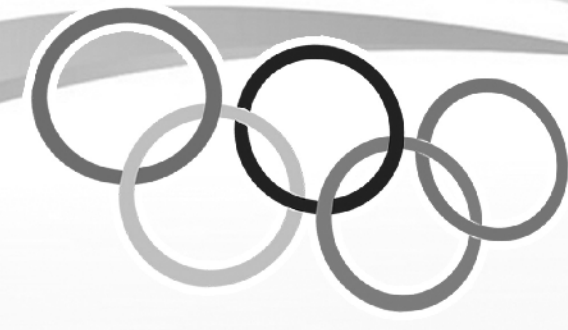


·市场扫描·



奥运热

助推全民健身消费升级

■ 本报记者 彭园园 本报见习记者 朱卓

“更快、更高、更强——更团结”！随着2020东京奥运会的大幕拉开，夺金捷报频传，国内体育消费热度也持续攀升。从2014年国务院《关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》明确提出全民健身上升为国家战略，越来越多人加入体育健身的行列之中。近日，记者走访市场，看全民健身时代体育消费有哪些新变化。



小众运动走向大众

随着人们健康意识不断提高，每天清晨和傍晚时分，散落在居民区附近的广场上、公园里，跑步、打羽毛球、打篮球……运动健身的人们随处可见。相对于这些对场地或器材要求不高的大众项目，近年来，击剑、攀岩等小众运动也渐渐流行起来。

7月29日，记者走进位于合肥市蜀山区的一家击剑馆，两个成年人头戴面罩，身穿规定服装，正在进行击剑实战训练。手持细长的弹性钢剑，侧身而立，剑指对手，躲避攻击、挥剑出击，动作漂亮，一气呵成。另一边，一节击剑课正在进行当中，在老师的指导下，几个学生进行着弓步蹲低、刺靶等基础动作训练。

“从三年前开始营业到现在，客流量逐年增长。目前，节假日期间在馆训练的人流量可达到70人，工作日期间也有50人左右，成人和小孩都很多。”在合肥市包河区的万国体育击剑中心教授击剑的汪教练告诉记者，击剑运动被誉为“格斗中的芭蕾”，能够提升形体气质，也能锻炼胆量，提高抗压能力，很受家长欢迎。“还有不少大人自己感兴趣，也会来学习和练习。虽然击剑是小众运动，但近两年，愿意接触击剑的人越来越多了。”

在合肥市瑶海区长江180艺术街区的众多商铺中，攀岩馆是不少年轻人爱去的地方。系上安全带和保护绳，戴上安全帽，手脚并用，不断向上攀爬。攀岩馆负责人焦学超告诉记者，攀岩运动的门槛不算高，即使是不爱运动的顾客也可以尝试体验，从中找到乐趣。针对客群，馆里设有儿童攀岩区、初级体验区、难度线路区、攀石抱石区。单日门票80元左右，如果需要专人指导，每小时300元左右。焦学超说：“今年奥运会中攀岩正式成为比赛项目，我对市场前景看好，相信会有越来越多人加入我们！”

小众运动之所以能走向大众，一方面与人们收入水平的提高，消费者不再满足于足球、篮球等主流热门体育项目，转而追求更多元化的运动方式有关；另一方面，也受益于小众运动市场供给不断增多，门槛开始降低，装备费、培训费或租用场地费都在可接受范围内。记者在走访中发现，目前仅合肥市就有击剑培训馆近20家，一节击剑课程的费用从一两百元到五六百元不等，部分商家为资深爱好者提供使用场地和设备，价位不到200元/小时，为不同消费者提供了不同种类和档次的服务，消费者有更多选择余地。



运动装备越来越专业

“好的跑步鞋的脚感完全不一样！”合肥市民刘钦热爱运动，在购买运动装备上他“绝不手软”，对各项新技术更是如数家珍，“好马配好鞍，装备好了，运动起来才更带劲儿！”消费升级趋势下，消费者对运动装备的需求日趋强烈，更为专业化、精细化、智能化的运动装备逐渐融入日常生活。

7月29日傍晚，记者来到位于合肥市蜀山区一家商场三楼的运动装备区，各大运动品牌云集。一家运动服饰店的导购李玉玉告诉记者，顾客进店选购时，自己一般先询问是日常使用还是有专业运动需求。“以前人们不管做什么运动都是同一双鞋，现在细致多了，同样是运动鞋，篮球鞋、跑步鞋、登山鞋用的技术完全不一样。即使同样的运动，根据天气、场地的不同，鞋的包裹

性、回弹程度、耐磨度等也有所区别。”李玉玉说，店里专业的篮球鞋价格基本在600元以上，销量很好，“现在喜爱运动的人多了，顾客年龄范围也比较广，相比以往，消费者对运动装备的品质要求也大大提高。”

安徽华米信息科技有限公司主营智能手表和手环，旗下自有品牌Amazfit、Zepp手表今年一季度全球销量超过165万台，同比增长68.8%。“科技可以帮助人们达到更好的运动效果，尤其是不太了解自己的体力状态拿捏不准，那么就可以借助智能手表来监测运动状态。”华米科技有关负责人举了一个例子，华米Amazfit T-Rex Pro包含了100种运动模式，不仅能够监测步数、心率、消耗的卡路里等基础数据，还可以帮助用户了解自己的最大摄氧量、完全恢

复时间、训练负荷等，帮助规划运动过程中的节奏，避免长时间的运动造成肌肉劳伤。

中国体育用品业联合会发布的《2020中国大众健身行为与消费研究报告》显示，调研群体过去一年在体育及相关方面进行消费的比例达到96%，人均超过4000元。其中，年轻群体是主力消费人群，消费比例高、金额大、项目覆盖面广。在所有体育消费类型中，体育实物类消费比例最高，达到95%，其中运动鞋服类购买率为74%，运动装备类购买率为44%。运动消费已在人们生活消费中占据较大比重。未来，随着居民人均运动消费支出不断增加，运动消费市场将有更大的增长空间，也会在拉动内需、推动经济发展等方面发挥越来越重要的作用。



线上线下共建“运动圈”

不少人都拥有过朋友圈被秀腹肌、晒公里数占领的经历。如果说，以前跑步、跳绳等运动是一个人的事；现在，运动App的崛起把运动变成了一群人的“狂欢”。

咕咚、Keep、悦动圈、Feel等各种垂直领域的运动App涌现。这类运动App大多推出各种健身达人教学视频和健身基础的学习课程，还能打造全面的个性化健身指南，对于不想去或无法去健身房的用户来说，有极大的吸引力。有数据显示，在新冠肺炎疫情发生初期的2020年2月，运动健身App行业活跃用户规模快速上涨至8928万，同比增长了93.3%。

“我主要用运动App在跑步中记录数据、设置目标和提醒、听音乐等。使用很方便，哪天绕着公园跑了一圈，哪天在家里小区跑了5公里，随时都能看到

某天的跑步轨迹和公里数，还可以分享到社交平台。”热爱健身的芜湖市民“90后”汪典说，身边同事有很多都会使用健身App跑步，分享到社交账号，同事间相互激励。

目前，我国市场上健身相关的App涵盖种类繁多，跑步、健身操、瑜伽、广场舞等各种健身项目都在其中，其中，跑步是大众选择运动健身的主要方式。上海体育学院发布的《2021年中国健身趋势》显示，居家健身场景正成为新兴趋势，也是大多数人选择健身App的原因。“我平时家务很忙，时间比较碎，没有时间去健身房，这是我选择线上健身的原因。每天早中晚各在家运动半小时，利用碎片化时间就能锻炼。”家住合肥市庐阳区的全职太太林敏告诉记者，她已经使用健身App快一年了，可以在软件中设定时间到

点提醒，打开健身视频，准备一张瑜伽垫就能跟着训练，满足了坚持运动保持健康的愿望。

除了提供健身视频课程，记者在部分健身App中还看到了线上健身私教功能，不仅为学员制定运动计划，还从饮食、休息等多个身体维度帮助学员进行科学高效的身材管理。因收费比传统健身房低、服务范围广受到不少健身爱好者的喜爱。

近期，国家网信办公布一批非法获取、超范围收集、过度索权等侵害个人信息信息的App，其中运动类中Keep、悦跑圈、Nike、小米运动、咪咕善跑等App上榜。从线下到线上，运动App的确提供了更全方位的服务，因而受到消费者欢迎。但想要谋求长远发展，相关企业不可辜负用户的信赖，应加强自身管理，否则消费者终将用脚投票。

·市场调查·

今年上半年，全省风险监测和监督检查农产品56.6万批次，合格率超过99%——

强监管 提升“舌尖”安全度

■ 本报记者 史力

民以食为天。今年初我省出台《2021年全省农产品质量安全重点工作要点》，部署加强农产品安全管理和质量提升。“从上半年看，各项要点落实都比较到位，全省农产品质量安全水平进一步提升。”省农业农村厅农产品质量安全监管处副处长耿继光表示。

截至6月底，今年全省风险监测、监督检查抽样农产品56.6万批次，其中定量检测2.4万批次，不合格样品30批次；乡镇快检54.1万批次，不合格样品27批次，合格率均超过99%。“这表明我省农产品质量高，‘舌尖上的安全’有保障。”耿继光表示，目前抽检样品已实现农产品生产基地全省检测全覆盖，快检数据实时上传省追溯平台，实现网络化监管。

“根据安排，上半年我们严厉打击违法违规生产、不断推进监管规范化建设，大力发展‘三品一标’农产品，让群众的‘餐桌’越来越丰富、优质、安全。”耿继光介绍，今年上半年全省农业农村系统共出动执法检查人员5.1万人(次)，检查各类生产经营主体3.8万家(次)。深入开展农资打假专项治理行动，上半年全省农资打假检查农资经营门店和企业4.2万个，查处违法经营行为百余起，立案查处侵权假冒伪劣农资案件63起。截至6月底，今年全省新增“三品一标”农产品533个，“三品一标”农产品总数达到9321个。

大力推行食用农产品达标合格证制度。截至6月底全省实施合格证农业生产经营主体达17532家，开具合格证412339万张，附带合格证上市的农产品35万多吨。加快追溯体系建设，截至6月底溯源平台总用户量14059家，企业用户13858家；加强农产品质量安全诚信体系建设，建立和完善农产品质量安全“红榜”和“黑名单”制度，推进农资生产经营企业信用档案建设。耿继光表示，这些工作让越来越多的安徽农产品有了“身份证”，农产品生产流通的信息越来越透明。

“工作中也暴露出一些问题，比较突出的是，我省农产品监管尤其是基层队伍监管能力与监管任务不匹配，基层队伍编制少、待遇低，专业人才缺乏、难稳定，装备和技术手段滞后。”耿继光坦言，做好全年的质量安全监管，下一步将对标年度目标，努力克服这些现实困难，履职尽责，确保既定目标完成。

继续大力实施“治违禁控药促提升”三年行动。耿继光表示，下半年将继续加大三年行动实施力度，加强与有关部门沟通、协调和配合，聚焦问题突出品种，采取“一个问题品种、一张整治清单、一套攻坚方案、一批管控措施”的“四个一”精准治理模式，确保取得实效。全面推行食用农产品达标合格证制度，要求生产过程落实质量安全控制措施达标和带证上市农产品达到国家食品安全标准，实现合格证制度与已有监管措施的融合推进，与市场准入有机衔接，促进落实生产者主体责任，提高生产经营者安全意识。

针对种植养殖过程中质量安全管控不规范、违法使用禁用药物和非法添加物、农药兽药残留超标等问题，加大查处力度。围绕使用量大、合格率低、风险隐患高的重点农资品种，加大打假力度。“针对乡镇一级，将加强市县乡监管检测体系建设，推动各类资源向基层下沉，把监管力量向乡镇、村组延伸，形成对生产经营主体有效监管和服务，努力打通农产品质量安全监管‘最后一公里’。”耿继光说。

严查“刷单炒信” 净化网络交易环境

■ 本报记者 彭园园

近年来，流量“变现”带来巨大经济效益，不仅带动了网络经济的蓬勃发展，同时导致通过“作弊”方式刷流量、刷评价的“刷单炒信”行为日益花样翻新。不仅损害公平竞争的市场秩序，更在很大程度上欺骗、误导消费者，侵害广大消费者的合法权益。

日前，市场监管总局公布今年第二批网络虚假宣传不正当竞争典型案例，其中，安徽省黄山云曼电子商务有限公司利用老客户“拍A发B”“刷单炒信”入选。当事人利用淘宝旺旺联系曾经下单的消费者，称按照流程参加店铺活动可以赠送小额礼品。消费者搜索店铺内某款产品关键词并下单，付款；当事人发货的并非下单产品，而是一些小礼品；物流到达后要求消费者确认订单并给予好评，当事人将本金和佣金返还给消费者。当事人以赠送小礼品的方式“拍A发B”，改变商品的实际销售状况，欺骗诱导相关公众。自2020年11月2日至2020年12月23日，当事人共刷单372单。该行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款15万元。

区别于往常的“自刷”或者雇佣“刷手”的刷单模式，近年来，一些不法经营者为逃避监管执法，对“刷单炒信”模式“包装升级”，以寄送小额赠品、礼品代替下单商品，形成“拍A发B”交易模式，从表面上看接近正常购物行为，具有很强的迷惑性、隐蔽性。然而万变不离其宗，无论违法手段如何披上“合法”外衣，其本质仍构成虚假交易违法行为。

网络交易不是法外之地，由于网购的特殊性，案件往往隐蔽性强、跨区域。据了解，新修订的《反不正当竞争法》中增加了“互联网专条”，为互联网市场竞争秩序的规范提供了一定依据。近年来，我省也不断提高网络监管力度。不久前，合肥市市场监管局打通了对京东、淘宝等5大电商平台的网络交易信息在线协查通道，在提交资料后，涉案网店在该平台上的各类数据便可一目了然。

“落实《反垄断法》和国务院反垄断委员会《关于平台经济领域的反垄断指南》，我们将进一步加大对‘二选一’‘大数据杀熟’‘全网最低价’等垄断协议和滥用市场支配地位行为的执法力度。坚决查处刷单炒信、仿冒混淆、商业诋毁等不正当竞争案件。”省竞争执法局有关负责人表示，同时，通过反不正当竞争工作联席会议制度，加强与省委网信办、省公安厅等部门的联系，优势互补、分工协作，积极探索反行政垄断执法与公平竞争审查的协同机制。

·市场漫话·

二手商品交易，规范才能发展

■ 何珂

国家发展改革委日前发布的《“十四五”循环经济发展规划》明确提出，完善二手商品流通法规，建立完善车辆、家电、手机等二手商品鉴定、评估、分级等标准，规范二手商品流通秩序和交易行为。

随着人们生活水平不断提高，家家户户的闲置物品越来越多；同时，绿色消费和共享消费理念普及，越来越多的人愿意购买二手商品。此外，电子商务和物流体系的不断完善也为闲置商品供需对接、流通交易创造了有利条件。从“跳蚤市场”演化而来的二手经济，如今已站上风口。有数据显示，我国二手闲置商品交易额2018年为7420亿元，2019年为9646亿元，2020年则上升到了12540亿元，已经超过万亿元规模。

二手商品交易成为商家瞄准的一片蓝

海。然而，与一般商品不同，二手商品的损耗程度、保养情况等，很难得到最合理的评估、考证；定价和交易，也更依赖于买卖双方互相认可。如果没有一定的鉴定、评估、分级标准，客观上不利于交易的顺利达成。比如，从买方的角度来看，卖家出售实物与描述不符、质量参差不齐；站在卖方的角度来看，买家中不乏职业讹钱者，有人甚至在退货时故意调包。侵害交易参与方利益的事情屡有发生，不仅干扰了正常交易秩序，也严重影响了市场健康发展。针对行业现状，此次出台的《规划》从完善法规、建立行业标准、规范商业行为角度出发，意在引导行业走上正常的发展轨道。买到假货怎么办，货(钱)收不到该如何处理等等这些困扰交易者问题，今后都将有解决办法。

值得关注的是，眼下，线上已成为二手商品交易的重要渠道。如何提供规范的线上交易程序，保护双方合法权益，是推动二



大失所望 王艺林/绘

手商品交易的重点。因此，要强化互联网交易平台管理责任，加强交易行为监管，为二手商品交易提供标准化、规范化服务，鼓励平台企业引入第三方二手商品专业经营商户，提高二手商品交易效率。《规划》也明确鼓励“互联网+二手”模式发展，从政策导向上为从业企业明确了未来发展的方向。当

然，《规划》的出台，为二手商品市场规范发展提供了整体框架，下一步还需结合行业特点出台更多详细规定，健全行业标准，加强市场监管。

只有买得放心、用得安心，才能让闲置商品顺畅流通，实现“消费不浪费”，助力绿色低碳发展。