

地方动态

山西晋中银行晋城分行举办“惠农购”活动

本报讯(记者 李俊文)创新落实统筹推进疫情防控和经济社会发展,山西晋城市委、市政府举办了为期一个多月的特色农产品直播带货节活动。

为积极响应国家“惠农助农”号召,拓宽农副产品销售渠道,促进农民稳步增收,带动农业转型升级,帮助地方特色农产品中小企业走出疫情期间的销售困境,晋中银行晋城分行延续晋城直播带货节的热度,借助分行开业两周年的行庆活动,于6月20日至7月10日开展了线下的“惠农购”活动助农增收。

经过近半个月的沟通挑选筹备,“沁滋味”辣椒酱、“太行珍宝 生态银耳”“沁之源石磨香油”“沁河浪花蜂蜜”、蒲公英茶等多款在“晋城有礼”中脱颖而出的优质本土“明星农产品”入驻晋城分行在厅堂内开设的“惠农购”专区,实现了与客户点对点的零距离接触。

除了转发朋友圈免费领取优质农产品,新客户定期存款可享受双倍积分以及老客户定期存款1万元即可享受五折购买的优惠活动。该活动一经推出就引起了客户的高度兴趣,活动现场气氛热烈,获得了双赢的效果,农产品首日销售额即突破2000元,累计销售达8000余元。

晋城分行相关负责人表示,本次试水“惠农购”是保证积极贯彻国家政策、主动承担社会责任的体现。今后,分行将不断拓宽助农渠道,以更多更好的方式将农活动推广下去,用切实的行动回馈当地百姓。

湖北兴山县万亩蔬菜开秤销售

“没想到今年茼蒿椒能卖到4元一斤。”7月14日,种了25亩茼蒿椒的兴山县和平村村民吴军边采摘、边和妻子盘算着,按现在的价格,光茼蒿椒一项就可收入20余万元。

部分产区还没有上市,辣椒供不应求,青椒的收购价已经达到4元一斤,第一批总计收购4.5吨,这些成色好、品质高的茼蒿椒被采摘后将第一时间过秤装箱上车,销往合肥、南京、上海等地。

该乡种植业专业合作社负责人聂雄为介绍,由于目前刚刚开秤销售,

山东加强食盐专营管理 打击涉盐违法犯罪行为

本报 山东省工信厅、省公安厅和省卫健委近日下发《关于加强食盐专营管理确保食盐安全的通告》,进一步加强食盐专营管理,规范食盐市场秩序,打击涉盐违法犯罪行为。



在碘缺乏地区销售的食盐,应当为符合食用盐碘含量标准的加碘食盐。同时,为满足特定人群需要,可供应不超过总销量10%的未加碘食盐,零售点要有明晰的未加碘食盐标识

牌,提醒消费者遵照医嘱等购买食用未加碘食盐。在碘缺乏地区,食品加工以及餐饮服务、集中用餐单位的食堂、餐厅,应当使用符合食用盐碘含量标准的加

碘食盐。在水源性高碘地区销售的食盐,应当为未加碘食盐。零售点应有明晰的标识,提醒消费者在水源性高碘地区应购买食用未加碘食盐。

食盐生产经营者应当建立食盐质量安全追溯体系,落实生产销售全程记录制度,依照《食品安全法》的规定如实记录并保存进货查验、出厂检验、食盐销售等信息,保证食盐质量安全可追溯。严禁非法生产、储运、销售侵权假冒食盐及不符合食盐质量标准的食盐;严禁食盐零售单位销售散装食盐,严禁餐饮服务提供者采购、贮存、使用散装食盐。

对于违法从事食盐生产、销售、囤积居奇、哄抬价格、销售假冒食盐或用非食盐加工食品等扰乱食盐市场秩序行为,将依据有关法律法规和管理规定进行严肃处理,构成犯罪的,由公安机关依法追究刑事责任。任何单位和个人有权对违反食盐业管理法规的行为提出检举和控告。对包庇纵容或帮助转移、毁灭、伪造证据者,将依法移送有关部门追究其法律责任。

直播+小程序+社群 点亮商场夜经济

本报记者 王洋

在即将启动夜京城2.0行动计划的背景下,商场夜经济发展得如火如荼。如今,打烊并不影响导购们继续销售货品。通过直播、微信群、小程序等,消费者们可以24小时“逛商场”。

今年天猫“6·18”迎来了爆发,商圈直播在北上广杭等全国50余城兴起。

“导购离消费者最近”

除了直播,利用微信社区和小程序形成全时互动也成为了不少门店打造夜经济的主要手段。

“过去,我们花了很大的力气去定义——谁离消费者最近?谁能真正让我们的业务更有活力?毫无疑问,是前端的店员。因此,我们希望用更多的终端数字化工具赋能店员,让他们发挥更大的活力。”百丽国际执行董事李良在接受记者采访时告诉记者,拥有8300多家直营店、35000名员工的滔搏运动,已成为百丽国际切入社交、连接线上线下的最佳平台。店员开始利用微信、小程序、企业微信及百丽自主研发的数字化工具为消费者提供服务。“店员在门店添加消费者微信,不仅能够提供一对一服务,还能将其引导至不同主题的线上社群,为用户提供服务。”店员在门店添加消费者微信,不仅能够提供一对一服务,还能将其引导至不同主题的线上社群,为用户提供服务。

“下班后我会经常在社群或朋友圈分享新品链接,很多消费者看到后会直接订下单。”滔搏运动的一名店员在接受记者采访时表示,通过线上线下多触点的实时互动,他们与消费者建立起了长期联系,门店的新客户留存率和老客户复访率都得以提高。此外,拥有ONLY、Vero Moda、Se-



lected、和Jack Jones四大品牌的臻致时装基于微信小程序搭建线上平台We Mall,自上线以来,有20%的销售额来自门店的闭店时间。“从场景上说,男性购买服装更多会询问另一半的意见,这时导购可以添加用户的好友,通过小程序将产品推荐给用户,让他可以在家和家人沟通好了之后从线上下单,为导购的销售渠道作补充。”致效集团相关负责人表示,消费者在门店扫二维码就可以成为会员,在微信环境中,门店会为导购配手机,与用户建立好友关系。

“互联网正在孕育出‘看不见’的夜经济。”产业分析师黎光明在接受记者采访时表示,互联网催生了一系列夜间消费新业态新模式,创造了多元化的消费需求。

在京东大数据研究院首席数据官刘晖看来,纵观近5年的消费特征,智能手机、移动购单APP、微信购物拉动了夜间消费。“PC端晚上7点后消费会有明显下滑,而手机端的消费在晚上9—11点会有新高峰。夜间经济和夜间消费经济的普及是完全分不开的。”他认为,互联网基础设施或者基础平台的支持,能够帮助整个行业特别是实体经济更快地更好地去发展,这个模式也会带动他们的升级和转型。

线上消费成夜经济新的打开方式

随着技术不断更新,消费加速升级,“夜经济”有了新的“打开方式”。

上半年河北省外贸进出口总值同比增长8% 增速高于全国

本报 7月23日,记者从石家庄海关获悉,上半年河北省外贸进出口总值1924.5亿元,比上年同期(下同)增长8%,增速高于全国11.2个百分点。据介绍,上半年河北省外贸进出口呈现出三大新特点:一是疫情相关产品出口增长快速,口罩、医药材及药品、医疗仪器及器械等产品出口增长快速,分别增长8.5倍、22.2%和1.7倍。二是中

欧班列开启外贸新通道,海关出台措施,允许企业自主选择通关模式,支持利用中欧班列开展运输业务。河北省5月、6月以铁路运输方式进出口分别增长23.4%和9.4%。三是跨境电商潜力十足,上半年河北跨境电商进出口1625.5万元,增长10.9%。面对新冠肺炎疫情带来的严峻挑战,河北聚力“六稳”“六保”,积极推进

稳外贸稳外资工作,推动全省外贸进出口均实现增长。下半年,石家庄海关将发挥新海关职责,继续落实石家庄海关力度,加大对跨境电商贸易、外贸综合服务企业的扶持。除此之外,石家庄海关还将创新监管模式,进一步提升中欧班列跨境运输便利化水平,支持关键原材料和设备进出口,确保产业链供应链稳定。

密切跟踪出口订单形势,精准服务市场,同时,努力扩大优势产品出口,支持贸易新业态发展,加大对跨境电商支持力度,加强对白沟市场采购贸易、外贸综合服务企业的扶持。除此之外,石家庄海关还将创新监管模式,进一步提升中欧班列跨境运输便利化水平,支持关键原材料和设备进出口,确保产业链供应链稳定。

悦己让首饰跳出收藏圈

重颜值 轻材质 时尚催生新消费需求

随着90后、00后逐渐成为消费市场的主力军和引领者,新生消费人群对于购买首饰的初衷,从传统意义上的投资保值、婚庆纪念,逐渐过渡到“悦己型”消费层面。面对动辄几千元、上万元的珠宝首饰价格,年轻消费群体通常会选择购买一两件昂贵的珠宝进行保值,不定期购买当季时髦好看的低价时尚首饰。

从需求角度来看,年轻消费群体对于首饰的消费观念,更像是快消品,更多的是满足自身爱美、“悦己”的情感表达。



本报实习记者 贾海文 文/摄

高性价比也得高颜值

7月18日,记者在北京潘家园旧货市场走访看到,百元以内的首饰商户,吸引了不少年轻消费者的选购。销售海洋玉髓的商户对记者说:“天然的玉髓因其产量较大,做成的首饰吊坠价格也非常便宜。玉髓硬度高,日常佩戴不怕磕碰,而且天然形成的花纹非常有特色。”记者看到这类玉髓材质的吊坠饰品,天然的花纹非常有特色,有水草纹、水墨纹、豹纹和蚕丝纹,而且通过简单搭配就可以成为一件简约时尚的首饰。

在电商平台,价格亲民的首饰制品同样受到消费者的热捧。在某购物平台专营阿富汗白玉的直播间,记者看到20元包邮的白玉牌,40元的猫眼石手串,在购物车里频频被“秒”断货。销售者对记者说:“20元就可以买到天然的保真的阿富汗玉,但是佩戴出的效果和名贵的和田羊脂玉没有任何差别。”

消费者王小娟对记者说:“一只金手镯戴一辈子,那是老一辈人对于首饰的理解。现在的年轻人对于饰品的选购主要看中‘颜值’,是不是真金白银都不重要。花一件金器的价格,买一件时尚首饰,每天搭配服装换着戴,既新鲜,又有性价比。”

跳出“收藏圈”的时尚蜕变

数据显示,目前国内珠宝首饰行业市场规模已超过7000亿人民币。以阿里平台数据为例,2019年珠宝首饰有600多亿的市场规模,品类可以简单分为珠宝首饰和时尚首饰,市场份额约为6:4,其中珠宝首饰占400多亿,时尚配饰则接近300亿。其中,决定珠宝首饰与时尚配饰最大的因素则是材质,一件首饰平均客单价接近万元,而时尚首饰的价格则亲民很多,从几十元到千元不等。

记者参考国际大型珠宝市场的数据发现,时尚属性更高的产品收获了一大批年轻消费者的关注。跳出“收藏圈”选择根据社交与装饰性的首饰,渐成首饰消费的新趋势。

业内人士指出,传统的规模化首饰品牌在2000年以前主要是贵金属产品,而到了2000年后国内涌现出大量的首饰厂家,开始从“卖材质”转为“卖款式”的模式。正好迎合了年轻消费群体把珠宝首饰当作“快消费品”的消费观念,他们对于首饰的颜值更加看重,不能满足自己的审美,符合自己的社交需求成为主要的消费诉求,也更愿意为设计支付溢价。因此,时尚属性的首饰产品逐渐成为主流。

低客单价蕴含大商机

低客单价不仅带来了性价比优势,也为行业带来快速运转的动力。深圳水贝某珠宝企业负责人在接受记者电话采访时表示,在珠宝首饰行业里,大部分产品和品牌都采用代工生产的模式,只有少数珠宝巨头,实现了自主生产。这种品牌端分散化的局面,给中国的中小型首饰加工企业提供了机会。而且,批量生产线从设计图纸到生产成品,周期仅为20天左右。在这样的前提下,品牌与工厂之间形成了“小单快反”的合作模式,提升制造速度,也节省了制造成本。

河南镇平从事玉器加工的张涛以直播间20元的阿富汗玉挂牌为例,给记者算了一笔账。这类产品的进货价格在8—10元之间,20元的“秒杀价格”实际上是有利可图的,而且此类低价的玉石产品,客户的重复购买率很高。虽然,阿富汗玉并不属于名贵玉石品种,但是,超高的性价比可以让不懂玉石的顾客,以极低的价格,去接触玉石、了解玉石,成为传播玉文化和涵养客户资源的营销手段。

法院公告栏
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...

原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...

原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...

原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...

原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...
原告:本院受理广州市番禺区人民法院...
被告:本院受理广州市番禺区人民法院...