型消费习惯,充分利用当前电商直播优势,打造完善的电商直播供应体系。“我们已与软件公司洽谈,准备开通微信商城,为顾客提供线上购买、到店取货服务。”

## 优惠促销 激活市场潜力

自疫情防控取得阶段性胜利后,我区各餐饮店陆续开放堂食,各大商家纷纷推出各种优惠措施,大幅度让利促销,“硬核”助推经济尽快复苏。

“全场两件5.5折起”“新品5.8折,部分4折起”“首克立减66元,第2克起每整克优惠10元起”……4月7日,记者走访城区各大商场,发现很多店铺放出鲜红醒目的优惠促销广告牌。“最近各家店铺优惠活动多,力度大,真的是买到就是赚到。”银泰城某运动品牌服饰店工作人员告诉记者。

从数据情况看,现在疫情形势持续向好,顾客逛街购物的次数明显增加,各商场客流恢复稳健。奉化银泰城同比客流恢复已近8成,其中上中个双休的客流增加明显,市民消费信心明显增强。目前银泰城已有114家商户复工,占比92%,餐饮店铺已全部营业,堂食正常进行。

“疫情防控形势好转后,我们也将持续推出特色活动。”据银泰城企划部经理潘浩

介绍,4月起银泰城将开展持续全年的“人人是锦鲤”活动,每天送出一双价值800元的耐克运动鞋;还有“二十四节气公益理发”活动,逢节气当天,邀请发型师团队为全区老人提供免费理发服务。此外,将推出“承包你全年咖啡”的闺蜜圈行动以及“像买菜一样买花”的鲜花市集。

万达广场通过线上推送促销信息等形式也吸引不少消费者,客流已恢复至往日7成。记者在商场内看到,不少品牌服饰店在显眼处悬挂了促销折扣标识,不少市民正在店内选购。同时,奶茶、火锅、烤肉等餐饮店也深受消费者青睐。

商场之外,各大商家也纷纷放出促销“大招”:南山路某运动品牌专卖店挂出“春款5.5折”的标识,桥东岸路上某火锅店推出仅售1.9元的火锅锅底电子券,中山路上服饰店打出“清仓处理”广告,还有一些奶茶店,消费者手机下单之后,推送“满15减3”“满30减7”的优惠券……



悬挂促销条幅的服饰店