

·市场扫描·

刺激消费再加码

■ 本报记者 彭园园

年末多地发放消费券

随着疫情防控措施的优化调整,进入12月份,我省多地发放或计划发放新一批消费券,以加快促进消费市场持续恢复。

太湖县“皖美消费·乐享太湖”消费券促消费活动在12月10日正式启动。此次消费券活动在前期投入80万元的基础上再次投入60万元,其中,家电家居消费券30万元;汽车消费券30万元。合计投入900张消费券支持商贸企业开展满2000元减400元、买汽车立减2000元的促消费活动。

芜湖经开区投入区级财政资金600万元,开展“皖美消费·乐购经开”促消费活动,从12月13日至12月31日,在发放消费券的同时,引导参与活动的企业开展优惠促销。

为了将六安精品旅游线路推向全省乃至全国,六安市文旅局近期将通过抖音平台发放文旅消费券。消费券发放活动将持续到明年上半年,分为满300元减120元1万张,满200元减80元1万张,满100元减40元0.5万张,合计金额220万元。以“皖美消费 乐游六安”为主题,通过发放文旅消费券带动文旅消费,释放消费潜力,回暖消费市场。

刺激汽车消费,合肥市瑶海区用购车补贴让市民实实在在享受到又一波购车“福利”。据悉,活动共有18家品牌车企参与,将发放“政府补贴+企业配套”形式的组合消费券,从12月20日开始,至2023年1月2日结束,为期14天,这是瑶海区继6月“2022瑶海汽车消费节”、国庆“皖美消费瑶海GO”汽车促销活动后的第三轮汽车促消费活动。

拿出真金白银,进一步提振消费信心,加速消费回补。据省商务厅透露,省级财政对6月至12月全省各地级市发放

消费券,实际按照15%的比例进行奖补资金预拨。前两轮共预拨奖补资金9121万元,直达各地,撬动消费。12月底,全省推动新一轮促消费活动,聚焦汽车、家电家具、餐饮等重点领域,再精准发放一批消费券,省级财政已于近日再预拨第三轮消费券奖补资金1328万元,三轮共计奖补资金1亿元。

密集活动助力消费复苏

政府搭台,企业让利,以此刺激消费复苏。今年以来,一轮接着一轮的消费券发放,取得了不错的成效。

据合肥市商务局统计,合肥各县区、平台、商家等发放各类消费券1.6亿元,涉及汽车、家电、百货、餐饮、文旅等行业,全市发放消费券总额达2.4亿元,直接带动消费市场销售额超30亿元,极大地激发了市民消费热情,促进消费回补。

宣城市通过政府搭台与企业让利方式,在主城区先后组织开展了“皖美消费·乐享宣城”商超、餐饮、图书、家电、汽车、电商等促消费专场活动,累计带动消费4.2亿元。其中,6月份,组织开展商超、餐饮促消费专场活动,万达广场当月餐饮销售额1433万元,同比增长91%;7月至11月,委托中国电信宣城分公司通过翼支付平台持续发放100万家家电消费券,核销率达99.4%;7月和10月,先后组织开展两期汽车促消费专场活动,活动期间累计共销售汽车近1500辆。

据统计,今年6月以来,全省各地围绕汽车、家电、餐饮等重点领域已发放消费券6.8亿元。

从发放区域看,目前,合肥市、芜湖市已发放亿元级消费券,阜阳、淮南等市发放消费券均超过5000万元,其他各市均已发放了千万级惠民消费券;从支持行业看,消费券主要涵盖商超、汽车、家电及通讯产品、餐饮、旅游、文体和成品油等7个行业类

型;从补贴幅度看,汽车补贴金额最大,每车平均补贴2000元,家电及通讯产品单笔消费2000元以上补贴200元,餐饮、旅游、文体和日用消费品消费券每张面值约5-50元不等。

除了发放消费券,各类活动的举办也为消费复苏增添了动力。今年以来,我省实施皖美消费促进行动,围绕汽车、餐饮、电商等重点行业和领域开展“微动消费”系列促消费活动;实施“皖美好味道·百县名小吃”行动计划,评选推出“皖美好味道·百县名小吃”省级特色美食200道、省级特色美食体验店100家等;启动第九届安徽文化惠民消费季,举办各类文旅惠民消费活动200余场。

政策加码扩大内需

“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来”“支持以多种方式和渠道扩大内需”……日前召开的中央经济工作会议将“着力扩大国内需求”作为明年经济工作首要任务,并敲定了具体路线图,包括“支持住房改善、新能源汽车、养老服务消费”“鼓励和吸引更多民间资本参与国家重大工程和补短板项目建设”等。

以项目合作支撑商贸流通再上台阶,从而全面促进消费、扩大内需。不久前,省商务厅举办安徽省商贸流通业双招双引推介会。菜鸟保税仓中心仓项目、比亚迪汽车腾势汽车4S店项目、巢湖未来星商业中心项目……推介会现场签约项目、合作协议45个,签约总金额120.78亿元;同时,发布安徽省商贸流通业重大招商项目107个,投资总额达1144.92亿元。

省商务厅有关负责人表示,近年来,我省坚定实施扩大内需战略,消费动能持续释放。2021年全省限上商贸企业已经达到1.7万家,年均新增1000家以上限上企业,销售额过百亿元企业达到29家,网上零售

额超过3000亿元;一大批商贸流通龙头企业纷纷来皖投资,徽商集团、合肥百大、同庆楼、老乡鸡等一大批本土企业茁壮成长。接下来,将加快建设现代商贸流通体系,实施“品质生活 微动消费”行动,满足人民群众日益增长的新需求。

省经济研究院宏观服务部主任竇瑾认为,实施扩大内需战略既是构建新发展格局、促进经济循环的重要支撑,也是应对复杂环境、破解三重压力的当务之急。“眼下,必须要用系统的观念,市场的手段拓展内需体系、挖掘内需潜力”。

竇瑾建议,新的一年,要从提振信心着手,激活扩大内需的启动器。一方面以疫情后聚集型服务业纾困重启为重点,激活居民消费意愿,稳定相关从业人员特别是个体小微从业者的增收预期;另一方面,要切实贯彻“两个毫不动摇”,从政策和舆论上增强民营企业干事创业的信心,调动民间投资积极性。

“在优化供给方面,形成供需互动的正循环。把握不同区域、不同年龄、不同环境消费圈层分化和裂变的趋势,围绕衣食住行、绿色健康、数字智能等差异化消费需求,打造制造服务相融合、线上线下相结合的产品服务业态矩阵,以高质量供给引领创造高品质需求;围绕畅通流通施策,锻造扩大内需的强链接,以新型交通基础设施和骨干物流基础设施建设为契机,加快构建‘通道+枢纽+网络’的现代物流运行体系,同时注重发挥平台企业作用,政企合作补齐商贸流通基础设施短板,打通城乡配送‘最后一公里’,构建更加灵活、韧性、智慧的供应链体系,带动产、供、销协同发展。”竇瑾说。



更多内容 扫码阅读

·市场调查·

全力打造“放心消费在安徽”

■ 本报记者 彭园园

不久前,2022-2023年度安徽省放心消费创建示范名单发布。淮河路步行街等50条商业街(区)、淮北市保险行业协会等20家协会(商会)、中国广电安徽网络股份公司肥东分公司等120家单位位列其中。

营造安全放心的消费环境是促消费的必要前提。自2018年我省正式启动放心消费创建工作以来,全省“一盘棋”,构建起“政府监管、行业自律、群众参与、社会监督”的消费环境多元化协同共治新格局。省市场监管局联合省直31个部门在全省开展放心消费创建活动,截至目前,在12个重点行业领域发展参创经营户近6万户,认定放心消费示范单位2.3万家。放心消费创建进乡村9518个,覆盖全省85%以上的行政村,认定乡村示范点4000多个。

放心买,不满意可退换。自2019年推行线下购物无理由退货,我省发展无理由退货单位2.4万户,办理退货18.8万件,退款1984万元,承诺单位覆盖全省16个省辖市131个县(市、区)。省市场监督管理局12315指挥中心主任万仕好说:“无理由退货已逐步由城区向街道延伸,由规模以上商超、品牌连锁企业向中小实体店拓展,由商业街区、商圈集聚区向旅游景区、专业市场伸展,由日用品向家居家装、家用电器、旅游商品等消费领域扩展,为消费者提供了兜底的诚信保障和权益保障,大大改善了消费者购物体验。”

“盲盒消费”“雪糕刺客”“天价月饼”“过度包装”……过去一年中,消费领域热点问题不断。我省接连开展专项治理,守护消费安全底线。据了解,及时回应社会普遍关切,我省先后开展民生商品、防疫物资、大宗商品、教育收费价格、校园食品安全等8项监督检查,推进粮食市场秩序、医疗美容广告宣传、侵害消费者个人信息、电商平台全覆盖“点亮”、农村市场食品安全、食品“守查保”、“两品一械”、特种设备等11个专项治理行动,强力开展民生领域案件查办“铁拳”、农资打假、打击传销等5个系列专项治理行动。

“在消费维权方面,我们全方位畅通投诉举报渠道,完成12315、12345双号并行,做到应收尽收、应接尽接。”万仕好说,截至10月底,全省12315平台共受理投诉举报咨询105.7万件,同比上升23.3%,办结率97.6%,为消费者挽回经济损失1.38亿元。搭建消费纠纷化解平台,大力推进12315“五进”工作,在商场、超市、市场、企业、景区设立“消费维权服务站”9712个,并逐步向行业协会、商会、街区等消费集聚区延伸,促进消费纠纷和解。

党的二十大报告提出“着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用”“畅通和规范群众诉求表达、利益协调、权益保障通道”“及时把矛盾纠纷化解在基层,化解在萌芽阶段”。万仕好表示,这些论述为做好新形势下消费维权工作指明了方向,新的一年将紧紧围绕实施“满意消费长三角、放心消费在安徽”行动,不断提升消费者权益保护工作的精准性和有效性,合力营造安全放心的消费环境,提振消费信心,拉动消费增长。

强化监管 维护涉疫物资市场稳定

■ 本报记者 彭园园

12月12日,全椒县市场监管局根据群众投诉举报,对安徽聚鸿堂大药房有限公司全椒长安店进行执法检查。经查,涉事药房在经营成本未明显上涨的情况下,12月10日将布洛芬缓释胶囊销售价格由原来24元/盒大幅提高至44元/盒,涨幅为83.3%。涉事药房在成本未明显增加的情况下大幅提高药品销售价格,且进销差价率远高于同时期周边市场同类药品,涉嫌构成哄抬价格违法行为,全椒县市场监管局予以立案调查。

12月13日,亳州市谯城区市场监管局根据举报线索,对亳州市康培大药房有限公司汤王大道店进行执法检查。经查,涉事药房在“饿了么”平台以每盒85元的价格销售连花清瘟颗粒。执法人员通过查看当事人进货票据,发现该批次连花清瘟颗粒进价为11.5元/盒。涉事药房在疫情期间大幅提高连花清瘟颗粒销售价格,涉嫌构成哄抬价格违法行为,亳州市谯城区市场监管局予以立案调查。

连日来,为保障疫情防控政策调整优化后涉疫物资价格稳定,维护良好市场秩序,我省市场监管系统深入开展涉疫物资价格监督检查,严厉打击哄抬物价、囤积居奇、串通涨价、价格欺诈、操纵价格、不明码标价等价格违法违规行为。

合肥市持续开展市场巡查检查,出动执法人员100余人次,检查药品零售企业、连锁总部等50余家次;蚌埠市印发《医疗药品及用品价格行为提醒告诫书》,成立6个检查组对药店开展全覆盖检查,从严从快查处相关违法行为;亳州市于12月15日至16日市县联动,随机对全市范围内部分药品经销商的价格行为开展市场巡查检查,重点检查涉疫物资供应情况,以及经营者在销售过程中是否存在不明码标价、哄抬价格、价格欺诈等违法行为。

为规范网络交易秩序,省市场监管局还发布了关于规范涉疫物资网络交易秩序工作的提醒函,提醒全省网络交易平台经营者和第三方合作单位要切实履行平台主体责任,适当提高对销售防疫用品、基本生活物资经营者的抽查比例;要求严禁网络售禁限售涉疫商品,严格落实野生动植物、疫苗交易管控责任,对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息加强检查监控等;要落实外卖送餐员管理和保障责任,餐饮外卖平台在保证食品安全的同时,要为外卖送餐员及时提供口罩、消毒水等必要防疫物资,严格落实“戴口罩上岗”“非接触取餐”等要求,降低病毒传播风险。

省市场监督管理局价格监督检查局副局长李果表示,全省各级市场监管部门将持续关注药品等涉疫物资价格走势,常态化开展市场巡查工作,严厉打击囤积居奇、哄抬价格等违法行为,及时曝光典型案例,切实维护涉疫物资市场价格秩序。广大市民朋友如发现相关经营者和单位存在价格和公平竞争秩序等方面的违法行为问题线索,可拨打12315或12345进行投诉举报。

▶ 12月22日,在五河县头铺镇一灯笼加工坊,工人忙着制作客户预订的各种款式红灯笼所需材料。随着元旦和春节的临近,该企业开足马力生产,一天车间生产2000个灯笼,供应节日市场。 本报通讯员 李向前 摄



◀ 12月15日,在合肥庐阳经开区合肥开明工艺宫灯制造有限公司,工人用传统手工艺赶制大红灯笼,供应国内节日市场。 本报通讯员 方好 摄



·市场漫话·

不让“剩菜盲盒”成为监管盲区

■ 韩小乔

“盲盒风”又吹到了餐饮市场。据《工人日报》报道,近期,将打烊前尚未售出的食物以盲盒形式出售的“剩菜盲盒”在部分城市年轻人中流行起来,售卖食品类型以面包甜品、饮料咖啡、便利熟食为主。专家认为,“剩菜盲盒”购买时应慎重。

“剩菜盲盒”能火,一是因为便宜划算,消费者能在下班时以低价买到与日间相差无几的食品。二是因为盲盒的神秘性,不

确定性,增加了消费者拆盲盒的惊喜、刺激与乐趣。三是随着勤俭节约意识深入人心,越来越多的人主动向浪费行为说“不”,“剩菜盲盒”契合了社会文明新风尚,因而受到人们追捧。对商家来说,借助盲盒的形式促销食品,既可物尽其用,也能吸引和回馈消费者,增加用户黏性。

但“剩菜盲盒”安全隐患不少。盲盒内的食品在包装过程中,可能出现食物混放、包装材料不规范带来的污染,存在一定的食品安全问题。消费者如果对食品的制作时

间、保存条件、食用方式等方面不了解,容易因购买太多、未及时食用、未正确存储、未按要求加工等原因导致食品变质,影响身体健康。这岂不是换一种方式浪费食物?

不管玩法多么潮,“剩菜盲盒”的本质是临期食品,其前提是必须确保食品质量安全。如果只追求新颖奇特的营销形式,而忽视了食品品质,就是本末倒置。一些商家为了利益,以次充好、欺瞒诱导消费者,最终害人害己,失去市场。因此,商家要以诚信为本,在包装过程中杜绝随意混

放,确保临期食品质量安全,并按照规定标明食品的制作时间、保质期、保存条件、食用方式等,将知情权归还消费者。

监管不“盲”,食品安全才不“盲”。今年8月,市场监管总局发布《盲盒经营活动规范指引(试行)(征求意见稿)》,拟对盲盒销售的内容、形式、销售对象等方面作出规定。未来“剩菜盲盒”如何发展,是否会被列入禁止之列,还有待进一步明确。但目前加强监管是必要且紧迫的,只有相关部门切实履行职责,主动查漏补缺,不让“剩菜盲盒”成为监管盲区,才不会危害消费者“舌尖安全”,避免食品浪费。

贪多、贪便宜、随大流,不是明智之举。食品是否在保质期内、有没有营养价值、口味是否符合自己喜好、能不能吃完,都需要消费者权衡考虑。人人按需购买、理性消费、安全享用,才不会背离选购“剩菜盲盒”的初衷,促进餐饮业健康发展。