

本期搜索

海口自贸港核心区建设迈出坚实步伐

“争做‘示范表率’、浇筑‘厚实底座’、注入‘源头活水’、绘就‘实景画卷’……”近日，海口市委常委、常务副市长邓立松表示，海口作为海南自贸港政治、经济、文化中心，在加快海南自贸港建设中发挥着示范引领、辐射带动的重要功能。



04

划定红线 盲盒经营迎来首个行业规范

近日，市场监管总局印发《盲盒经营行为规范指引(试行)》，推动盲盒经营者加强合规治理。其中，售后规范、鼓励保底、年龄限制等相关规定受到广泛关注。业内人士认为，指引的出台，对盲盒经营这一新业态、新模式的规范性发展有着极大的促进作用。

05

云南“彩云购物节”真金白银促消费

为抢抓经济复苏契机推动消费提质增效，云南省商务厅计划于2023年6月18日—7月18日组织举办为期一个月的云南省2023年“彩云购物节”，组织云南省各州市、各大平台、各品牌商家拉开年中大促帷幕，开展发放彩云购车补(加油券)、彩云家电消费券等丰富多彩的促消费活动。

07

量增价减 猪企或集体优化产能

猪企正陷入卖得越多、亏得越多的困境。中国商报记者统计16家上市猪企5月份生猪销售数据发现，5月，16家上市猪企总销售量超过1000万头，销售均价低于15元/公斤，低于养殖成本。业内人士表示，缩减产能或将成为行业共识。



06

精准施策 推动中小企业数字化转型

近日，财政部、工信部发布《关于开展中小企业数字化转型城市试点工作的通知》提出，2023年—2025年，两部门拟分三批组织开展中小企业数字化转型城市试点工作。2023年先选择30个左右城市开展试点工作，以后年度根据实施情况进一步扩大试点范围。(详见2版)

部分银行消费贷利率降至4%以下

近期，多家银行下调消费贷利率，部分银行的消费贷利率已降至4%以下。业内人士认为，银行积极推广消费贷是响应国家政策和监管要求的积极举措。降低消费贷利率对提振消费有一定作用，可以促进消费需求的释放，但是也需注意防止过度借贷和不良贷款的风险。(详见3版)



(详见3版)



“6·18”快递分拣忙

“6·18”购物节火热进行，各家快递公司及时启动配送应对预案，结合实际情况调配工作人员加紧将各类商品分拣、装车、配送，提升仓储和送达效能，保障快递物品在物流高峰期间正常流转。图为江苏省连云港市东海县电商物流产业园内快递工作人员正在流水线上分拣快递包裹。

CNSPHOTO 提供

本期观点

“天价粽”还在卖 “强监管”要跟上

胡建兵

今年是粽子产品实施包装“瘦身令”的首个端午节。据媒体报道，市场上粽子过度包装、混搭销售的情况仍十分严重，混搭销售的粽子随处可见，搭配的产品种类更是五花八门，如大米、茶叶、瓷盘都在与粽子“混着卖”，有的粽子礼盒售价980元，其中粽子占比不足1/3。

食品是用来吃的，不是用来“秀”的，国家对过度包装问题一直很重视。近年来，市场监管总局先后出台相关标准和法规来规范包装行为，2021年9月2日发布强制性国家标准《限制商品过度包装要求食品和化妆品》；2022年8月15日又发布了这个标准的第1号修改单，主要对月饼和粽子的包装层数、包装成本、混搭要求等提出具体要求，让月饼、粽子“轻装”上架，其中明确“月饼和粽子包装不超三层”。

其实，过度包装早已不是新鲜话题。说到底，过度包装就是消费者“面子”心态和攀比心理的产物。一些生产企业为追求利润，对商品进行过度包装，便是迎合人们“爱面子、讲排场”的心理。有的是“三流产品，一流包装”，大搞“套娃”式礼盒；有的是与其他商品混搭销售，通过华丽的包装来忽悠消费者，表面上是卖月饼或粽子，实则卖红酒、茶叶和其他商品；有的打出“保健月饼、粽子”的招牌抬高价格，从而搞出“天价月饼”“天价粽子”，不仅背离了中秋、端午佳节传统文化的本意，而且助长了奢靡与浪费之风。

此外，过度包装还会造成资源浪费和环境污染。有研究表明，我国包装废弃物约占城市生活垃圾的30%至40%，在这些包装废弃物中，大部分是由过度包装产生的。

严禁生产“天价粽子”，有利于提倡节俭、反对浪费，使粽子回归大众食品的属性，更好地体现端午节传统文化，促进食品行业健康发展。

有关部门应该从源头上堵住过度包装行为，这样不仅可以防止资源浪费，也可以减少企业的损失。经营者生产盒装粽子，应当严守关于食品包装的强制性标准，不得使用贵金属、红木等贵重材料，减少包装材料的过度使用；经营者销售盒装粽子，不得以任何形式搭售其他商品，也不得以礼盒等形式将粽子同其他产品混合销售。

同时，消费者也要树立理性消费理念，避免盲目攀比，扭转“包装豪华才有面子”的旧思维，弘扬节俭美德，反对奢侈浪费，用实际行动对过度包装、豪华包装说不，让粽子、月饼回归节日初心，回归食品本真。

总而言之，彻底禁绝过度包装，需要监管部门严格执法，推动标准落地。要强化日常监管，依法严查严处食品过度包装行为，及时曝光典型案例。只有强监管，才能倒逼企业主动遵守“国标”，生产、销售合规商品。

覆盖汽车、家电、旅游等多个领域

消费券又来了！多地接力促消费

消费券又来了！6月以来，北京、成都等多个城市启动新一轮消费券发放，覆盖汽车、家电、旅游等多个领域，进一步提振居民消费。

聚焦三大领域

近日，湖北省在全省范围启动2023年“惠购湖北”家电消费券发放。本次家电消费券总计投入财政资金3亿元。其中，线上券投放资金0.5亿元，线下券投放资金2.5亿元。此前，湖北省商务厅已经定于6月16日—30日举办“6·16三好节”。活动期间，除了发放家电消费券之外，还将发放4亿元的湖北文旅消费券，以及全年共计500亿元个人消费贷款总规模的贷款贴息等活动。

北京市商务局日前表示，为加快释放绿色消费潜力，扩大端午节及暑期等重要节点的服务供给，北京于6月3日—7月16日发放新一轮“京彩·绿色”消费券，适用商品主要包括电子产品和家用电器等55类。

成都市商务局宣布，于5月20日—7月20日，面向全市开启2023年“蜀里安逸·车游四方”成都汽车消费奖励活动，资金规模1亿元。另外，成都第二批文旅消费券也于6月20日发放，共计1000万元。

此外，浙江、江苏、河南等省份及下辖城市也在最近公布了新一轮消费券的发放计划。从这些消费券类别来看，一类是面对汽车和家电大宗消费品，另外一类则是文旅消费。

带动消费需求

端午节、暑期是传统的消费旺季，结合消费券的发放，可以进一步增加消费者的购买意愿。业内人士认为，从目前经济形势来看，需求不足是制约经济复苏的重要因素。因此，从中央到地方都着力从需求端出台政策刺激消费。从5月份汽车的销量回升来看，刺激政策的效果明显。不过，消费的增长受到多方面的影响，尤其是受到消费能力和收入的影响。

商务部将2023年定为“消费提振年”，已成功举办迎春消费季、全国消费促进月，正在开展绿色消费季、国际消费季等系列活动。眼下，各地又在密集启动新一轮消费券发放。此轮消费券聚焦汽车和家电等消费品和文旅消费领域，目的在于刺激大宗消费品消费，以及应对旅游旺季。

专家表示，消费的最终实现是由多个环节共同构成的，包括消费意愿、消费能力、消费对象和消费场景等。以消费券为代表的刺激政策是在消费意愿上发力，尤其是在经济循环被打破时，通过发放消费券，将消费者从居家状态吸引到实体消费场景里来。但上述做法存在前提，是消费能力在短期没有受损的情况下，通过消费券等刺激政策激发消费意愿，从而将前期未释放的消费能力加快释放。

持续发放消费券，是各地政府旨在拉动消费，以消费券的撬动和杠杆效应来促进经济复苏的举措。不过，专家建议，各地需要注意的是，目前一些城市在消费券发放方面缺乏创新，在未能抓住消费热点且消费者收入预期不佳时，一方面消费者会对消费券产生审美疲劳，另一方面也会让消费券的撬动效用发生递减问题。

央地协同发力

近日，商务部新闻发言人束珏婷在例行发布会上表示，今年以来，国内消费市场加快恢复。为进一步激发市场活力，恢复和扩大消费，商务部将重点做好继续完善消费政策、持续办好消费活动、不断创新消费场景等工作。在即将到来的暑期消费季期间，将

推出系列促消费活动。

消费的恢复离不开多方面协同发力。束珏婷介绍，去年以来，商务部等13部门出台了促进绿色智能家电消费的若干措施，在稳定家电整体消费、释放绿色智能家电消费潜力等方面发挥了积极作用。

今年1至5月，限额以上单位家用电器和音像器材类商品零售额3133亿元，基本恢复到去年同期水平。近期，商务部会同相关部门印发《关于做好2023年促进绿色智能家电消费工作的通知》，推动加快恢复和扩大家电消费。

据不完全统计，今年以来，各地计划投入的促进家电消费资金超过25亿元，安排的大型家电消费促进活动超过300场。下一步，商务部将会同相关部门继续加强统筹协调，鼓励有条件的地方举办更多形式新颖、内容丰富的消费促进活动，为消费者提供更好的家电消费体验，满足多元消费需求。

对于接下来促消费的方向，束珏婷介绍，商务部将重点做好以下三方面工作：首先是继续完善消费政策。加强部门协同，推动出台支持恢复和扩大消费的系列政策措施。同时，立足商务职能定位，围绕促进汽车、家居、品牌消费和餐饮业高质量发展等，出台针对性的配套举措，增强政策的组合性、协同性、有效性，抓好贯彻落实。

束珏婷表示，商务部将2023年定为“消费提振年”。目前已成功举办迎春消费季、全国消费促进月，正在开展绿色消费季、国际消费季等系列活动。另外，商务部将持续深化国际消费中心城市试点建设，推动步行街高质量发展，推进建设智慧商圈，带动优质消费资源集聚，联动商旅文体，打造更多沉浸式、互动式、体验式消费新场景。同时，推动建设一刻钟便民生活圈，加快补齐便民设施短板，努力打造百姓家门口的“消费圈”“幸福圈”。(依琰)

聚焦消费提振年

洞悉变革 行业门户

中国商报网
www.zgswcn.com

扫码更精彩

中国商报

新闻热线
(010) 8312 8892
6304 8287

虚假新闻举报电话
(010) 8312 8891