

本期搜索

新排放标准将实施 二手车市场影响几何

5月8日,生态环境部等部门联合发布《关于实施汽车国六排放标准有关事宜的公告》。公告明确,自今年7月1日起,在全国范围内全面实施国六b标准阶段,禁止生产、进口、销售不符合国六排放标准6b阶段的汽车。



05

深圳罗湖商业城 如何再现辉煌

近期,记者实地走访深圳多个商圈发现,相对于各大商场客流的明显增多,作为曾经深圳顶级商圈的罗湖商业城却显得较为冷清。曾经的“购物天堂”如何重塑品牌形象,恢复往日的辉煌,成为摆在罗湖区政府和相关部门面前的一道难题。

04

预约量大增 是谁在推动医美消费热潮

近期,全国不少地方的爱美人士似乎都在扎堆消费医美项目。据了解,全国各地的多数医美机构像是“约定”好了一样,不仅面向新老客户推出了免费项目,还在月卡、季卡、半年卡上一再打折,背后似乎有一只手在推动这场医美消费热潮。

06

马拉松赛事火爆 品牌打造成各地新课题

近一段时间,马拉松赛事相当火爆,全国多地陆续开展马拉松赛事。据了解,随着马拉松赛事的重启,各地的赛事营销内卷加剧,服务不断升级。对于举办马拉松赛事的城市而言,如何打造赛事品牌成为需要研究的课题。



07

洞悉变革 行业门户



新闻热线
(010) 8312 8892
6304 8287
虚假新闻举报电话
(010) 8312 8891

中欧班列跑出“加速度” 构筑世界联通新桥梁

中欧班列驰骋不息,体现的是中国经济蓬勃发展的活力和高水平对外开放的决心。今年一季度,中国对“一带一路”沿线国家进出口同比增长16.8%。外交部表示,中欧班列加速发展,已经成为连接亚欧大陆的重要贸易线和“一带一路”建设大动脉。(详见3版)

精准发力 助中小企业恢复元气

中小企业发展指数是反映中小企业经济运行状况的综合指数。中国中小企业协会近日发布的最新数据显示,4月中国中小企业发展指数为89,高于2022年同期水平。不过专家认为,尽管数据向好,但中小企业面临的生产经营困难仍较多,对中小企业的扶持力度仍需进一步加大。(详见2版)



品牌好故事 品质新生活

5月10日,2023年中国品牌日活动在上海开幕,活动主题是“中国品牌,世界共享;品牌新力量,品质新生活”。图为在南航展台,工作人员佩戴VR设备展示体验过程。 CNSPHOTO 提供

集聚品牌资源 提升产业能级 引领消费潮流

多地做强“首发经济” 解锁流量密码

眼下,“首发经济”正在成为吸引消费的“流量密码”,更是消费创新的重要体现。近日,2023国际消费季暨第四届上海“五五购物节”共同启动。作为购物节标杆活动之一,2023“上海全球新品首发季”也同时开幕。据悉,在活动期间,预计有逾150家首店旗舰店抢滩上海消费市场,近300个国内外品牌举办首发活动。不仅如此,随着多地政策的推动,“首发经济”在全国多个城市呈现出欣欣向荣的发展态势。

展现首发魅力

从潮奢聚集的南京西路,到旗舰店扎堆的淮海中路;从融合艺术与时尚的新天地,到兼顾商业和文化特色的静安寺……一直以来,上海都是首店云集之地。2023“上海全球新品首发季”活动期间,很多品牌开设首店、首发新品,掀起“首发经济”热潮。

早在首届“五五购物节”期间,上海首创“全球新品首发季”活动IP,经过四年积累,该活动已经成为上海发展“首发经济”生态的一个重要平台。数据显示,2018年初至2022年底,上海引进各类国内外品牌首店达到4881家,平均每天新增约2.7家,其中全球首店或亚洲首店77家、全国首店925家,数量和质量稳居全国第一。仅在2022年全年,上海新增各类首店达到1073家。

值得一提的是,为助推“首发经济”健康发展,上海已连续三年发布“本市年度‘首发经济’活跃指数”,从竞争力、成长力和影响力维度开展客观评价。2022年度上海“首发经济”活跃指数为87.7,其中竞争力指数87.01,成长力指数87.87,影响力指数88.44。

专家表示,在政策+活动的有效机制推动下,“首发经济”逐渐成为上海这座城市的新名片,诠释“上海购物”的新内涵。其中,“上海全球新品首发季”成为上海各区全力发展“首发经济”、探索消费市场新动能的竞技场。

据了解,上海静安、黄浦、徐汇等“全球新品首发地建设示范区”,纷纷围绕品牌在沪首发、落地品牌首店、设立企业总部推出

各式各样的品牌首店,成为美好生活的一道“风向标”。今年以来,随着消费市场加速复苏,以及多地出台政策推动“首发经济”,各类品牌首店接连在全国多个城市落户,呈现出欣欣向荣的发展态势。

支持措施和政策,先后通过首发季平台进行发布,引起了广泛的社会反响,形成了构建从“首发”到“首店”到“总部”的“首发经济”效应的强大推动力,助力集聚品牌资源、提升产业能级、引领消费潮流。

激活消费潜力

近年来,首店如雨后春笋般在多个城市出现。相关统计显示,2022年,上海共引进115家“中国首店”。同年,杭州共引进53家“中国首店”,成都、北京等城市也引进数家首店。得益于多地出台的政策,“首发经济”还将进一步发展。

“首店经济”正在与江苏的城市亲密牵手。数据显示,今年一季度,苏州共计引进17家品牌首店,同比增长143%;南京也引进了17家首店,其中4家为全国首店;徐州、宿迁等地也迎来了区域首店。江苏“首店经济”成为市场活力和消费潜力持续释放的重要“催化剂”。

这离不开相关政策的积极推进。据了解,江苏“十四五”规划纲要提出,要培育打造南京、苏州、徐州、无锡等国际消费中心城市。目前全省商务系统紧紧围绕夜间消费、商文旅体融合、“首发经济”、消费新场景打造等四个方面,营造消费市场的“烟火气”,全力促进消费市场的强劲恢复态势。

专家认为,支持各地核心商圈、街区等开展首店首发首秀首展,将是江苏今年打造消费中心城市、培育高品质消费的关键一招,也必将为消费活力、消费信心带来有力提振。

释放经济活力

如何让市场释放出更多活力,促进消费需求的增长?

专家表示,经济发展需要更多新鲜的活水注入,让市场或行业激荡碰撞出更多的灵感,产出更多好的产品和服务。因此,发展“首店经济”,引进各种品牌“新面孔”是一个重要密码。同时,依托于首店背后的稀缺性与新鲜感,这种“物以稀为贵”的商业模式往往能升级为撬动城市消费的流量密码,助推城市消费升级。

今年3月,商务部部长王文涛表示,商务部将支持有条件的地方发展“首店经济”“首发经济”,壮大定制、体验、智能、时尚等新型消费。

北京市商务局近日发布《加快恢复和扩大消费 持续发力北京国际消费中心城市 建设2023年行动方案》提出,北京大力发展首店“首发经济”,加大对时尚品牌首店、旗舰店的品牌方和引进方以及新品发布活动支持力度,争取全年新增品牌首店800家左右。

无独有偶,深圳加快建设国际消费中心城市的关键一环是集聚全球优质商业资源。据了解,深圳市明确提出,要做强“首店经济”和“首发经济”,支持中高端消费品牌跨国公司在深设立全球总部,布局产品创新中心和消费体验中心等,提升消费吸引力。

另外,西安市也出台《西安市商圈商业街区建设行动方案》,抓企业促活力,实施商贸企业“内培外引”工程,招引“首店、首发、首秀”。

专家表示,越来越多的首店聚集对消费市场是强有力的“加持”。这也意味着,国际消费中心城市要发挥高水平对外开放的优势,促进内外市场联通,成为国内国际双循环的交汇点,让消费者或商户能更好实现“买全球、卖全球”,经济发展活力也将更好地显现。(依琰)

本期观点

“浪费押金”引热议 防止浪费应更智慧

余明辉

自助餐因不限量、随便吃,一度成为餐饮浪费的重灾区。据悉,为防止自助餐变成“浪费餐”,某地市场监督管理局推行《自助餐反浪费管理员制度》,在辖区13个自助餐厅设置十余名反浪费管理员,对食品采购、加工、用餐等全过程实施反浪费管理。对此,当地有自助餐厅会按20元/人的标准收取押金。客人用餐完毕,由工作人员确认未造成浪费后,餐厅会当场将押金原路退回。

事实上,早在上个月底,浙江宁波北仑区某自助餐就推出了“押金制”,顾客入店就餐时会被另外收取50元押金,并同步告知顾客如果食物浪费200克以上将收取这50元,没有浪费的餐后即退。更早的2013年,山东淄博市也有不少自助餐店被曝收取自助餐“浪费押金”,引发热议。

而不久前,国家发改委发布的《反食品浪费工作方案》明确,支持自助餐服务单位实施对消费者浪费行为适当加收费用的措施。这更是被一些人认为是自助餐可以收取“浪费押金”的信号。问题是,真是这样的吗?答案值得商榷。

首先,就上述方案来看,其虽然说支持或者赋予了自助餐等可以对浪费食品的消费者适当加收费用等措施,但这并不能与他们可以随意收取“浪费押金”画等号,二者不能混为一谈。

更重要的是,在反食品浪费方面,消费者和商家都有着相应的义务。我国的反食品浪费法明确了包括自助餐经营者在内的商家具有事前宣传、事中提醒、劝阻等义务。如今,一些自助餐商家却以反食品浪费的名义收“浪费押金”,具有加重消费者义务、企图通过“浪费押金”减轻自身责任的嫌疑,是一种经营和消费的不公平。

更关键的是,不管是消费者权益保护法,还是价格法等法规都明确,消费者具有公平消费和明白消费的权利,经营者有对经营商品或服务明码标价的义务。除此之外无权额外收费,消费者也有权拒绝缴费。

这种情况下,再看一些自助餐收取的“浪费押金”,无疑是一种明码标价之外的额外收费,尽管这是以反浪费的名义暂时收取的押金,但仍掩盖不了其涉嫌违法的实质。而且,消费者权益保护法第26条第二、三款规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易;格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

反自助餐浪费,收“浪费押金”并非智慧方式。反食品浪费既神圣又艰巨,包括自助餐在内的餐饮场所是重要任务区,有些自助餐经营者因此积极采取措施应对,其美好初衷无疑值得肯定,但要谨记的是,再美好的愿望也不能越线行事,或以随意加大消费者义务为前提。