

王晓晖前往水利厅调研并主持召开专题会议强调 增强“时时放心不下”的责任感 把防汛减灾的弦绷得更紧工作做得更实

黄强一同调研并出席会议

华西都市报(四川日报全媒体记者 张立东)5月12日是第14个全国防灾减灾日,省委书记王晓晖前往水利厅调研,主持召开防汛减灾工作专题会议并讲话。他强调,防汛减灾无小事,安全责任大于天。要深入学习贯彻习近平总书记关于防灾减灾救灾工作的重要指示精神,增强“时时放心不下”的责任感,树牢底线思维、筑牢安全防线,把防汛减灾的弦绷得更紧、工作做得更实,确保安全度汛,确保人民群众生命财产安全。

省委副书记、省长黄强一同调研并出席会议。

会前,王晓晖、黄强来到水利厅,看望慰问省防汛抗旱指挥部值班中心的工作人员,调研了解我省今年汛期雨情水情汛情态势及应对举措,以及重点水库、重要防汛部位实时监测及水量调度情况。随后,王晓晖主持召开专题会议,听取省气象局、水利厅、住建厅、自

然资源厅、应急管理厅工作汇报,进一步研究部署防汛减灾工作。

王晓晖在讲话中指出,当前已进入汛期,正值山洪泥石流、山体滑坡、城市内涝等灾害易发多发的重要时段,防汛减灾形势复杂严峻、任务异常艰巨。全省上下务必保持如履薄冰的高度警觉,坚持人民至上、生命至上,全面落实党中央、国务院和省委、省政府部署要求,不断提升防汛减灾救灾工作水平,坚决防范遏制重大灾害和事故,全力保障人民群众生命财产安全。

王晓晖指出,要在思想认识上再提升,时刻绷紧防汛减灾这根弦。强化大局观念,保持清醒头脑,把安全度汛作为民生大事发展要事,坚决克服认识不足、准备不足、工作不足等问题,坚决克服麻痹思想、侥幸心理、松劲心态,迅速进入临战状态。加强宣传教育,引导群众不断提升防灾避险意识和自救互救能

力。要在监测预警上再提升,切实增强工作的预见性精准性。科学监测预警,进一步提升对雷暴、大风、冰雹等短时强对流天气的预报能力,提升对地灾发生的预警能力。及时发布信息,充分发挥“省市县乡村组点”七级群测群防体系作用,利用广播电视、“两微一端”、高音喇叭、敲锣吹哨等现代手段和传统方法,让预警信息以最快的速度直达有关部门和一线群众。科学组织转移避险,在灾害预警信息发布后、重大恶劣天气来临前、重大险情征兆形成时,坚决果断有序组织受威胁群众撤离并做好妥善安置。

王晓晖指出,要在隐患排查上再提升,最大限度补齐短板消除风险。组织开展“拉网式”“地毯式”全覆盖风险排查整治,抓好水利设施除险加固,深入推进地质灾害防治,大力推动城市内涝治理攻坚,做到防范在先、发现在小、处置在早。要在完善预案上再提升,全面

做好防大汛抢大险救大灾的准备。提高应急预案的质量,细化防灾、抢险、撤离、救援各项措施,加强预案实战演练,不断提升预案的针对性和实效性。强化力量准备,及时储备更新基础保障物资和设施设备,科学统筹安排各种专业队伍和救援力量,确保一旦发生灾情能够快速响应、有效救援。

王晓晖强调,要在责任落实上再提升,严把防汛减灾的每一道关口。严格落实汛期24小时值班和领导带班制度,各级党委政府要自觉担负主体责任,主要负责同志要亲力亲为、靠前指挥,坚决做到守土有责、守土负责、守土尽责。省防汛抗旱指挥部和地质灾害指挥部要加强部门联动和区域协作,省直相关部门和有关方面要结合各自职能职责分兵把守,形成工作合力。

省领导罗文、尧斯丹,省直有关部门和部分中央在川单位负责同志参加。

踔厉奋发新时代 治蜀兴川再跨越

消费市场“V”型复苏

四川社会消费品零售总额突破2.4万亿元

数读四川这五年

5月12日,四川省统计局发布分析报告,对过去五年全省消费品市场发展进行梳理总结。

2020年初暴发的新冠肺炎疫情给四川消费品市场发展带来一定影响。四川及时推出并持续实施了一系列稳增长、促消费的政策措施,居民消费信心提振明显,消费潜力有效释放,消费新增长点充分挖掘,四川消费品市场在疫情集中暴发期间短暂受挫后快速复苏、深“V”反转。

消费市场“V”型复苏 综合实力再上台阶

2020年,受新冠肺炎疫情影响,四川社会消费品零售总额增速出现罕见负增长,由2019年的增长10.4%反转到下降2.4%。随着疫情防控成效逐步显现,2021年四川社会消费品零售总额增速快速恢复到增长15.9%，“V”型复苏态势明显。

同时,2017—2021年,全省社会消费品零售总额从17404.4亿元跃上2万亿元新台阶,达到24133.2亿元,较2016年增长55.4%,年均增长9.2%,高于全国2.3个百分点,占全国社会消费品零售总额比重由2016年的4.9%提升至2021年的5.5%,提高0.6个百分点,在全国消费品市场总量中的排名于2020年提升至第6位,打破2011年以来长期位居第7位的格局。

城镇消费增速良好,乡村消费赶超加速。2021年,全省城镇居民人均生活消费支出较2016年增长30.5%,年均增

长5.5%;农村居民人均生活消费支出较2016年增长61.3%,年均增长10.0%。农村居民消费潜力释放快于城镇。

餐饮消费加快恢复,商品零售稳步发展。2016—2021年,全省住宿餐饮业依旧取得了可喜的成绩,餐饮收入实现了年均11.8%的增速,跑赢消费品市场年均增速2.6个百分点;商品零售年均增速为8.8%,低于消费品市场年均增速0.4个百分点。2021年,全省批零餐饮业恢复势头强劲,全年实现餐饮收入3349.6亿元,较上年提升34.9%,高于全国16.3个百分点;商品零售20783.6亿元,较上年提升13.3%,高于全国1.5个百分点。

市场主体持续增长,头部企业领跑明显。据统计,全省限额以上商贸单位数量从2016年的14357家增加到2021年的17580家,净增加3223家,年均净增644.6家。与此同时,激烈的市场竞争使得一批规模大、市场竞争力强的大型企业脱颖而出,在竞争中领跑消费品市场。

消费结构升级换代 服务需求增加明显

随着民生事业快速发展,居民消费形态进一步向多样化服务需求转变,消费的重点也从实物消费向服务消费转移,消费商品由以基本生活类为主转变为以升级类消费品为主,消费品市场提档升级。

富营养类食品消费比重上升。2017—2021年,限额以上单位粮油、食品、饮料、烟酒类商品年均增速15.0%,其中肉禽蛋类商品消费增速明显快于吃类消费,年均增速达17.3%,分别快于

烟酒类、粮油食品类、饮料类商品0.6个、2.5个、5.4个百分点。

升级类消费增长迅猛。2017年以来,书报杂志类、化妆品类、体育、娱乐用品类、通信器材类、家用电器和音像器材类、文化办公类等六类升级类商品增速较快,体育、娱乐用品类商品连续五年实现两位数增长。其中,限额以上体育、娱乐用品类商品,通信器材类商品,文化办公用品类商品,家用电器和音像器材类商品,化妆品类商品年均增长均超过10%,均明显快于限额以上单位消费品零售额年均9.2%的增速。

中高档汽车消费日益普及。汽车普及率越来越高,其高端消费品属性已悄然改变,逐步向生活必需品过渡。2021年,四川常住人口人均私人汽车拥有量为0.14辆,较2017年增长35.1%。汽车销售平均单价从2016年的13.0万元/台提高到2021年的14.2万元/台,汽车类消费逐步进入升级换代阶段。

实体消费不断创新 互联网+消费日新月异

四川居民消费不断升级,消费内容不断扩展,消费观念更加个性化和多元化,消费模式不断更新。

商业综合体蓬勃发展。城市商业综合体数量从2017年的80家增至2021年的109家,年均增长8.0%。从城市商业综合体驻扎商户情况看,商户数由2017年的11326个增至2021年的20986个,年均增长16.7%;从销售情况看,2021年商业综合体全部商户商品销售额(营业额)717.8亿元,比2017年增长97.7%,年均增长14.6%。城市商业综合体成为了四川消费品市场的新名片。

网络零售欣欣向荣。2021年全省实现网上零售额3889.1亿元,总额是2016年的2.5倍,年均增长20.1%。2021年,全省限额以上单位实现网络零售额1565.1亿元,年均增长25.6%。其中,实物商品网络零售额年均增长25.4%,网络餐饮收入年均增长40.8%。

重点网上交易平台规模不断壮大。四川重点网上交易平台实现了从少到多的历史性飞跃。2016年全省仅有6家重点网上交易平台纳入统计,2021年增加至9家,2022年再增加1家,达到10家,首次跨上两位数台阶,拥有重点网上交易平台的市(州)也由2个增加为5个。从平台交易额来看,2021年9家重点网上交易平台共实现交易额78.1亿元。

连锁企业屡创辉煌。2021年,全省限额以上连锁企业共246家,是2016年的1.7倍,年均增长11.5%。2017—2021年,限额以上批发零售业连锁企业从135家发展到229家,年均增长15.3%,门店数从11736家扩大到17518家,年均增长5.7%,实现销售额从763.9亿元增加到1202.4亿元,年均增长9.5%。

消费新增长点异彩纷呈。2021年成都引进各类品牌首店717家,位居全国第三,成功入选首批国家文化和旅游消费示范城市、体育消费试点城市。

此外,区域消费市场竞相发展。从五大经济区结构看,成都平原经济区对全省贡献最为突出,2021年实现社会消费品零售总额14729.8亿元,较2016年增长53.6%,年均增长9.0%,总量在全省的占比超过六成。

华西都市报-封面新闻记者 熊英英