

2020年5月15日  
星期五  
总第7720期  
第4779期  
本刊第580期

<http://blog.sinacom.cn/xfrbxdj>

A

■国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■国内统一刊号:CN11—0057 ■邮发代号:81—9 ■广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

# 家居消费券 限制太多会成噱头

□本报记者 陆俊

今年新冠病毒疫情的爆发,给消费市场带来了巨大的冲击,为了提振消费,全国多个地方发放了消费券。作为疫情影响很大的行业,家居市场也开始发放消费券,和一些地方由政府发放消费券不同,家居消费券主要是由一些大型连锁家居卖场和龙头企业发放的,这种家居行业自己的消费提振行动,效果如何?记者采访了一些行业领军企业。

## 家居大卖场纷纷推出消费券

红星美凯龙家居集团执行总裁朱家桂日前介绍,红星美凯龙在今年“五一”期间,发放了20亿元消费券。他说,“五一”是今年第一个重要的小长假,红星美凯龙联合家居大品牌向消费者发放20亿元消费券,希望能刺激需求,提振经济。

而在4月底,另一个连锁家居大卖场居然之家,也发放了百万消费补贴券。此外,北京城外诚、蓝景丽家等多家知名家居卖场,也都推出了自己



的消费补贴券,希望以此减轻入驻商家的压力,提振消费,助力企业销售经营。

## 企业肯定消费券的作用

除了家居行业专门的消费券,各地方发放的消费券也包含了家居产品在内。这些消费券的发放,对家居消费提振的效果如何?一些家居龙头企业表示了肯定。阳江十八子集团董事长李积回表示,目前很多地方政府出台

发放消费券的政策,在目前来看是促进消费的一种有效方式,也是比较切实可行的。不过仅仅依靠发放消费券促进消费是不够的,要促进消费,需要提升消费者消费欲望,从根本上看,提高消费者收入才是最大刺激消费的有效途径。因此,发放消费券是短期地促进消费,通过消费券的发放,促进的这部分消费也是给企业的“回血包”。

万和新电气股份有限公司董事长叶远璋认为,目前很多地方政府出台

了一系列促进消费市场恢复的政策,比如派发消费券,消费券对受疫情影响特别大的行业还是有效果的。消费需求的回暖才是制造业最根本的出路,才能从根本上解决问题,除了消费券,可以通过之前“家电下乡”、“节能补贴”、“以旧换新”等类似政策的推行,深度挖掘消费需求,刺激市场的快速复苏。

## 限制太多将失去促进消费的作用

不过李积回同时也认为,消费券的优惠力度及提振消费的效果,和使用限制也有很大关系,如果设置过多、过大的使用限制,或者优惠力度不够大,对于促进消费的效果也是不明显的。

记者注意研究了一下几家家居卖场的消费券发现,的确存在着较多的使用限制和使用要求。根据红星美凯龙发布的消息,其“家居消费券”,在活动期间消费者到红星美凯龙线上平台用200元购买3000元消费券包,包含1张单笔实付满4000元可以使用的400元家具通用券,1张单笔实付满3000元可以使用的300元建材通用

券。消费者首先要花钱购买消费券,然后花4000元才能使用400元,3000元能使用300元,实际算下来,也就是9折的优惠,力度并不算大。

蓝景丽家的消费券,消费者通过蓝景丽家官方微信公众号领取面值1000元、500元、200元消费券,持券购物可享受满12000元减1000元、满8000元减500元、满5000元减200元等优惠活动。单笔销售合同最高可使用5张消费券,即每笔订单最高能享受5000元、2500元、1000元补贴。满12000元减1000元、满8000元减500元折算下来,连九折优惠都没有,而且还有最高限额。

有业内人士认为,这些消费券,设置了比较高的使用限制,实际优惠力度不大,对消费的提振效果也不会太明显。消费券作为新冠病毒疫情期间,减少损失,提振消费的一项重要举措,在一些地方发挥了重要的作用,受到了消费者的欢迎。但是如果给消费券设置太多的限制,实际没有多少优惠,把消费券做成一种噱头,不仅会失去它本来的作用,还会在消费者当中造成冷漠回应,对市场复苏并没有好处。

## 4月我国家具出口274.5亿

### 较3月增长12.5%

近日,国家海关总署公布了今年4月份和1-4月累计进出口数据。家具及其零件4月出口额274.5亿元,较3月增长12.5%;1-4月出口额累计932.3亿元,比2019年同期(同比)下降15.7%,降幅比一季度收窄3个百分点。

1-4月,家具、灯具、照明装置及零件,陶瓷制品和纺织制品4类行业相关产品累计出口额4458.7亿元,较一季度累计数据增长53.4%。

除家具外,包括口罩在内的纺织品出口额2613亿元,同比增5.9%;灯具537.8亿元,同比下降13.4%;陶瓷375.6亿元,同比下降20.7%。

总体来看,今年前4个月,我国货物贸易进出口总值9.07万亿元,同比下降4.9%,降幅比一季度收窄1.5个百分点。其中,出口4.74万亿元,下降6.4%,降幅比一季度收窄5个百分点;进口4.33万亿元,降3.2%,降幅比一季度扩大2.5个百分点;贸易顺差4157亿元,减少30.4%。

4月份,我国外贸进出口2.5万亿元,同比微降0.7%;其中,出口1.41万亿元,增长8.2%;进口1.09万亿元,下降10.2%;贸易顺差3181.5亿元,增加2.6倍。

(家具在线)

## 住建部:扶持6城未来三年提供80万套政策租赁住房

近日,中国建设银行与广州、杭州、济南、郑州、福州、苏州6个城市签订《发展政策性租赁住房战略合作协议》。预计在未来三年内,提供不少于1900亿元的贷款,合计筹集约80万套(间)政策性租赁住房,解决上百万名新市民的安居问题。

据悉,政策性租赁住房是由政府给予政策支持、企业和其他机构投资建设,小户型、低租金,面向城镇无房常住人口供应,主要是非户籍常住人口和新落户的新就业大学生等新市民群体。

(住建)

# 强制垃圾分类 废旧家具怎么扔?

□双木文/摄

## 弃物类、织物类等。

其他垃圾是指除厨余垃圾、可回收物、有害垃圾之外的生活垃圾,以及难以辨识类别的生活垃圾。

四大分类中,废旧家具,既不好归入可回收物类中,也不好归入其他垃圾类。记者查询后发现,《条例》把废旧家具、家电等,归为体积较大的废弃物,要求单独放在垃圾分类管理责任人指定的地点。

但是,自主城小区物业管理部门的刘经理表示,自主城小区目前没有专门的堆放废旧家具、家电的场所,业主扔家具、家电都是直接扔在垃圾桶旁边。

物业的垃圾处理部门每天都会处理。

但是有时候处理不及时,可能会影响到其他业主。毕竟垃圾处理也不可能每天都那么及时,废旧家具随扔随处可见。

据记者了解,目前北京大部分居民小区,并没有专门的废旧家具、家电堆放、处理场所。居民处理废旧家具、家电,都是直接扔到垃圾桶旁边。而乱扔

家具,不但造成业主使用垃圾桶不方便,污染环境,还带来了资源浪费。因为大部分废旧家具都是可以回收利用的。

几年前,回收旧家具还是游走在小区的回收商贩的一大业务,但是随着家具产业越来越发达,产品日益丰富、价格日益低廉,回收旧家具成为无利可图的事情,回收商贩不再收旧家具,以至于居民家中的废旧家具只能丢弃。据相关资料显示,国内城市,丢弃的废旧家具近年来呈大幅增长态势。

业内专家认为,处理日益增长的废旧家具,首先要正确归入到大件垃圾处理中,大件垃圾是指重量超过5千克或者体积超过0.2立方米或者长度超过1米,体积较大、整体性强,需要拆分再处理后资源化利用或者无害化处置的废弃物,这就包括沙发、床垫、床架、桌椅、衣(书)橱(柜)等废弃家具。

生活垃圾与大件家具回收方式完全不同。日常的生活垃圾可以根据四



大类回收处理,但大件家具必须丢弃到指定地点或者预约专业人员上门回收。目前,一些城市专门设立了处理废旧家具的处理厂。比如苏州市,近年来开始将大件垃圾分拣作为垃圾分类的一项重要任务进行推进,已建成11处大件垃圾分类转运场,并分别在

越溪街道、木渎镇、甪直镇启动了大件垃圾分拣中心。

随着国家对“环保”要求的提升,对垃圾分类、回收、处理的规定也越严格,居民随便丢弃废旧家具也没有那么简单了。全面的废旧家具处理、回收、利用也日益紧迫。

# 《家具中有害物质放射性的测定》等系列国家标准发布

笔者12日从中国国家市场监督管理总局获悉,国家市场监管总局近日发布197项重要国家标准,涉及消费品、信息技术、交通运输、装备制造、农业农村等诸多领域,部分标准对推动行业产业化发展具有里程碑意义。

在消费品领域,《家具中有害物质放射性的测定》国家标准,规定了家具中放射性物质的测试方法,引导家具生产企业重视家具中放射性有害物质的危害,提高环保安全意识。

新修订的《家用和类似用途热泵热水器》国家标准,结合消费者对热泵热水器产品在节能、可靠性、噪声等方面不断提升的关注度,规范热泵热水器产品,推动产业升级。

(王庆凯)

## 本刊支持单位:

中国室内装饰协会  
中国家具协会  
中国五金制品协会  
中国工业设计协会  
中国陶瓷协会  
中国林产工业协会地板委员会  
中国木材流通协会木地板委员会

## 东拉西扯

# 防备“跑路”卖场有责

□陆俊

最近,多地爆出消费者购买家具,最后没有收到货,商家也失联、跑路的消息。还有某知名家居连锁卖场,有消费者购买了一套高档家具,一年多的时间过去了,一直没有发货,找了几次商家,商家保证说今年4月底一定能收到货,违约将双倍赔偿货款。到了五月份,消费者还是没有收到货,商家这次给出的理由是:“疫情爆发,属于不可抗力,无法发货”,双倍赔偿货款的承诺也作废。

对于消费者来说,在这个疫情肆虐的特殊时期,购买家具产品时

又要多一道考虑:能不能按时发货?会不会卷款跑路最后落得个货两空?这对当前市场持续低迷,销售大幅下滑的家具行业来说,又是一个雪上加霜的打击。好不容易等到疫情得到控制,市场有望迎来复苏,却因为一些不良商家的行为,给整个行业声誉带来损害,打击了消费者信心。

诚然,因为疫情打击,一些实力不强、抗风险能力低的企业会破产、倒闭。但是如果企业倒闭大量损害了消费者的利益,这就不是一个正常的市场现象,对此,卖场经营者负有很大的责任,没有对于入住商家和品

牌做到应有的调查监管和善后工作。目前来看,发生跑路、毁约等情况的商家,大都是一些中小企业和非知名品牌。市场竞争力较低,一有大的市场波动就扛不住,完全置消费者的利益于不顾。重要的是,当前疫情还没有过去,市场困难时期还将持续一段时间,谁也不能保证还有没有下一个倒闭、跑路的商家。以此,对于负有监管责任的卖场方来说,在这个特殊时期,应该详尽地排查、了解入住商家的经营情况,及时发现、处置风险隐患,不要让这类无良行为损害消费者利益、损害卖场声誉、损害亟待复苏的家具市场。

