[경제관찰]

길림성 소비품 보상교환판매 어떻게 진행되고 있나?

- '정부 + 기업' 이중 보조정책 기초상에서 가전 생산・판매 기업에서도 5% 이상 우대
- 소비자 일회성 정액 보조금 지급, 보조 한도액 1만원 또는 7,000 원
- 애플릿에 낡은 가전제품 정보 올리면 직접 찾아가 회수

천가만호의 소비는 현단계 시장 류통의 막힌 점을 반영해주며 업그레이드 발전의 기회도 내포하고 있다.

년초에 상무부는 관련 부서와 함께 〈소비품 보상교환판매(以旧换新) 추진 행동방안〉과 〈자동차 보상교환판매 보조금 실시세칙〉을 발부하여 소비품 분야의 새것으로 바꾸기 행동을 시작했다.

보상교환판매는 우리의 목표지만 '바로 바꾸기'가 소비자의 보편적인 공감대는 아니다.

어떻게 소비자의 '새것으로 바꾸기'를 인도, 지지할 것인가? 어떻게 보상교환판매 행동을 통해 생산자에 대한 소비자의 전도(传导)를 실현하고 소비사슬의 전면적인 질 제고와 업그레이드를 촉진할 것인가?

아직 돌아가는데 왜 바꾸나?

"잘 돌아가고 있는데 왜 바꾸냐?" 만원짜리 쌍문 랭장고를 사기 전에 장춘 시민 장녀사는 전화로, 위챗으로, 누렇게 변색한 고물 랭장고 앞에서 부모님을 반복적으로 설득해야 했다. "내가 결혼하던 해에 산 랭장고이니까 20년이 다 되여가는데…" 장녀사 부모 집의 랭장고는 소음이 크고 에너지 소모가 높으며 랭장실 결빙이 심해 80세 넘은 부모가 한번씩 얼음을 제거하는 데 반나절이 더 걸리는 형편이였다.

평생을 근검하게 살아온 장녀사의 부모는 고물 랭장고를 180원으로 값을 치고 거기에 만원을 들여 새것을 바꾸는 데 영 달통이 안돼했다.

관념 차이의 근본은 경제 발전 단계의 차이에 있다.

이전 사람들이 '절약'한 것은 국가의 생산능력이 부족했기 때문이며 내가 좀 절약하면 다른 사람들이 조금은 넉넉해질 수 있었기 때문이다. 지금은 생산이 크게 발전하고 공급도 더욱 충분하다. 가정마다 '약간씩 바꾸면' 경제 발전의 내부순환이 조금 빨라지고 발전의 내생동력도 한층 강해진다.

이런 도리외에 장녀사 일가가 공감대를 형성하도록 촉진한 데는 보상 교환판매 정책도 한몫했다.

가전제품 보상교환판매 홍보 포스터가 눈에 띄는 장춘 구아백화점 가전 코너에서 랭장고 점장 변구는 장녀사를 위해 하나하나 계산해주었다. 국가에서 10% 보조, 상가에서 10%를 더 보조하다 보니 1만원 좀 넘는 랭장고는 8,000 여원이면 구매할 수 있었다. 고물 랭장고는 회수 전담자가 집에 가서 회수해가고 새 랭장고는 지정 자리에까지 설치해주고…

장녀사는 선자리서 부모님의 랭장고를 그렇게 바꾸기로 했던 것이다.

4월말에 우리 성은 '정부 + 기업' 이중 보조정책을 내온 기초상에서 가전제품 생산, 판매 기업에서도 5% 이상의 우대정책을 내오도록 하여 큰 폭으로 가전제품의 보상교환판매를 지지하고 있다.

"올해 5월은 지난 동기보다 판매량이 60% 이상 늘었다."며 변구는 보상교환판매 활동이래 가게 판촉 강도도 확대돼 고객이 뚜렷이 증가되였다고 말한다.

성상무청 류통업발전처 처장 조천명에 따르면 보상교환판매 정책을 실시한 지 40일도 안되여 해당 가전제품 교역량은 4만여대에 도달, 직접적으로 가전제품 판매액 2억여원을 견인했다.

새로운 정책 실시의 좋은 점?

날씨 원인 말고도 고객이 많아져 장춘시 광곡거리 비야디 4S점은 에어콘 온도를 최저점으로 설정했다. 보상교환판매 우대정책 실시이래 매일 찾아오는 손님이 배로 늘었다고 한다.

언선생은 2010년에 산 낡은 차를 신에너지차로 바꾸는데 '상가 우대 + 국가 보조 + 고신개발구 소비 우대권'으로 약 2만원 절약했다고 한다.

〈길림성 자동차 보상교환판매행동 실시방안〉에 따라 소비자는 일회적으로 한도액 1만원 또는 7,000 원을 보조받을 수 있다.

보조금 정책은 시장이 고급, 지능, 록색의 방향으로 정확하게 승격되도록 인도하고 있는바 시장은 에너지 소모가 높고 오염이 큰 제품을 '밀어내' 록색 발전에 더욱 많은 공간을 마련해주고 있다.

성상무청 시장체계건설처에 따르면 올해 전 5개월간 지난 동기보다 91% 증가된 8만 7,800 대의 폐기된 자동차를 회수하고 자동차 등록량이 새로 15만 1,000 대 증가되였는데 이는 지난 동기보다 46.7% 증가된 수치다.

낡은 것을 새것으로 바꾸는 사이에 전 산업사슬이 기세를 몰아 강대해졌다.

2022년말 우리 나라 1,000명당 자동차 보유량은 이미 226대에 달했으며 주민 평균 100가구당 에어콘, 랭장고, 세탁기, 채색텔레비죤 보유량은 각각 133.9대, 104.2대, 99대, 118.9대에 달했다. 방대한 데이터의 배후는 보상교환판매의 거대한 잠재력을 보여준다.

5월에 성상무청은 '폐기된 가전제품 보상교환판매' 위챗 애플릿을 개통했다. 소비자가 낡은 가전제품 정보를 올리면 관계자가 찾아가 회수한다. 소비자는 실시간으로 낡은 가전제품의 회수 진도를 조회할 수 있는데 이는 가전제품의 보상교환판매 전반 사슬의 완전성을 보장하였다.

"보상교환판매 정책의 출범은 성내 재생자원 업종의 규범화 발전의 계기로 된다." 길림성재생자원그룹회사 총경리 왕운화에 따르면 올해 우리 성에서 출범된 일련의 보상교환판매 정책은 '낡은 것을 빼내고 회수하는' 고리를 고려했으며 정부부문은 그 전반 과정, 전반 사슬에 대해 더욱 정확하고 세밀한 감독관리와 지도를 진행하여 업종의 규범화 발전에 현실적 의거를 제공했다.

'낡은 것 회수' 후에는?

낡은 것을 새것으로 바꾸는 것은 단순한 폐기가 아니라 창조적 전환, 정밀화 발전의 전주이다.

"파철무지는 사실 먼지를 쓴 보물이다." 왕운화에 따르면 폐차(소형 자동차) 1대가 정밀하게 분해되면 약 36키로그람의 고무, 70키로그람의 플라스틱, 740키로그람의 철, 100키로그람의 알루미니움을 회수할 수 있고 1톤의 폐기 휴대폰은 금 400그람, 은 2,300그람을 추출할 수 있으며 일반 랭장고 1대는 플라스틱 9키로그람, 철 38.6키로그람, 동 1.4키로그람을 재활용할 수 있다.

보상교환판매 정책의 동풍을 타고 부대적 써비스와 차생 업종이 신속하게 발전하고 있다.

5월에 우리 성 제1회 물물교환축제가 개막되였고 취팔방(聚八方) 치환 플래트홈이 개통되였다. 플래트홈 창시자 리협은 보상교환판매는 정책 기회이자 업계 풍구(风口)라고 한다. 플래트홈을 통해 교환 재고 정리, 교환 구매, 교환 마케팅 등을 전개해 상품의 류통 효률을 효과적으로 향상시키고 상품 재고 원가를 낮출 수 있다. 플래트홈은 이미 300개 기업, 2,000 여종의 상품을 입주시켜 상품류통 효률이 매우 높으며 '인터넷 + 물물교환' 시장이 점차 확대되고 있다.

낡은 것에서 새것에 이르기까지 더 많은 집단이 리익을 얻도록 이끌고 있다.

장춘 광곡거리 비야디 4S점 투자자 소혜령은 기자에게 우리 성의 자동차 보상교환판매 정책이 출범된 이래 매장 월 판매량이 두배로 늘어나고 10만원 이상의 신에너지 차종 판매량이 매장 총 판매량에서 차지하는 비례가 15% 늘어났다고 말한다. 치환업무의 광범위한 전개로 중고차 판매업무도 10% 성장하여 더욱 많은 사람들이 가격이 착한 차를 몰고 더욱 자유롭고 편리한 생활을 누리게 되였다고 한다.

/ 길림일보

우리 성 소고기 제품 생산 판매 왕성

일전 성목축국에 따르면 올해 우리 성은 '백만마리 고기소 사육량을 늘이고 도축량을 배로 늘이는' 돌파성 임무에 초점을 맞추어 제3산업으로부터 심입하는 것을 견지하고 마케팅 고리를 확대 강화하며 제2산업 도축 가공업의 량적 확대와 질적 향상을 고무하여 제1산업 사육업의 지속적이고 건전한 발전을 이끌고 있다.

'브랜드 육성'을 틀어쥐고 선두기업의 견인 능력을 향상시켰다. '길림소 중국 제일'(吉牛中国牛)이라는 핵심 주제를 둘러싸고 공용 브랜드, 기업 브랜드, 제품 브랜드 선전을 전개하며 실속있는 호월(皓月) 옥금흑소(沃金黑牛), 샘물을 마시며 산속에서 자란 연변황소, 화전소(桦牛), 생태사육 자연향 성개(城开) 길림소, 길소목(吉小牧) 소 등 계렬 브랜드를 육성, 출시했다. 상반년에 전 성적으로 도축한 고기소는 지난 동기보다 123% 증가한 22.1만마리에 달했다.

'판매 경로 개척'을 틀어쥐고 판매지역의 시장 점유률을 높였다. 고기소산업 발전 홍보 영상물, 투자유치 카탈로그와 제품 명부를 제작 발부하고 15개 기업을 조직하여 상해서아국제식품전람회, 안휘성 환미(皖美) 농산물전문 추천소개, 길월(吉粤) 생산 판매 련결 협력활동, 길림소 밀키트(吉牛预制菜) 연구개발 협력에 참가했다. 경동, 타우보, 핀둬둬 등 11개 플래트홈과의 협력을 심화하고 남방항공회사와 함께 '항공운수' 통로를 열어 우리 성의 '신선한 소고기'가 생산지에서 판매구까지 '아침에 발송해 저녁에 도착'하도록 했다. 상반년에 전 성적으로 지난 동기보다 146% 증가한 1만 4,700톤의 소고기를 타성으로 조달했다.

'발전 촉진'을 틀어쥐고 1, 2, 3산업의 융합 수준을 계속 향상시켰다. 생산구조 최적화, 표준체계 완비, 품질 향상에 초점을 맞추고 산업사슬을 연장하고 옥금흑소, 연변황소, 앵거스(安格斯)소 등 중고급 고기소 품종 사육 비중을 부단히 제고하며 도축기업이 숙식, 밀키트 등 4가지 큰 품목에 730가지 제품을 연구개발하도록 인도하고 목축업 + 관광업, 농업 + 목축업 순환경제 발전을 협동 추진해왔다. 상반년에 전 성 고기소 전 산업사슬의 생산액은 지난 동기보다 9.1% 성장한 1,205억 7,000만원에 달했다.

/ 길림일보

중국해양석유그룹에 따르면 해남도 동남쪽 해역 릉수(陵水) 36-1 가스전에서 세계 첫 초심해의 가장 얕은 해역 천억립방메터 넘는 대형 가스전을 탐색해내 해양 석유가스 탐사리론 령역의 중대한 혁신을 실현하고 글로벌 기술 공백을 메웠다. 릉수 36-1의 천억립방메터 초심해 가장 얕은 해역 가스전 발견은 '심해 1호', '심해 1호' 2기에 이어 심해 석유가스 자주 탐사 분야에서 이룩한 우리 나라의 또 하나의 중대한 성과이다. 우리 나라는 앵가(莺歌)해, 경동(琼东) 남과 주강구 3대 분지의 천연가스 지질매장량이 루계로 만억립방메터를 초과하였음을 확인했다.

/ 중앙TV 방송넷

송원시, 저공 관광 새 항로 개척

챠간호 제1회 항공문화관광주 에어쇼(飞行表演)의 한 장면

일전, 챠간호 제1회 항공문화관광주 활동이 진행돼 송원시 관광업 발전에 새로운 원소를 주입하였다. 젊은 세대의 사랑을 많이 받는 이 신흥 관광 방식도 지방경제 발전을 추진하는 신질생산력으로 된다.

송원 챠간호공항에 들어서면 정교한 비행체 한대가 출발 대기중에 있다. 비행 관광 프로그람을 체험하고 난 북경 관광객 리충상은 "비행 체험은 정말 짜릿하다! 이렇게 높은 시각에서 챠간호의 아름다움을 보는 것은 내 일생에 잊을 수 없는 추억이 될 것이다."고 말했다.

챠간호공항은 길림성 통용항공업무의 선행 시범 공항으로 길림성 문화관광청으로부터 저공 관광 시범 공항으로 확정되여 송원 관광업의 형태 전환과 고도화를 추진하는 중요한 엔진으로 되였다. 올해 5월부터 챠간호공항의 고공 락하산 종목은 관광객들로부터 화끈한 인기를 끌었는바 지금까지 480여명의 관광객을 접대했다. 공중에서 챠간호의 전모를 굽어보고 그 비길 데 없는 아름다움과 장관을 느끼는 것은 이미 챠간호 유람중 많은 관광객들의 필수 옵션이 되였다.

최근년간 송원시는 통용항공산업의 발전을 촉진할 데 관한 국가의 호소에 적극 호응하여 당지의 풍부한 자연자원과 우월한 지리적 위치를 충분히 리용하고 항공문화, 아름다운 경치, 미식, 오락 체험이 일체화된 몰입식 항공 문화관광 브랜드를 적극 구축하여 저공 관광을 대대적으로 발전시켜왔다.

장령항공비행캠핑지는 첨단 활주로와 격납고(停机库) 등 시설을 갖추고 있을 뿐만 아니라 다양한 모델의 비행체를 리착륙시키고 운영할 수 있으며 동시에 무인기 조종 훈련, 항공과학보급 연구학습 등을 제공하여 관광객들이 전방위적인 항공 써비스를 누릴 수 있도록 하고 있다. 송원시 저공 관광의 중요한 담체로서 장령항공비행캠핑지는 2023년에 개통된 이래 이미 연인수로 수만명의 관광객을 접대했다.

"저공 관광은 관광산업의 혁신과 발전일 뿐만 아니라 지방경제의 형태 전환과 고도화를 추진하는 강대한 동력으로 된다. 우리는 계속하여 국내외 유명 항공기업과의 협력을 심화하고 저공 관광의 품질과 써비스 수준을 부단히 향상시켜 더 많은 사람들이 저공 관광의 매력과 편리함을 체험할 수 있도록 할 것이다."라고 송원시문화라지오텔레비죤방송관광국 관계자가 밝혔다.

비행기가 챠간호반의 푸른 하늘과 흰 구름 사이를 누비며 저공 관광의 새로운 장을 엮고 있다. 이는 관광 번영에 관한 이야기일 뿐만 아니라 더우기는 송원시가 경제 도약을 향해 나아가는 참신한 기점이기도 하다.

/ 길림일보

제1 자동차그룹

'아우디' 루계로 900만대 판매 돌파

제1 자동차그룹 - 폭스바겐아우디자동차유한회사의 '아우디' 자동차가 일전 루계로 900만대 판매 선을 돌파해 중국 럭셔리 자동차 시장을 지속적으로 선도해가고 있다. 이 기념비적인 성과는 '아우디'가 중국 럭셔리 자동차 시장에서 차지하는 지위와 영향력을 과시했다.

중국제1 자동차그룹과 '아우디'는 합작한 지 36년 되는 동안 시종일관 '중국에서 중국을 위한다'는 리념을 견지해왔다. 제1 자동차그룹 '아우디'는 이미 현지화 정도가 가장 높은 럭셔리 자동차 브랜드가 되였고 글로벌 표준으로 중국 사용자의 수요에 더욱 적합한 럭셔리 자동차를 만들어냈다. '아우디'는 첫번째 100만대 판매 달성에 22년이 걸렸고 두번째 100만대 판매 달성은 3년이 걸렸으며 이번 아홉번째 100만대 판매 달성은 1년여 밖에 걸리지 않았다. 중국 시장을 겨냥한 제품의 현지화 연구개발 체계의 구축과 업그레이드로 제1 자동차그룹 '아우디' 제품은 점점 더 중국 고급차 사용자들의 환영을 받고 있다.

중국 자동차 시장의 전기화 소비 물결에 직면하여 제1 자동차그룹 '아우디'는 시장 피드백을 바탕으로 현지화 소비 수요에 부응하는 전동화 제품을 신속하게 출시하였는데 럭셔리 순수 전기 SUV e-트론, Q4 e-트론, 럭셔리 순수 전기 GT 스포츠카 e-트론 GT, RS e-트론 GT 등 여러 차종을 포함하여 국산과 수입을 다양하게 병행하는 방식으로 산하의 고급 전기 차종을 풍부하게 하고 있다.

제1 자동차그룹 '아우디' 관계자는 900만대 판매 실적은 제1 자동차그룹과 '아우디'가 36년간 중국 시장을 깊이 개척해온 성과의 총화이자 미래의 휘황한 출발점이라면서 제1 자동차그룹 '아우디'는 중국 사용자의 수요에 더욱 부합하는 새로운 제품 매트릭스를 구축하는 동시에 시대의 맥박을 따라 디지털화 생태 소통 온라인 플래트홈을 구축하여 사용자의 목소리를 경청하고 사용자의 수요에 응답하며 브랜드 건설과 사용자 체험을 부단히 강화함으로써 '천만명 사용자' 시대의 리정표를 향해 매진할 것이라고 표했다.

/ 길림일보