

春节消费亮点纷呈 世界看好中国商机

金蛇迎春，春到福来。中国“春节”申遗成功后的首个农历新年，中国消费市场亮点纷呈，“洋年货”走俏为海外企业带来巨大商机，中外游客“双向奔赴”为国际旅游业注入强劲动能。海外人士表示，看好中国市场前景，期待继续共享中国超大规模市场的机遇和红利。

供销两旺——“洋年货”走俏孕育商机

法国葡萄酒、智利车厘子……随着中国开放的大门越开越大，关税总水平不断降低，全球“尖货”成为中国人年货大礼包的重要元素。“洋年货”走进千家万户不仅满足了国内消费者日益多元化的需求，也推动海外企业与生龙活虎的中国市场携手成长。

法国葡萄酒是中国人春节餐桌上的常客。法国重要葡萄酒产区

奥克西塔尼大区国际经济发展局食品与酒业部门负责人凯瑟琳·马沙贝尔介绍，大区高度重视中国市场，积极参与进博会以及“从法国农场到中国餐桌”机制。

“2025年是农历蛇年，经销商准备了各种带有蛇图案的礼品盒来推广葡萄酒。”马沙贝尔说，大区葡萄酒经销商活跃在中国的大型商超、免税店、餐厅和酒馆。

为抓住春节商机，水果制品企业法国安德鲁集团推出了“甜蜜糖果礼包”等特色产品，增加了门店试吃、买赠等活动，收效明显。“我们的预期销量是往年同期的两倍以上，创春节销售业绩新纪录。”该集团中国区销售总监凌海燕说。

车厘子色泽红润、形状饱满，契合中国人喜爱的红色、圆满等意象，可谓春节送礼佳品。在智利水

果出口商协会车厘子委员会执行主任克劳迪娅·索莱尔看来，车厘子作为新春礼物承载了人们对幸福与成功的期盼。

索莱尔说，智利出口的车厘子超九成销往中国，中国市场需求旺盛使车厘子成为智利水果中的明星产品。智利央行统计公报显示，2024年该国车厘子出口额达35.74亿美元，居各类水果之首，较上年增长51.4%。

“双向奔赴”——中外游客“点燃”春节游红火景象

过大年要买年货、吃大餐，更要安排上丰富多彩的文娱活动。春节假期延长、免签国家增加等利好因素激发了中国游客的出境游热情，海外游客也利用来华便利政策加入春运人潮，沉浸式体验中国春节，中外游客“双向奔赴”为多国旅游业及经济发展注入新动力。

站在桑给巴尔岛洁白的沙滩上，中国游客李晨光和妻子赵

雪相视而笑。“这里可以看到塞伦盖蒂草原的动物大迁徙、湛蓝的印度洋，还有乞力马扎罗山的雪峰……”赵雪一脸兴奋地说。

有人钟情非洲的自然风光，也有人喜欢东南亚的热带风情。大年初二午后，新加坡“詹爷爷”冰淇淋摊前有近40人排队等候。“最近，中国游客占一半以上。春节前后，每天能比平时多卖大概20%。”年逾七旬的摊主詹培秋说。

随着赴新加坡的中国游客消费观更加多元化，闹市中充满文艺气息的百胜楼成为游客新宠。百胜楼一家设计书店老板阿卜杜勒·纳赛尔对中国游客印象深刻。“他们喜欢寻找独特的设计类书籍。”

这个春节，马来西亚吉隆坡国际机场也经历了“春运”。忙碌的机场记录了中国游客对热浪沙滩的期待，也见证了马来西亚游客对

中国北方冬日风光的憧憬。

“穿东北大花袄一起打卡‘冰雪大世界’雪雕冰雕、登长白山看天池、去东北饭馆品尝锅包肉……”跟团前往哈尔滨的马来西亚苹果旅游团领队周景郎向记者详述行程计划。

据中国国家移民管理局统计，今年春节假期全国边检机关共计保障1436.6万人次中外人员出入境，较去年春节同期增长6.3%。

春节是极具战略意义的商机。”坦桑尼亚旅游局局长埃弗拉伊姆·马富鲁说。

中国的春节，世界的年味，春节消费热潮为世界注入融融暖意。海外人士认为，随着中国出台更多经济提振措施，中国消费潜能将不断释放，新型消费将培育壮大，为高质量发展提供有力支撑，中国将继续为世界经济增长作出重要贡献。

(新华社北京2月5日电)

A股未来三年将迎万亿元保险增量资金

新华社北京2月5日电 近日六部门联合印发的《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》明确了中长期资金入市硬指标。业内人士表示，预计A股未来三年将迎万亿元保险增量资金。

方案明确，对商业保险资金，力争大型国有保险公司从2025年起每年新增保费的30%用于投资A股。证监会主席吴清说：“这也意味着每年至少为A股新增几千亿元的长期资金。”

国泰君安证券非银首席分析师刘欣琦认为，方案引导商业保险资金作为中长期资金提升入市比例，

预计每年将给A股带来4000亿元左右的稳定增量资金。

他指出，从保险公司资金运用的实际情况来看，“新增保费”可理解为保险公司的保费收入扣除赔付及费用开支后真正可用于投资的保险资金，也就是“新增保费=当年总保费-保险服务费用-业务及管理费用”。

从参与主体看，刘欣琦预计A股投资提升空间较大的主要为经营稳健、现金流充足的大型国有保险公司，如中国人寿、中国太保、新华保险、中国太平、中国人保等。经测算，大型国有保险公司2025年“新增保费”规模约1.3万亿元。

商务部回应美宣布暂停又恢复接收中国包裹等经贸关切

新华社北京2月6日电 商务部新闻发言人何咏前6日表示，希望美方能够顺应国际贸易发展趋势，优化监管，为跨境电商发展营造公平、可预期的政策环境，为本土消费者提供更方便、更优质优价的消费环境。

在商务部当天举行的例行新闻发布会上，有记者问：美国宣布自2月4日暂停来自中国大陆和中国香港的包裹，几小时后又恢复接收那些快递。请问对此中方有何反应？何咏前作出上述回应。

“无论一国的贸易政策如何调整，跨境电商本身所具有优势和特点并没有消失，仍然具有很强竞争力，国际贸易数字化发展的大趋势不会改变。”她表示，跨境电商直接满足消费者的个性化需求，到货快、节省费用，具有独特的优势，是国际贸易发展的重要趋势。美方近期对中国输美产品加征10%关税，并调整小额免税政策，这无疑将提高美国本土消费者的消费成本，降低购物体验。

何咏前说，中方不会主动挑起贸易争端，愿通过对话协商来解决分歧，但对于单边霸凌举措，一定会采取必要措施，坚决捍卫自身权益。

关税战威胁全球航运贸易

——访德国欧门集团总裁布拉赫

德国集装箱码头运营商欧门集团总裁米夏埃尔·布拉赫日前接受新华社记者专访时表示，美国新一届政府关税政策可能加重全球贸易壁垒，威胁全球航运贸易。

布拉赫说：“关税战是错误做法，不仅推高商品成本，削减贸易量，还可能干扰供应链，冲击全球海运需求。”

布拉赫表示，航运业在国际贸易中扮演重要角色，既面临能源转型和环保法规日益严格等长期压力，也受地缘政治冲突和贸易政策不确定性等因素影响。他呼吁各方携手合作，探索关税壁垒替代方案，确保自由贸易朝着正确方向前进。

布拉赫表示，全球贸易在过去几十年让各国联系更加紧密，不仅促进了经济繁荣，也对维护和平发挥了积极作用。他表示，海运是欧盟与中国贸易主要方式，“中国拥有世界领先的港口基础设施和航运能力。通过共建‘一带一路’和国际投资，中国为

全球物流体系优化作出重要贡献，在稳定国际贸易和推动全球经济增长方面发挥关键作用”。

作为欧洲主要的集装箱码头运营商，欧门集团多年来与中国企业保持密切合作。布拉赫介绍，欧门集团通过德国汉堡港、不来梅港和威廉港等主要集装箱码头，处理大量来自中国的货物，分拨至欧洲各地。这种紧密合作不仅促进欧门业务增长，也助力中国企业在欧洲市场扩展，是互利共赢典范。

上个月，连通中国宁波舟山港与德国威廉港的“中欧快航”直达航线成功完成首航。航程耗时仅26天，大大缩短了中欧之间货物运输时间，是目前中国长三角地区至欧洲最快的直达航线。

展望未来，布拉赫认为，欧中海运合作仍有巨大增长潜力。未来双方航运合作将朝着高效、可持续和智能化方向发展，“我们期待与中国企业进一步深化合作，互学互鉴，共同为全球航运业可持续发展作出贡献。”

(新华社柏林2月5日电)

西藏：消费热潮点亮高原新春

春节假期，拉萨街头张灯结彩。各大商场、购物中心人潮涌动，智能家电、新能源汽车等商品热销，电影购票、酒店民宿预订、美食团购等需求旺盛……

2025年春节假期，西藏消费市场活力十足。西藏自治区商务厅数据显示，1月28日至2月4日，重点监测的35家商贸企业累计实现销售额达3859.17万元，同比增长7.79%。餐饮、零售、旅游等重点领域消费需求旺盛，消费热度持续升温。

拉萨市嘎吉林广场的展销会上，汇聚了来自尼泊尔、俄罗斯、泰国等的特色商品，以及西藏本地的传统手工艺品和高原特色农产品。市民白玛德吉说：“我特意到嘎吉林广场看看进口零食，也想买点藏式饰品。”

热闹消费场景的背后，离不开人流物流的强劲支撑。春节期间，西藏民航旅客运输量达136197人次，货邮吞吐量达304.3吨。

“现在在满5000元减1000元的优惠活动，正好趁着假期换个新手机。”市民曹康早早地来到拉萨市区内的华为智能生活馆门口排队。春节期间，西藏开展“幸福西藏·惠享生活”活动，数码、汽车、家电等迎来消费高峰。

(新华社拉萨2月6日电)

蛇年春节消费火热

春节假期是返乡出行的好时机，也带来了支付消费热潮。盘点支付宝、微信等平台发布的数据可以发现，蛇年春节假期，多地出行消费火热的同时，不少特色经济也展现出十足活力。与此同时，跨境消费增长迅速。

新华社发 商海春 作



多地出行消费火热的同时，不少特色经济也展现出十足活力。与此同时，跨境消费增长迅速。

商家落实国补政策有待规范

中消协发布2024年消费投诉热点分析

中国消费者协会6日发布2024年全国消协组织受理投诉情况分析。从消费者投诉热点看，部分经营者在商品质量、营销和服务等方面存在问题，如部分商家落实国补政策不规范、“车辆统筹保险”投诉激增、“先学后付”隐患多……不仅损害了消费者的合法权益，也暴露了监管的短板。

部分商家落实国补政策不规范

消费者马先生于2024年12月16日，在某电商平台某品牌自营旗舰店支付8599元(原价为8999元，使用400元国家补贴)购买了一部手机。12月22日发现同款手机在其购买价格基础上降价700元，消费者按照平台客服要求重新下单价格为7899元(原价为8999元，使用400元国家补贴和700元平台优惠券)。消费者要求价格保护，但平台以新订单使用了400元国补为由，只支持价保300元。消费者投诉后，通过消协与商家进行了和解，在价保300元基

础上，另行补偿400元差价。

据中消协介绍，部分商家先抬高价格，再用国补优惠吸引消费者。消费者购买了国补商品后发现价格大幅下降，要求补差价，但被商家以“国补商品不参与价保”为由拒绝。有的商家未按承诺时间发货，或者以库存不足为由强制取消订单，导致消费者国补资格丧失。

中消协建议，相关部门进一步明确补贴政策细则，细化国补商品的价格计算规则，防止商家虚高定价或通过涨价等方式套补，侵害消费者利益。监管部门可重点加强对补贴商品价格的监测，对参与国补商品的价格波动进行动态监管，及时发现异常涨价行为。

“车辆统筹保险”投诉激增

消费者林先生称，在手机上看到某运输安全统筹服务有限公司发布的车险服务广告，该公司工作人员冒充知名保险公司，以可购买汽

车商业险为由诱骗其通过二维码进行付款。付款后消费者收到的合同显示是统筹服务，并非正规的商业险保单。

据介绍，中消协近期接到大量消费者投诉，反映一些“汽车服务公司”以保险公司名义对外销售“统筹保险”，冒充知名保险公司，将“统筹保险”包装成正规商业保险，消费者付款后才发现保单并非由正规保险公司出具，“统筹保险”公司客服电话无人接听、业务员失联，出险后只能到指定修理厂，面临赔付难等问题。消费者发现问题后要求退款，却遭遇商家拖延或拒绝。即使合同未生效，消费者提出退款时仍被收取高额手续费。

中消协有关负责人表示，销售车辆统筹业务的公司并非保险公司，其公司名称一般为“汽车服务公司”或“运输服务公司”，注册时也无需保险监督管理机构批准。此类公司的风险补偿能力及资金安全性相对较低，存在理赔难度大、跑路风险高等多重风险，建议消费者谨慎识

别，避免选择此类产品。

“先学后付”隐患多

消费者孙女士称，2024年12月，广州某咨询服务有限公司诱导其签订“先学后付”分期付款技能培训课程合同，客服称报名时只需交纳100元预定金，下个月才开始支付学费。事后，孙女士才发现自己在不知情的情况下被办理了贷款。

据了解，一些职业技能培训机构以“先学后付”的名义，诱导消费者未充分了解借款条款情况下办理“消费贷”。部分网购平台设置为默认勾选，并自动成为后续付款方式，且关闭步骤复杂。

中消协有关负责人表示，培训机构应明确告知消费者相关条款和风险，网购平台应加强身份验证、支付安全等，避免因误操作引发纠纷。建议监管部门加强对培训和电商行业相关业务的监管，确保其透明公平经营，防止侵害消费者权益。

(新华社北京2月6日电)