

高品质与高性价比的折扣零售日渐流行，多家商超开设“折扣店”“折扣区”

折扣零售风生水起，消费市场再涌波澜

本报记者 张千

超市货架上，与众不同的价签颜色往往代表了该商品有折扣，部分消费者甚至形成了“哪个打折买哪个”的购物习惯。

随着折扣零售行业的兴起和发展，“全店商品件件打折”已经成为现实。从时尚的奥特莱斯(品牌直销购物中心)，到贴近生活的商超、零食折扣店，折扣零售的概念日渐流行。

折扣零售的火热，顺应和满足了人们既追求品质又追求性价比的消费新理念和消费需求。在“鱼和熊掌”之间，消费者选择“全都要”，商品的品质 and 好价格变得可以兼得。

买“大牌”要高性价比

32岁的吴心洁在北京工作7年，最近，和家人自驾前往各大奥特莱斯商店购物，成为她周末生活的新选择。在这里，消费者通常能以折扣价购买到各种名牌正品。

吴心洁关注的一家知名Polo衫品牌的基础款T恤，在各大百货商店多接近原价销售。她坦言：“一件T恤1000多元，确实舍不得买。”而在北京某奥特莱斯商场，她发现：同款T恤三件八折、六件再打八折。这样，她以六四折的价格为全家人选购了多件衣服。

吴心洁认为：“折扣零售最大的吸引力，主要在于大牌折扣品的高性价比。”

和吴心洁一样热衷于购买品牌折扣商品的消费者不在少数。每到节假日，全国各大

阅读提示

近年来，折扣零售行业快速兴起和发展，从时尚的奥特莱斯，到贴近生活的商超、零食折扣店，折扣零售的概念日渐流行。人们既追求品质又追求性价比的消费新需求进一步得到满足，消费潜力进一步释放。

奥特莱斯经常出现停车困难、店外排队、销售火爆等现象。中国百货商业协会数据显示，今年上半年，全国奥特莱斯销售额超过1300亿元，已超过其去年全年营业额的六成。

折扣零售在线下的火热也延续到了线上。深耕“品牌特卖”细分领域的唯品会、今年“618”开启“大牌奥莱”频道的京东等，为消费者购买品牌折扣商品不断丰富着线上渠道。

对品牌折扣商品的需求，折射出的是消费者对品质生活性价比的高要求，是理性消费方式的日渐普及。有专家表示，折扣零售、线上奥莱等消费趋势和热点，表明人们的消费偏好已从数量型、粗放型逐渐转向质量型，更加注重商品的品质、性价比、个性和体验。

平价消费品“折扣化”

除了价格昂贵的“大牌”，日常生活中的平价消费品也在逐渐“折扣化”。

近期以来，多家大型连锁零售超市纷纷传出“打折”或增加折扣业务的消息。10月10日，永辉超市宣布将在全国范围的门店中增设“正品折扣店”，并同步在线上APP和小程

序增设折扣专区。10月13日，盒马宣布5000余款盒马鲜生门店优选商品普遍直降20%，涉及乳制品、饼干、方便速食、水饮、洗护产品和冷鲜肉禽水产等主要产品类别。

对此，不少消费者表示：“不用特意等到晚上打折时再去。”“商品质量一向不错，这次打折更爱了，马上冲！”

平价消费品“折扣化”中，零食无疑是近年来最为火热的市场之一。

今年中秋国庆假期，记者在山东某城市发现：城区最大商圈的显眼位置开了一家赵一鸣零食，“我们很便宜”的标语和时尚简约的装潢吸引了不少消费者。“原价4.5元的品牌果冻，3个售价9.9元”“一听500ml的可乐价格2.3元”……店内人潮涌动，结账处排起长队，不少顾客拿着长长的小票和一大包零食走出店门，直呼“真香”。

公开数据显示，仅今年中秋国庆假期，赵一鸣零食全国2300余家门店总营业额突破4.13亿元，累计接待消费者达到1075万人次。

在好特卖、嗨特购等品牌占领一线城市零食折扣市场的同时，赵一鸣零食、来优品、

零食很忙等品牌更瞄准国内下沉市场，在中国二三线城市甚至县城呈现迅速扩张之势。

不断满足消费升级需求

商超纷纷入局折扣零售，零食折扣店风靡全国……消费者购买打折商品不再等同于“抠门”，而是成为一种时尚、健康的消费潮流。

从一盒牛奶、一瓶洗发水等平价商品，到皮包、手表等奢侈品，折扣零售已经渗透到居民消费各个方面，成为人们熟悉的消费习惯和生活方式。

对于折扣零售的火热，《2023麦肯锡中国消费者报告》认为，这体现出中国消费者“选择更明智，消费未降级”的特点。

盒马CEO侯毅表示，“折扣化”不是卖便宜货，而是通过垂直供应链建设，把好货卖便宜，最终实现“商品品质向上走、商品价格向下走”。

折扣MAMA创始人邢云飞也表达了类似看法：“消费者能够以更低的价格，尝试更高水平的品牌、更多的品类供给，对于普通用户而言就是一次消费升级。”

当然，“折扣风潮”能否一直延续下去，已经入局和即将入局的零售企业能否将折扣进行到底，目前仍是未知数。但可以肯定的是，单纯追求低价并非行业最好的未来之路，零售企业需要提供给消费者“又好又省”地获得物美价廉商品的机会，价格比拼的背后依然离不开“品质为王”这个核心。



推动数字贸易发展，促进全球数字经济合作

第二届数贸会将于11月在杭州举办

本报北京10月24日电(记者北梦原)记者从今天天国新办举行的新闻发布会上获悉，第二届全球数字贸易博览会(以下简称数贸会)将于11月23日至27日在中国杭州举办。

商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文在发布会上表示，数贸会是推动数字贸易发展的重要平台，是促进全球数字经济合作的国际公共产品，也是支持建设开放型世界经济的重要举措。希望通过数贸会这个共建、共促、共享平台，为全球数字贸易发展贡献智慧和力量。

据介绍，本届数贸会将设置1个综合馆，前沿趋势馆和丝路电商馆等2个专题馆，以及数字技术、数字服务、数字内容和数智出行4个专业馆。展示内容将体现专业性，聚焦数字贸易全产业链，前沿趋势馆将重点展示大模型、WEB3.0、智能制造等前沿科技探索和创新成果。同时将聚焦数字贸易的最新产品、服务和解决方案，举行AI创意、智慧物流等100多项首发首秀活动。

本届数贸会参展企业国际化率超过20%，其中七分之一为世界500强企业。将有20家全球数字贸易头部企业和18家全国数字贸易领军企业参加本届数贸会，数字贸易链主型企业占到参展企业总数四成以上。

据了解，数字贸易是打造贸易强国的重要支柱。近年来，我国数字贸易总体规模不断扩大，产业基础不断夯实，数字技术快速发展，应用场景日益丰富。2022年，我国可数字化支付的服务贸易规模达2.51万亿元，同比增长7.8%；跨境电商进出口额达2.11万亿元，同比增长9.8%。数字贸易正在成为我国重组要素资源、优化外贸结构、全面塑造发展新优势的重要力量。

处置能力达103.5万吨/天，去年处理生活垃圾约2.81亿吨

我国垃圾焚烧行业实现基本达标排放

本报讯(记者周峰)记者近日从生态环境部获悉，该部连续7年开展专项整治行动，极大促进了垃圾焚烧行业发展。全国垃圾焚烧厂数量从2017年的278家发展到2023年8月的925家，处置能力达103.5万吨/天，提前完成了“十四五”规划目标。目前，行业已实现基本达标排放，为行业持续发展打下了坚实的基础。

2022年，全国垃圾焚烧厂处理生活垃圾约2.81亿吨，与垃圾填埋相比，累计减少约2017万吨甲烷排放，折合二氧化碳当量约5.043亿吨，为实现“双碳”目标作出贡献。

生态环境部生态环境执法局有关负责人表示，垃圾焚烧行业管理水平的提升带来了多方面的良好变化。非现场监管方式大幅度降低了现场检查的频次，切实降低了监管执法成本；数据标记实现异常情况快速上报，减轻了垃圾焚烧厂负担。

2020年以来，垃圾焚烧行业5项大气污染物自动监测日均值达标率提升至99%以上；炉温达标率提升至99%以上；二噁英类污染物执法监测抽测达标率也提升至98%以上。

近日，生态环境部发布《生活垃圾焚烧发电厂现场监督检查技术指南》(以下简称《技术指南》)，进一步完善垃圾焚烧行业监管政策体系，提升环境监管水平。

此次发布的《技术指南》中包括：适用范围、规范性引用文件、术语和定义、检查的对象、要素、任务和流程、检查前的准备、检查过程、检查结果报告与分类处理，并附3个资料性附录。正文前3个章节为国家生态环境标准的基本要素，后4个章节贯穿了现场监督检查的全过程。

突出对小微企业、个体工商户的支持

陕西新增减税退税等近250亿元

本报讯(记者毛浓曦 通讯员祝盼)记者近日从陕西省人民政府新闻办公室举行的新闻发布会上获悉，今年1月~8月，陕西省新增减税降费及退税缓费248.8亿元。

据介绍，陕西实施的系列税费优惠政策，突出对小微企业、个体工商户的支持，同时推出先进制造业增值税加计抵减、提高企业研发费用加计扣除比例等享受点多面广的一系列优惠政策。

针对本轮减税降费政策项目多、涉及主体全、涵盖领域广，陕西省税务局依托税收大数据自动进行识别和匹配，“一对一”开展全流程、递进式、差异化的精准推送和政策辅导，进一步推动“政策找企业”“辅导送上门”。截至9月底，陕西全省共计推送优惠政策2300余次，累计3000余万户次，累计通过线上线下开展政策辅导1200余场次，辅导纳税人缴费人350余万人次。

今年以来，陕西“税务管家”品牌效应得以充分发挥，服务模式从重点项目建设延伸到民营企业、专精特新企业、拟上市企业等重点项目，促投资、促发展覆盖全领域各环节，共计为1585户重点民营企业、83户拟上市企业纳入税务管家服务范围。

此外，陕西省税务局连续十年开展“便民办税春风行动”，接续推出5批109项服务措施，开展“春雨润苗”专项行动，推出“税费助益强信心”“实措纾困解难题”“重点护航促成长”三大类系列活动；不断优化办税缴费流程，取消12项税费资料报送，将13项涉税资料纳入容缺办理范围；因地制宜拓展企业开办、简易注销等5项“一件事一次办”事项，实现电子税务局留抵退税自动提醒、企业所得税申报“一键转换”和“十七税”合并申报。

9月份社会消费品零售总额同比增长5.5%

三季度最终消费支出对经济增长贡献率达94.8%

本报北京10月24日电(记者北梦原)记者今天从商务部获悉，随着“金秋购物节”等系列促消费活动的进行以及加快推动促进汽车、家居消费等政策措施落地落地，优化消费供给，改善消费条件，创新消费场景，增强消费对经济发展的基础性作用，三季度最终消费支出对经济增长的贡献率达94.8%。

据商务部消费促进司负责人介绍，9月份，社会消费品零售总额3.98万亿元，同比增长5.5%，增速比8月份加快0.9个百分点，呈

现持续恢复态势。

商品销售方面，9月份，商品零售额同比增长4.6%，增速比8月份加快0.9个百分点。从商品类别看，超六成商品零售额同比增速较8月份加快。限额以上单位粮油食品、饮料零售额同比分别增长8.3%和8%，体育用品、金银珠宝分别增长10.7%和7.7%，新能源汽车销量同比增长27.7%。

服务消费方面，居民出行意愿较强，带动餐饮、住宿、旅游、交通等服务消费快速增长。前三季度，服务零售额同比增长18.9%，

增速比商品零售额高13.4个百分点；居民人均服务性消费支出同比增长14.2%，占人均消费支出比重达46.1%。

9月份，全国餐饮收入4287亿元，同比增长13.8%；电影票房收入超28亿元，增长约1.2倍。

网络零售方面，前三季度，全国网上零售额10.8万亿元，同比增长11.6%。其中实物商品网上零售额9万亿元，增长8.9%。

与此同时，线下消费场景也持续恢复，特色步行街、重点商圈人气旺盛，实体零售稳步增长。

将绿色低碳融入油气资源开发利用，构筑互惠互利绿色“新丝路”

绿色成为中国石油参与共建“一带一路”亮丽底色

本报记者 王冬梅

近日，由中国石油主办的第三届“一带一路”能源合作圆桌会议在北京举行。作为“一带一路”建设的先行者和主力军，中国石油将绿色低碳融入“一带一路”建设。如今，绿色已经成为其参与共建“一带一路”的亮丽底色。

构筑互惠互利绿色“新丝路”

自2019年以来，源自共建“一带一路”国家的油气权益产量连续4年保持在8000万吨以上，占我国石油海外油气权益产量的83%。中国石油在阿联酋、伊拉克、沙特等20多个国家形成了合同额超亿美元的规模市场，年均新签合同达60亿美元。在与共建“一带一路”50多个国家的油气贸易中，中国石油每年的贸易量超4亿吨，形成了1亿吨原油和1200亿立方米天然气的进口能力。

中国石油在共建“一带一路”国家已经形成了集勘探开发、管道运营、炼化化工、工程

服务等业务于一体的完整产业链，构筑了一条互惠互利绿色“新丝路”。在共建“一带一路”项目中，中国石油不仅投入了大量的资金，还带去了中国的先进技术，助力共建国家石油工业和经济社会实现跨越式发展，受到当地政府和民众的一致好评。

作为油气行业气候倡议组织(OGCI)唯一的中国企业，中国石油积极参与油气行业应对气候变化的行动，积极推动世界交通运输行业的碳减排行动。

油气开发环保为先

在共建“一带一路”油气项目中，中国石油始终坚持“在保护中开发，在开发中保护，环保优先”的原则。在能源合作项目上，中国石油倾尽全力，带来最新的创新工艺技术，对设备进行升级改造，努力在共建“一带一路”国家打造一座座绿色井场、炼厂，实现“气不上天、油不落地、水不外排、声不扰民”。

位于伊拉克中部的艾哈代布油田是伊拉

克战后重建的第一个对外石油合作项目，也是中国石油进入伊拉克的第一个油田开发项目。在油田建设过程中，中国石油以“合规、履约、环境友好、可持续发展”作为油田绿色开发核心理念，最大限度地降低了油田开发、生产、运营各环节对环境的影响。

在开发世界最大深水油田巴西巴西兹奥斯项目和里贝拉项目时，中国石油从开发之初就确定了“控碳”和“低碳”开发的注采模式。针对两大在产项目产出气高含二氧化碳的特点，每一艘深海浮式生产储卸油船(FPSO)均设计有产出气处理和二氧化碳注入模块，有效利用伴生高含二氧化碳产气回注驱油，最大限度地实现了低碳生产。

助力全球碳中和

在共建“一带一路”倡议的推进过程中，中国石油集团不仅注重传统油气业务的持续发展，更注重新能源的培育，大力发展天然气，积极布局地热能、碳捕集利用与储存

(CCUS)、太阳能和风能等业务，推动国际能源合作“向绿而行”，助力东道国实现减排目标。

土库曼斯坦的阿姆河天然气项目已具备年产140亿立方米的产能，为这个国家经济社会发展注入了强大动力。中国石油与合作伙伴在北极地区建成亚马尔液化天然气(LNG)项目，成为“冰上丝绸之路”的重要支点。在非洲，中国石油投资建设的尼日尔-贝宁原油外输管道部分站场采用了“光伏+储能+柴油发电机”系统供电方案，光伏装机容量达9.28兆瓦。

在碳市场方面，中国石油也积极参与并推动绿色贸易的发展。哈萨克斯坦奇姆肯特炼厂完成了首笔碳排放指标交易，成为这个国家首家开展碳交易的企业。

中国石油国际事业公司近年来深度参与欧洲生物燃料市场以及欧洲碳排放交易，并与英国石油公司签订了自愿减排量(VES)交易协议，加快推进国际贸易业务绿色低碳转型。