

第112届全国糖酒商品交易会在蓉启幕

3月24日，“雪山下的公园城市”成都迎来一场跨越七十载的甜蜜之约。第112届全国糖酒商品交易会开幕欢迎会启幕，行业人士和各界代表齐聚蓉城，与直播平台百万线上观众共赴以“糖酒盛会七十载 乘风破浪正当时”为主题的行业盛典。

七秩征程：成为全球食品流行风向的“解码器”

自1955年首届北京西苑大旅社举办的全国供应会开始，到今年糖酒会走过了七十年。七十年间，从计划经济时代的物资调剂平台，蝶变为在全球食品酒类行业具有广泛影响力的综合性展会，糖酒会交易额从早期数千万元增长至近年的数百亿元。蝶变的背后，是中国人从“票证时代”到“品质消费”的集体记忆：1957年机制糖年产量62万吨，2024年产量已达972万吨；从“买不到、吃不起”的稀缺品，到“米其林”“黑珍珠”的餐桌美学，糖酒会始终是中国民生改善的鲜活注脚。而今，糖酒会不仅是中国食品行业“晴雨表”、中国酒业“风向标”，更成为全球食品流行风向的“解码器”，见证中国从“跟跑”到“领跑”的跨越。

第112届全国糖酒会展览面积达32.5万平方米，吸引了超6600家展商参展。一方面，首次设置人工智能设备专区，吸纳头部科技企业，展示全球人工智能最新技术在食品行业的最新应用成果。另一方面，还首次设置健康食品及科技服务专



▲3月25日，第112届全国糖酒商品交易会在成都开幕，现场人潮涌动。 雷远东 摄

◀国外参展商“盛装”招商。 雷远东 摄



区，重点展示低GI食品、临床营养食品、药膳食品、科技服务等。除了展览，还有聚焦行业研讨的会议和赛事。

道不尽的成都缘 38年与糖酒会“共生共荣”

从1987年糖酒会第一次在成都举办，再到2010年，春季糖酒会永久落户成都。盛会与城市双向奔赴，成都是全国举办糖酒会次数最多的城市。

1987年，为了配合糖酒会的召开，成都专门成立了糖酒会历史上最早的会展机构“成都商品交易办公室”，为成都的会展经济敲开了大门。1994年，糖酒会在成都最先突破100亿元成交额，糖酒会自此进入百亿时代。

从零散的展馆到沙湾会展，从世纪城新会展再到西博城，成都人熟悉糖酒会，全球客商也看好在成都的商业互动。

当天开幕式上，揭晓了“同行功勋奖”“行业贡献奖”“城市荣耀奖”“特别贡献奖”四大重磅奖项，致敬七十年征程中的功勋力量。成都是获得“特别贡献奖”的唯一城市，以表彰其38年与糖酒会“共生共荣”的传奇。

自1987年首次结缘以来，成都凭借其深厚的商贸基因与蓬勃的创新活力，不断推动糖酒会从单一展馆向全城拓展，逐步实现了会展与城市深度融合。不仅丰富了糖酒会的内涵，更成为成都建设世界文化名城的重要抓手。2024年，成都首次提出将“展”升级为“节”，这一创新举措极大拓展了糖酒会的影响力和经济带动效应，直接带动服务业增收超百亿元。今年，成都进一步将“展”升级为“季”，打造了一个更具规模、更具影响力的城市节庆品牌。这一升级不仅涵盖了传统的展览展示，还融合了文化体验、美食盛宴、旅游观光等多元元素，进一步推动了会展与城市生活的深度融合，为城市经济、文化和社会发展带来了新的增长极。

华西都市报-封面新闻记者 赖芳杰

今年扩消费怎么干？商务部这场发布会划重点

更好地发挥以旧换新政策效能、促进外贸优品消费、扩大入境消费……记者从商务部25日举行的专题新闻发布会上获悉，商务部将围绕扩消费开展四方面工作。

——升级商品消费，稳住消费大盘。商务部消费促进司司长李刚说，将在去年政策基础上，扩大消费品以旧换新补贴范围、加大补贴力度、优化服务措施，更好发挥政策效能。还将加快推进内外贸一体化，促进外贸优品消费；顺应消费发展趋势，培育国货“潮品”消费增长点；开展汽车流通消费改革试点，扩大汽车后市场消费。

据介绍，截至3月24日，今年全国汽车以旧换新申请量合计超过150万份，消费者购买12大类家电以旧换新产品超过2800万台，4500多万名消费者申请了5600多万件手机等数码产品的购

新补贴，电动自行车以旧换新已经超过220万辆。

今年年初，商务部等8部门发布《关于开展汽车流通消费改革试点工作的通知》。李刚说，目前商务部正指导各地商务主管部门会同相关部门有序开展试点申报工作，加紧编制试点工作方案。后续将按照“成熟一批、启动一批”的原则，分批研究确定试点城市名单。

——扩大服务消费，挖掘消费增量。李刚说，将实施服务消费提质惠民行动，围绕餐饮、家政、养老、文旅、体育等服务消费重点领域，组织开展“服务消费季”“中华美食荟”等系列消费促进活动。

针对高品质服务供给不足和群众关心的服务质量的问题，商务部服贸司副司长王波介绍，一方面，推进服务业扩大开放综合试点示范，推动互联网、文化等领域有序开放，扩大电信、医疗、教育等

领域开放试点。另一方面，从放宽准入、减少限制、优化监管等方面入手，扩大健康、养老、托幼、家政等多元化服务供给。开展生活服务招聘季活动，实施家政服务员技能升级行动。

——培育新型消费，增强消费动能。李刚说，将积极推进首发经济，培育一批有影响力的首发平台载体；发展数字消费，通过完善发展环境、深化数字消费提升行动、培育品质电商等举措，释放数字消费潜力；培育“人工智能+消费”，促进人工智能消费终端进千家万户、人工智能商业终端进千万商店；促进“IP+消费”，畅通IP授权、商品开发、营销推广全链条；发展绿色、健康等新型消费。

数字消费是新型消费的重要组成部分。商务部电子商务司副司长王鹏飞说，将加强数字消费相关政策研究，深化专项提升行动，聚焦数字产品和服

务、内容和渠道等方面，指导各地推出务实举措。

——创新消费场景，激发消费活力。围绕促进消费场景创新和需求潜力释放，李刚重点介绍了两项工作。一是开展“购在中国”系列活动，将聚焦绿色、智能、健康、文旅等消费新增长点，组织开展系列活动。二是提升离境退税政策效能，会同相关部门出台针对性的政策措施，增加退税商店数量，优化退税服务，便利境外旅客在华购物，扩大入境消费。

商务部流通发展司一级巡视员张祥说，在城市，将实施城市商业提质行动，以“百街千圈”为目标，构建以示范步行街（商圈）为引领，特色商业街区为支撑，一刻钟便民生活圈为基础的城市商业格局。在农村，将持续健全以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业网络。

（新华社北京3月25日电）

（上接02版）

“过去更多的是要求群众去做事，现在更多的是党员干部给群众办事、做服务，这是一个根本的变化。”习近平总书记说，“要持续为基层减负，让基层干部能够用更多时间和精力来服务群众。”

只有卸掉应减之负，方能勇担应担之责。

对此，习近平总书记高度重视，在国内考察中多次走进乡村、社区等，关心为基层减负措施落地实效。

在重庆看社区报表，深刻指出“为基层减负要明确权责，不能什么事都压给基层”；在青海谈党纪学习教育，郑重强调“持续深化整治形式主义为基层减负”；在甘肃问减负成效，鲜明提出“干好有用的事，少做无用功，需要上下各方面共同努力”……

以习近平总书记为核心的党中央把为

基层减负的政治责任扛在肩上，引领全党树立起为基层松绑减负、激励干部为民服务的实干导向。

从确定“基层减负年”，到印发《整治形式主义为基层减负若干规定》，中央作出一系列决策部署，为基层治理赋能增效。从开展“一网统管”“一表同享”改革，到做实乡镇（街道）的“吹哨”调度权、考核评价权、人事建议权等，各地区各部门落实具体举措，促广大干部担当作为。

一组最新数据，正是变化的生动写照：

整治基层“滥挂牌”问题，将村（社区）办公场所外部各类牌子规范为4至6块；

以省部级党政机关名义举办的节庆、展会、论坛活动数量分别压减46.3%、65.2%、48.3%；

……

如今，越来越多的基层干部走出机

关，走进群众，主动把问题解决在基层、把困难攻克在一线，推动基层治理体系和治理能力现代化建设持续加强。

加强作风建设是一场攻坚战、持久战。

当前，“人情社会”“面子文化”积习尚在，一些“官场潜规则”惯性仍存，一些地方整治形式主义“一刀切”“搞变通”引发新问题，滋生“四风”和腐败的社会文化土壤并未根除，改进作风道阻且长仍需久久为功。

今年全国两会闭幕仅一周，3月17日至20日，习近平总书记来到贵州、云南两地考察调研。

在贵州，强调“各级党组织要精心组织，推动党员、干部增强定力、养成习惯，以优良作风凝心聚力、干事创业”“要坚持党性党风党纪一起抓、正风肃纪反腐相贯通”；

在云南，要求“各级党组织和广大党员、干部要自觉增强学习教育的责任紧迫感，联系全面从严治党的形势任务，联系本地本部门本单位这些年抓作风建设的具体实践，进一步吃透中央八项规定及其实施细则精神，把握相关纪律处分条款，为查摆问题、集中整治打牢思想政治基础”……

聚焦刚刚启动的深入贯彻中央八项规定精神学习教育，习近平总书记划出清晰重点、提出明确要求，传递出一以贯之贯彻落实中央八项规定精神，把作风建设进行到底的鲜明信号。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下，新时代中国共产党人庄严宣示——

八项规定已经深刻改变中国，八项规定还将继续改变中国！

（新华社北京3月25日电）