年中数据看南海发展

**开栏语**

今年上半年，南海实现地区生产总值(GDP)1633.17亿元，同比增长3.8%，增速分别比全国、全省、全市高1.3、1.8、1.0个百分点。

在多重压力之下，南海取得这样亮眼的成绩尤为不易。即日起，珠江时报推出系列报道，从重点数据透析背后的动因，呈现上半年南海区如何坚定信心逆势求变，以干的劲头拼的精神，全力以赴推动经济社会发展。

## 南海文旅消费券带动消费超1.71亿元——

# 小小文旅消费券 唤醒南海烟火气

盛夏的南海热浪袭人，与天气一样火热的，还有被1000万元文旅消费券点燃的热情。

今年上半年，南海区实现社会消费品零售总额619.59亿元，同比增长1.9%，总量和增速稳居全市五区第一。其中，“微度假到南海”文旅消费券活动自4月28日启动以来，截至7月26日，核销金额已超935万元，促进交易金额2916.08万元，累计带动消费超1.71亿元，杠杆效应达20倍，持续带动区域消费升温。预计到8月31日，南海将发放资金1000万元。

一张小小的文旅消费券，如何发挥“四两拨千斤”的撬动作用？亮眼数据的背后又有哪些故事？

■“微度假 到南海”特色旅游季启动以来，南海文旅市场热度明显提升。 珠江时报记者/廖明璨 摄

## 飞跃 文旅消费券核销率从10%到93%

4月28日，“微度假 到南海”特色旅游季启动，南海发布10条精品线路，并率先在全市发放1000万元文旅消费券。

鲜为人知的是，从方案敲定到正式发放消费券，筹备时间只有几天。

“为尽快提振文旅市场信心、释放消费需求，根据区委、区政府部署，必须在极短时间内拿出工作方案。”区文广旅体局业务科室负责人回忆，拟定实施方案、与支付平台对接执行细节、积极发动商家、策划宣传方案，每个工作人员都恨不得是孙悟空，可以分身72变。

最终，文旅消费券活动顺利启动，但这才是故事的真正开始！

首批上线参与活动的商家约60家，第一批文旅消费券发放后，首个周期核销率只有10%左右。焦虑！是当时的心情写照，但更激起科室的熊熊斗志，因为困难再多也没有办法多。

区文广旅体局领导马上召集团队召开碰头会，并邀请商家代表、“云闪付”负责人等参会展开“头脑风暴”。大家各抒己见，对包括商家范围不够广、发放形式仅限于线上、宣传力度不够等可能导致消费券核销率不高的原因进行分析，并商讨对策。

随后，区文广旅体局领导带队亲自拜访企业，宣讲政策，鼓励各大文旅企业带头参与活动，发挥示范带动作用。区文广旅体局还与各镇(街)持续发动属地商户参与，为商家提供活动宣传物料，进行消费券核销使用培训，完成消费券活动配置。广东银联也为入驻商家安排工作人员对接。

也是从那时候起，有关文旅消费券的工作群也从个位数增长到两位数。其中，光商家群就有2个，1个是发动商家参与活动，群里由“云闪付”工作人员对接参与活动的流程，由区文广旅体局人员进行政策宣讲和解读；另1个是商家对账群，负责活动后期服务。

而加入工作群的成员也在不断增多。一开始只是业务科室的工作人员，到后来，与文旅商户有关的行业管理科室人员都参与其中，镇(街)、相关协会也纷纷加入。“即使到凌晨，各个群也是非常热闹，发现问题、提出问题、解决问题，大家都拼了，只想把事情做得更好。”一名群内的文体基层工作人员说。

在各方的全力推动下，南海文旅消费券活动有了新突破。五一假期后，已有88家商户参与。从5月9日起，南海对文旅消费券的发放形式调整，线上领取占30%，70%则是分配到参加活动的文旅体市场主体线下门店现场扫码领取。及时的措施调整有效地引导消费者到线下实体商户消费，同时极大地提升了核销率。

由于核销率的提升，商家参与活动的热情也持续高涨。到了6月3日端午节，参与活动的企业已突破400家，适用范围也扩大到包括旅游景区、酒店、民宿、旅行社、营业性电影院、体育健身场馆、文博文创、书店、体育用品零售、研学基地(营地)及影剧院等11个领域。

除了增加商家覆盖范围，消费券的券面也进行了调整。“我们每天都会监测银联后台数据，并对比其他城市的做法，其中大额消费券最能抓住消费者的心。”区文广旅体局业务科室负责人表示，端午期间，南海增加了满200减100元和满500减300元的大额券，掀起了抢券热潮，大大促进市民的消费行为从“心动”变“行动”。

截至7月26日，南海文旅消费券核销金额已超935万元，核销率超过93%。期间促进交易金额2916.08万元，累计带动消费超1.71亿元，杠杆效应达20倍，拉动消费的效果显著。

“南海真正把文旅消费券用到了实处。”“云闪付”相关负责人表示，疫情以来，银联在省内多个城市也有开展消费券活动，但南海的核销率最高，很多城市关注的是消费券的发放总额，而南海最关注的是核销率，为此他们对发放和核销的各个环节多次复盘，务求做到精益求精。

## 精准 规上文体娱乐业营业收入增速超20%

■文旅消费券促进了旅游消费。这是南海·黔东南文旅消费券首发团活动。 珠江时报记者/穆纪武 摄

一张小小的文旅消费券到底有多大的能量？作为直接受益者，文旅企业最知道个中冷暖。

“这两年受疫情影响，经营状况大不如前，政府的文旅消费券给我们带来了不少人气。”中央广播电视总台南海影视城相关负责人介绍，5月文旅消费券带动了景区营业收入增长，对比活动未开展之前，消费收入增长了8%。暑假期间，影视城还会举办国风少儿形象大使选拔赛，并搭配文旅消费券活动，形成优惠叠加，相信影视城客流会有明显增长。

同样，位于里水镇贤鲁岛北洲村的陶花缘民宿受疫情影响经营，也一直处于维持状态。自加入文旅消费券活动后，生意逐渐升温，端午节入住率达到九成以上。“真心感谢政府的支持。”民宿负责人麦慧虹对暑假客流充满期待，“文旅消费券每周都会发放，这种分批次发放的方式，将会释放出持续效应，为民宿带来稳定客流。”

受疫情影响最大的旅行社，如何在困境中突围是业界共同关注的话题。今年以来，南海伴行者旅行社结合“微度假 到南海”主题，做起城市轻奢户外露营主题生意。文旅消费券的发放，促进了更多家庭、团体尝试性消费。今年5月份，该旅行社实现疫情以来的营收新高，同比之前营收增长了6~8倍。

据统计，端午假期(6月3日~6月5日)南海旅游收入同比2021年增长6倍，旅游人数同比增长4.5倍，过夜游客同比增长3.5倍。以文旅消费券带动节日消费效果显著，南海旅游市场呈现回暖复苏迹象。

在文旅消费券的带动下，全区文旅企业明显复苏。今年1至6月，南海区规上文体娱乐业营业收入2.36亿元，同比增速20.1%；规上住宿业企业的营业额为4.63亿元，同比增速1.5%。6月份南海住宿业国内接待人次总体环比增长16.3%，增幅明显。这些数据都是文旅消费券施策精准的佐证。

7月1日，“南海·黔东南文旅消费券首发团”从佛山站鸣笛出发。首发团共120人，原本999元的团费，团员在使用满500元减300元券后，只需699元即可畅游黔东南。随着疫情防控形势的稳定，南海万人游黔东南再次启动，进一步发挥南海文旅消费券的促消费作用，推动南海-黔东南东西部文旅协作，以游客输送对口帮扶黔东南。

## 共赢 文商旅融合 共促区域经济

除了文旅企业受惠外，不少商圈也借着文旅消费券活动搭上“便车”，“加码”自主策划营销活动，不断释放消费需求。

端午节期间，桂城顺联公园启动了“头号玩咖，啡同寻常”咖啡文创市集。短短3天吸引了超15万人次参加，公园里各类餐饮、茶饮、轻食类店铺营业额增长超150%。西樵镇则策划了“半山扒龙船”“盛夏光年”湖畔听音营地等一系列活动，在此拉动下，环西樵山游客达25万人次。特别是随着大额消费券的派发，西樵更是掀起了“过夜游”热潮，西樵山希尔顿欢朋酒店端午期间入住率接近100%；网红民宿“碧云山舍”更是一房难求，预订热度甚至持续到假期后。

进入暑假，各大商圈策划推出的活动更是“一浪接一浪”。

7月15日至17日，2022乐享南海缤纷消费节暨第三届南海汽车美食嘉年华在桂城保利MALL和灯湖西街举行。“我们在参与政府消费券活动的基础上，自己又拿出资金做优惠活动，多管齐下，刺激消费。”佛山保利MALL兼灯湖西街总经理陈子佳表示，活动期间，保利MALL和灯湖西街设置了52个美食摊位，消费者在摊位消费可抽取满50减25元、满30减10元、满10减5元等随机优惠。

陈子佳算了一笔账：仅三天时间，美食摊位和咖啡茶饮摊位累计销售便超30万元，保利MALL的客流同比提升39%，销售同比提升45%，商场内各零售品牌销售也实现明显递增。“人气很旺，市场很火，消费券的乘数效应明显。”他表示，嘉年华活动汇集了政府、平台、商家等多方资源，既减少了商家的营销支出，又吸引了众多市民主动消费，实现了多方共赢。

无独有偶，从7月15日起至8月27日，广佛智城也推出潮玩夜市和草地音乐节活动。活动期间，商圈客流量同比增长近60%。而千灯湖环宇城也于7月22日至24日“趁热打铁”推出啤酒节活动。仅仅三天，环宇城场内客流便突破30万人次，整体客流环比上升30%，同比上升35%，场内销售突破1500万元，环比上升25%。

“近年来，南海正在全力探索文商旅体融合发展的新消费场景，进一步活跃区域经济。”南海区文广旅体局相关负责人表示，下半年还将举办南海大地艺术节、四海网络红人节等大型活动，加速文商旅体大融合，让南海的烟火气更浓更燃。他透露，目前南海区文广旅体局正在筹划将文旅消费券活动延期，从原来的8月底延续到明年2月，希望通过持续发挥消费券的杠杆作用，不断释放政府稳经济、保增长、促消费的信号，为推动南海经济高质量发展注入强劲动力。

## 记者观察 比方法更关键的是担当

信心比黄金更宝贵，而消费就是最直观的“信心指标”。此次南海文旅消费券活动，无疑达到了多方共赢的良好效果。在这个过程中，我们充分感受到政府的担当作为，从文旅消费券的筹备组织到发放核销，精准施策、切合需求是其要义，更释放出南海区政府稳经济、保增长、促消费的强烈信号。

一石激起千层浪，在政府的鼓励和支持下，不管是文旅企业、商圈还是广大市民，都热情高涨地投入到这场热浪逼人的消费活动中，也造就了南海区实现社会消费品零售总额总量和增速稳居全市五区第一的亮眼成绩。

表面上看，这是消费券的作用，但更深层次的是南海上下“敢为人先”的担当精神。在采访过程中，一位基层文体骨干的话语让记者印象深刻。他说：“受疫情影响，很多地方开展文体活动都会瞻前顾后。一个地方如果长期没有线下活动，经济发展就会受到很大影响，一个区域的城市活力就会大打折扣。这个时候，政府释放的信号很重要，这也是南海区各部门、镇(街)在做好疫情防控措施下，不断策划组织各种文旅活动的重要原因。”

这是南海干部担当作为、干事创业的一个缩影。火车跑得快，全靠车头带。上半年南海经济数据之所以如此耀眼，比方法更关键的是担当精神。惟其艰难，才更显勇毅。我们有理由相信，勇于担当的南海，将会更加朝气蓬勃、活力迸发，开创更多新的荣光。

■端午假期，市民到佛罗伦萨小镇游玩。 珠江时报记者/刘贝娜 摄

文/珠江时报记者 黎小燕 通讯员 许雪花 金延婷