

# “宅经济”带热烹饪消毒健身产品

□ 本报记者 张丽娜

全国一致战“疫”的这段时间,“宅经济”潜能得到空前释放。与此同时,线上销售数据显示,在这个特殊时期,过去“平淡无奇”的很多产品,居然成了消费者争相购买的爆款。

## 烹饪产品逆市热销

2020年开年,家电产品的业内预期就不是非常乐观。根据业内预计,彩电负增长13.3%,冰箱负增长7.6%,冷柜下降14.4%,洗衣机下降7.1%,空调下降7.3%;厨电产品负增长7%—9%。然而,在健康经济和“宅经济”的拉动下,微蒸烤一体机、洗碗机、净水器等烹饪相关产品的销量被业内看好。以微蒸烤一体机为例,根据奥维云网预测,其2020全年将实现同比14.7%的增长。

业内专家表示,疫情带来的“宅经济”大幅推动了蒸箱、微蒸烤一体机等厨房电器的热销。

不过,这类产品是否将会是昙花一现,在疫情过后被消费者冷落?

专家预测,疫情过后,具备无明火无油烟健康功能的微蒸烤一体机仍然是消费者购买的热门产品。未来三至五年将呈现指数级增长。

另外,消费者表示,一机多用、操作简单,具有智能烹饪、消毒等功能的新型烹饪产品,简化了烹饪流程,缩短了烹饪时间。“疫情过后我还会继续关注

新的烹饪产品。”北京丰台区的冯女士告诉记者,“现在烹饪产品更新太快了,很多新功能我都没想到。最近因为疫情我买了一个微蒸烤一体机。用过之后,就后悔没有早点买。一机多用,还不占地儿。”

## 消毒杀菌产品增势迅猛

疫情期间,消毒杀菌类产品的增势相当迅猛。苏宁数据显示,消毒洗手液销量猛增2315%,消毒柜销量同比增长205%。

消毒产品的热销,让其他行业的很多企业也开始跨界加入到这个阵营。

事实上,新冠肺炎疫情爆发以来,原本一直不温不火的消毒产品行业,一夜之间引来各路资本角逐,除原有老牌消毒企业滴露、威露士、洁立、立白、广州浪奇等增加投资外,百雀羚、强生、珀莱雅、两面针、伽蓝集团等日化企业也在经营范围中增加了消毒剂生产、销售等业务。

3月12日,老牌日化企业两面针发布公告称,公司将在不久后增加“消毒剂的生产、销售”业务,企图挽回近年来年年亏损的业绩。日化企业突然宣告生产消毒液这一举动,也在很多方面的意料之中。

3月25日,记者从天眼查获悉,白雪文具母公司青岛昌隆文具有限公司于近期变更经营范围,增加生产消毒产品(不含危险化学品及一类易制毒化学



品)、销售办公用品、文体用品业务。

据工信部官网信息显示,截至2月20日,84消毒液、免洗手消毒液和酒精等主要消杀产品的日产量较1月底分别提高了207%、151%和270%。天眼查信息则显示,2020年就有1121家经营范围含“消毒产品”的企业成立。

## 疫情挡不住“花式健身”

疫情期间,虽然健身房均未开门迎客,但也不妨碍消费者在家“花式健身”。

家住北京丰台张女士,最近在网上

买了一个拳击练习器、一个瑜伽垫、一个跳舞毯和一对哑铃。

“最近不能出门,健身房也去不了,锻炼身体还是不能停。孩子还要在家上体育课,瑜伽垫可以方便做仰卧起坐、俯卧撑等项目。”张女士说。

数据显示,最近一段时间,包括多功能仰卧起坐器材、跑步机、哑铃、弹力绳等在内的健身器材的同比涨幅超过90%。

不光要健身,娱乐也不能少。另有数据显示,麻将、扑克、象棋、电玩产品、玩具等产品的销量最近也猛增不少,平均涨幅在50%左右。

# 黑龙江鸡西:“硬核”管理营造安全放心消费环境

本报讯(记者 佟强 张楠 □ 盛秋实 方胜利)今年“3·15”的主题是“凝聚你我力量”。既包含了对社会各界凝聚共识、实现共建共治共享的呼唤,也有着致力加大消费维权力度、进一步营造安全放心消费环境的期盼。3月15日,鸡西市市场监督管理局执法人员对市区各大商超开展执法检查,进一步强化市场监管职能,维护市场秩序,服务地方经济发展,保护消费者合法权益。



市民购物有序。正在购物的市民刘先生表示:“疫情以来,每次到超市购物,都能看到市场监管的工作人员维持现场秩

序,为大家检测体温等,今天的蔬菜相当新鲜,比年前的价格也便宜,价格也合理,我很满意。”

执法人员在超市某猪肉销售摊点发现,商户销售的部分猪肉品种存在未明码标价行为,价格监督检查科执法人员当即索取了该商户的进货票据,现场核算猪肉的进货价格,“下一步,将对明码标价不规范行为进行立案调查,同时对是否涉嫌哄抬价格也一并立案调查,一经查实,将予以处罚。”

据介绍,疫情防控以来,为了确保广大市民吃上放心菜、平价肉,该市市场监督管理局超前研判,迅速在全市范围内

积极实施价格提醒告诫,与商户经营者签订价格稳定先行承诺书,充分市场调研,发布价格监测实时报告,核查购销价格信息,对哄抬价格违法行为实施从重处罚,“12315”全天受理,举报价格线索“即时处办”等措施。执法人员每天早5点从蔬菜批发企业调取第一手批发价格,分组行动到各大商超,对照批发价格明细,在蔬菜、肉、蛋等民生日用品的摊位前一个标签一个标签的对照核算“是否超过购销差价的30%”,对购销差价超过30%的违法行为,实施“从严从重从快”查处,同时面向社会公开曝光,切实维护市场秩序,给市民吃下“定心丸”。

# 江西南昌县市场监督管理局“3·15”消费维权宣传进社区

本报讯(记者 郝海霞 □ 赵永辉)为进一步激发消费潜力,增强消费对经济发展的基础性作用,维护消费者合法权益,营造安全放心的消费环境。3月15日,南昌县市场监督管理局围绕“凝聚你我力量”年主题,在全县范围内开展2020年“3·15”国际消费者权益日宣传活动。

今年“3·15”宣传主要采取两种方式:一、认真做好线上消费维权工作的宣传。针对当下疫情防控工作进入关键阶段,疫情根本缓解前,采取尽可能减少人员聚集的工作方针,一手做好疫情防控工作,一手做好消费者权益保护工作,要

求各职能部门和基层分局充分利用报纸、电视、互联网、新媒体等信息手段宣传消费维权保护工作和消费维权法律知识,正确引导消费者科学、理性消费,全面做好疫情防控期间消费者权益保护工作。二、采取线下消费维权工作的宣传。3月6日,该局组织各职能科室及基层分局召开了“3·15”消费者权益宣传主题活动调度会,部署今年“3·15”消费维权宣传不组织县属职能部门现场开展咨询宣传活动,要求辖区各基层分局充分利用“3·15”国际消费者权益日的巨大社会影响,围绕“凝聚你我力量”年主题,在所监管辖区的商场、社区及公共区域等醒

目位置,悬挂消费维权宣传标语条幅和利用LED灯进行维权宣传,营造浓厚的消费维权氛围。

3月12日,南昌县市场监管局消费者权益保护科执法人员来到莲塘镇农贸街社区的疫情防控监测卡点为进出社区的群众发放消费维权宣传册,并向过往监测卡点的消费者宣传法律法规维权知识。

截至目前,该局消费者权益保护中心“3·15”期间在12315平台和12345政府热线受理消费投诉58件,做到当天受理当天分流24小时办结,通过新闻媒体发布消费警示、信息6件,各分局在辖区主要的商场、社区及公共场所悬挂消费维



维权条幅30条,利用LED灯箱滚动宣传消费维权标语40余条,消保科执法人员在农贸街社区各防控监测点工作人员协助累计发放消费维权宣传资料800余份。

# 释放被抑制被冻结的消费

采访时指出,汽车产业具有产业链长、消费价值高的特点,对带动就业、促进经济增长具有很大的作用。任兴洲说,“汽车消费带动起来后,整个产业链链条带动力就会增强。《通知》指出要扩大传统消费,稳住汽车消费,正是由于汽车产业在零售业占比较高,在传统消费中占据了非常重要的地位和作用。”

保障食品、日用品供应也是稳住传统消费的重要方面。1—2月份,限额以上单位粮油食品类和饮料类商品零售额同比分别增长9.7%和3.1%,特别是其中的肉禽蛋类和蔬菜类分别增长37.8%和27.1%。《通知》提出,要保障农产品供应,指导农产品批发市场、菜市场等农产品流通企业有序复工复产;加大与相关部门的协调力度,推动农产品流通企业加强产销对接,完善物流配送和网点服务,促进农产品流通和销售。

## 培育壮大新型消费

虽然部分消费按下“暂停键”,但疫

情防控期间催生了一大批新业态,培育壮大了新型消费。国家统计局发布的数据显示,1—2月份,全国实物商品网上零售额同比增长3.0%,实现逆势增长,占社会消费品零售总额的比重为21.5%,比上年同期提高5个百分点。

下一步,商贸领域将重点推动线上线下融合发展。充分发挥电商平台企业在应急保障供应中的积极作用,鼓励其与超市、便利店、社区商业中心、商务楼宇和小区物业等合作,不断创新销售模式,提供集约化配送。鼓励有条件的企业研发线上产品,拓展线上销售,采用“社区团购+集中配送”“中央厨房+线下配送”“无接触配送”“餐饮+零售”等新发展模式进行经营。

任兴洲认为,这次疫情客观上促进了部分新兴业态的快速发展,使其成为消费市场增长的重要推动力。“我们可以把疫情看作一次‘压力测试’,这次测试凸显了商贸流通企业线上业务的独特作

用。”任兴洲说,“同时也培育了很多人线上购物的习惯和理念。线上和线下消费有机结合是非常重要的,未来疫情缓和或结束后,线上商贸流通发展会有更大的前景。”

各地还将支持中小商贸流通企业数字化转型,大力发展电子商务、无人零售、智能超市等。任兴洲表示,数字化改造加大了线上和线下融合的能力,传统商贸企业进行数字化改造可以使其更加便捷,消费流程更流畅,从而极大提高效率。

## 消费市场向好态势没变

国家统计局贸易外经司司长鞠涛指出,疫情影响是短期的和外在性的,中国消费市场长期平稳增长的基础仍然存在,转型升级持续推进的内在发展态势没有改变。

从市场规模看,中国消费市场规模巨大,抗冲击和抗风险能力较强。多年来国内市场规模稳步提升,2019年,零

2019年,阿坝州市场监管系统紧扣“信用让消费者更放心舒心”主题,树牢全心全意为消费者服务的理念,想消费者之所想、帮消费者之所需、急消费者之所难、解消费者之所忧,聚焦民生,主动回应社会关切,普及消费教育指导,加大市场监管力度,凝聚社会共识,创新维权机制,切实维护公平有序的市场竞争秩序,有效保护消费者合法权益。

## 重宣传 着力营造良好氛围

紧扣“信用让消费者更放心舒心”年主题,以“3·15”国际消费者权益保护日、食品安全宣传周、“5·20”世界计量日、“5·25”护肤日、质量月、“12·4”宪法日等为时间节点,依托“一会两站”“12315五进”,携手旅游、卫计、农畜等相关部门和通信、金融、邮政等企业,针对不同受众对象,借助“传统媒体”和“新媒体”,通过制作播放公益广告、办维权专版、曝光典型案例、发手机短信、现场宣传、专题讲座、制作展板、宣传手册、维权知识进村寨、进学校、进景区、进社区、进市场等多种方式有声势地开展消费维权宣传教育活动,向群众普及消费维权知识,宣讲消费维权法律法规,倡导理性、文明、健康生活方式,提高消费者维权意识,提升维权能力,引导经营者守法诚信经营,主动履行法定责任,聚焦社会共识,着力营造良好的消费氛围。开展宣传服务活动115次,进村寨15个、进学校7所、进景区15个、进社区8个、进企业21个、进市场32个,举办专题讲座9场次,办专版1期,悬挂横(条)幅360余幅,发短信82条,发宣传手册等资料23万份,发布消费提示、警示36条,集中销售假冒伪劣商品1万余千。

## 重监管 着力维护市场秩序

聚焦事关群众日常消费安全的民生领域,针对市场监管存在的薄弱环节和短板,以食品药品、特种设备和重点工业产品为重点,运用“双随机、一公开”“互联网+监管”等手段,扎实开展“春雷行动”、校园食品安全守护、“保健市场乱象”、旅游市场散装牛肉制品、药材打粉、诚信计量、“网剑行动”格式合同条款等专项整治,严厉打击生产销售不合格、假冒伪劣商品、虚假宣传、商标侵权、价格、合同、计量、不正当竞争等违法行为,切实维护公平有序的市场竞争秩序,严守安全底线,净化消费环境。检查食品经营户6973户次、药械化使用单位1800余户、特种设备使用单位1442户、各类特种设备1069台、压力管道9919米、电梯维保单位42户,网站网店2262个次,线上监测宾馆酒店共8937家,检查合同格式条款183条,发放合同示范文本35份,363家食堂完成“明厨亮灶”改造,抽检食品、药品、化妆品、农资、建材、成品油、消防产品等各种商品5091批次,抽查计量器具3376台次、加油机757台次,行政约谈企业60家,查处食品、药品、化妆品、建材、农资等各类商品及服务违法案件696件,案值414.66万元,罚款395.92万元。

## 重共治 着力营造放心舒心消费环境

紧扣“诚信你我·净土阿坝”主题,突出重点领域,以“两个有效保障”“四个提高”为目标,依托“互联网+”,坚持“一套机制力保障、三亮三诺绘蓝图、一个平台建体系、三融三化聚合力”的创建思路,采取先易后难、典型示范、逐步推开、由点向面拓展的方法,分阶段、分步骤、稳步推进创建工作,实现全省首家聚合支付与“一店一码”的对接融合,在水磨滩寿寿老街、酒店行业创建中推广运用,29个创建点,1107户参创主体“一店一码”覆盖率达100%,全州消费者环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度、消费过程体验度不断提升。

## 重源头 着力扩大消费需求

抓住消费的痛点、堵点,积极回应消费者期盼,提振消费信心,扩大消费需求。在全州开展了乡镇快递收件二次收费、住宅小区物业服务质量消费调查、川菜消费者满意度调查及消费指导活动和2020年产品质量国家监督抽查产品目录调查活动,发调查问卷485份,走访消费者90人,推荐我州特色菜品15个,收集群众意见建议18条。

## 重民诉 着力为民纾困解忧

加快推进12315行政执法体系建设,成功实现12315、12365、12331、12330“五线合一”“一号对外”,成功对接运用全国12315平台,建立健全州、县(市)、所三级12315维权机构,深化“12315五进”,确保消费维权“零距离”。畅通消费诉求渠道,依托“净土阿坝放心舒心维权平台”,探索推行商品服务质量承诺、经营者首问责任、消费纠纷先行和解、线下商品七日无理由退换货制,建立消费维权快速反应和异地协作联动机制,加入《中韩跨境旅游重点城市消费维权协作联盟》,推进消费维权社会共治,努力打通消费维权“最后一公里”,高效受理消费者咨询投诉举报1831件,办结率100%,为消费者挽回经济损失64.68万元,依法“诉转案”28件。(何炽强)

## 丰台市场监管局之窗

### 丰台区市场监管局

### 加强口罩自动售卖机监管

为补齐社区口罩供应缺口,便捷口罩购买途径,丰台区市场监管局引导食品自动售卖机运营企业转型升级,充分发挥食品自动售卖设备优势,拓展口罩销售渠道,支持自动售卖机销售“一次性防护口罩”。近期,丰台区市场监管局积极与食品自动售卖机运营企业进行信息对接交流,指导有口罩投放需求的企业“转型”。在查验食品自动销售经营资质基础上,结合投放数量、购买需求、人流量等因素,指导运营企业系统升级、设备改造,将“果蔬”售卖机转型为“口罩”售卖机。同时,丰台区市场监管局多个科室联动,主动帮助企业了解掌握口罩销售的有关要求,并为其办理二类医疗器械经营备案。加强对口罩质量和价格的前端检查,并对口罩的购进票据、购进价格、销售价格进行核对,确保投放的口罩“物美价廉”。最后,督促企业落实主体责任,要求运营企业在自动售卖机的显著位置公示企业经营资质、口罩合格信息以及联系电话,并加强对售卖机的运营管理,严格落实“专人、专点、专责”制度。(刘聪)