

聚焦广西

玉林打造区域消费中心城市

彰显“岭南都会”魅力

本报记者 刘晓磊 □ 郭月华

近年来,广西壮族自治区玉林市多措并举倾力打造广西区域消费中心城市,推动消费市场扩容提质,恢复和扩大消费,彰显“岭南都会”魅力。2022年,该市社会消费品零售总额增长2.8%,高于全区2.8个百分点,排全区第2名,贡献度排全区第1名,实现高于全国和西部地区平均增速。2023年一季度,该市社会消费品零售总额同比增长6.3%,高于全国和全区平均水平。

商贸设施建设高歌猛进

玉林市商务部门在提升原有国际中药港、宏进农副产品批发市场、肉食品市场、国际汽车城等大型专业市场运营效率的基础上,新建了一批多业态新兴专业市场,进一步完善商贸体系。其中,国际香料市场一期建成开业,500多家经营户入驻经营,二期项目和冷链物流项目正在加快建设;桂东南新能源电动车、摩托车市场升级改造运营,是桂东南规模最大的电动车、摩托车专业市场;富安居(博白)家居建材市场建成开业,并进驻商家83家;兴业县生猪交易市场项目一期已投产运营;玉林市肉食品市场二期、容县胶合板产业园家具交易中心等项目建设正在加快推进。同时,玉林市还在谋划建设香料特色产业加工园、药食同源加工园,大力发展香料产品精深加工;2022年投资800万元的珍稀

沉香项目已投产,建成玉林香料科普展览馆、北流沉香文化馆、沉香体验贸易中心,推出“南国香都——寻香之旅”旅游线路19条。目前,全市各类交易市场商品交易额超800亿元,超亿元市场14个,其中宏进农副产品批发市场、银丰国际中药港、香料市场等3个市场年成交额均超100亿元。

玉林市还对商业街区进行了重新规划布局,建成营业大型商业综合体14个。进一步完善街区消费设施。首先是特色商业街区全新升级。玉林牛腩粉文化美食街、文化广场啤酒美食商业街、中药港文旅(药膳)商业街、奥园广场夜市街等街区建成运营。其中,奥园广场夜市街开街后三天,日均客流同比提升66%,环比提升26%,成为玉林消费新的“打卡点”。玉林西街、万花楼文旅商业街、百利商业街等项目也正在加快推进,目前,全市已建成运营商业步行街12条。其次县城商贸综合体建设多点开花。北流万达广场、福绵福泰城、博白东方明珠大型商贸综合体建成开业;博白万达广场项目已签订合作协议,正加快推进前期工作。

商圈消费持续领跑

近年来,玉林市持续打造购物、餐饮、住宿、文化、娱乐、休闲、商务、会展等功能,充分满足各种消费需求的重点商圈11个,其中城区核心商圈5个、县城商圈6个。玉林城区五大核心商圈消费占城区消费的80%、全市消费的

50%,商圈消费稳步提升。一是打造以金城中心、国际购物中心、盛世百汇、联美商贸、苏宁易购、骑楼步行街、盛盛百汇、玉林宾馆、花园酒店、福城丽宫酒店、文化广场等为核心的中心城区商圈;二是打造以万达广场、奥园广场、富安居家居建材广场、二环东路汽车4S店、东方文华酒店等为核心的城东商圈;三是打造以大润发、通用商贸、银丰国际中药港、国际汽车城、国际会展中心、南兴广场、凤林酒店等为核心的江南商圈;四是打造以工业品市场、电脑城、金色阳光超市、嘉和酒店等为核心的城西商圈;五是打造以宏进农副产品批发市场、毅德商贸城、居然之家、红星美凯龙等为核心的城北商圈。

消费实现提档升级

去年以来,玉林市紧盯重要节日、消费旺季,以节聚势、以节兴市、以节兴商全市共开展各类主题促销活动600多次,消费动能得到进一步激活,带动消费超800亿元,消费市场加速恢复。其中,“迎春惠民·乐购玉林”促销活动实现销售额30亿元;“两桶油”促销增加销售额20亿元;举办12场大型车展,销售额6.5亿元;承办广西首届餐博会,拉动消费近3亿元;组织企业参加广西“33消费节”,带动消费5亿元;举办全国采购商广西行玉林专场产销对接会,采购总额2.5亿元;举办5场“璀璨广西 消费GO”夜生活嘉年华(玉林站)活动,带动重点商圈的商贸企业销售额同比增

长20%以上;举办玉林市第十届“岭南都会”消费购物节,统筹各类促销资金1300万元开展促销,销售额总计超3亿元,促销资金撬动杠杆率为23.1%。

文旅消费加快恢复

以推进国家文化和旅游消费试点城市建设为抓手,玉林市通过积极开展形式多样的促消费活动,推动文旅消费加快恢复。首先是多举措掀起文旅消费新热潮。持续实施“冬游广西”奖励(补助)优惠政策,广泛开展“我们的中国梦”——文化进万家、“开年游广西(玉林)”等系列促销活动,推动文化旅游消费有序恢复。“三月三”节日期间,推出美术展、体验扎染工艺、制作手工绣球、展播电影《刘三姐》、容县县底镇“三月三”山歌暨民间文化艺术节等文旅大餐,举办克拉湾水上乐园开园等活动,掀起文旅消费新热潮。其次是促销惠民带动文旅消费。2023年春节期间,大容山等14家国家4A级景区和3A级景区对全国各地游客实行首道门票挂牌价5折优惠。在“三月三”节日之前,向各省(自治区、直辖市)及香港、澳门、台湾地区的游客发行“一票游玉林”套票活动——168元优惠价价格畅游玉林10家知名景点;利用“一键游玉林”平台,直接“扫码”或“刷脸”进入景点,提高进入景区的便利性。

下一步,玉林市商务部门将持续创造新场景激活消费市场活力,进一步加快国家骨干冷链物流基地建设,大力推进福达农产品冷链物流、玉林农产品冷链物流中心、润明农产品冷链、宏进农产品批发市场(粮油市场)冷链物流等项目建设,实现从田头到餐桌的有效衔接,力争2023年年底该市冷库库容量达到30万吨以上。

心 释放消费潜力”主题活动,在全社会共同营造预期稳定、安全放心、提质升级的消费环境,让群众没有后顾之忧——“敢消费”,消费体验获得感强——“愿消费”。

活动现场设立消法科普宣传台、消费投诉咨询台以及家居、汽车等企业宣传展台。各展台工作人员热情服务,现场为参加活动的消费者展示真假商品、宣讲法律常识、传播维权知识、答疑解惑等。

肤趋势报告》显示,精准护肤就是追求在肌肤最小单位上,提升功效确定性的新一代护肤方式。其中最重要的工作,就是精准识别问题,精准循证功效,以及精准递送能量和活性成分。

科研成美妆品牌核心竞争力 科学解读将成“种草”手段

对美妆行业而言,新零售的大环境下,品牌争夺的何止是10亿消费用户。“消费的实时在线推高了消费者‘随时随地都想获得满足’的需求,消费者不再刻意等待双‘11’。”广州市社会科学院现代产业研究所副研究员陈峰表示。在他看来,待“双11”战绩出炉时,也许才是品牌真正布局拓宽市场的下一步。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示,美妆市场的格局正逐渐稳固,关心美妆的消费者已经逐渐形成了自己的品牌购买习惯,很少去换品牌和产品。所以对美妆来说,科研之外,找到消费者的潜在痛点也快速和提前“种草”,是美妆产品打破固化的市场份额、争一杯羹的主要手段之一。

(广州日报)

地方动态

山西省举办“双11”线上促消费活动

本报讯(记者 刘自昌)山西省商务厅日前下发通知,组织开展2023“晋情消费 品质生活”“双11”线上促消费活动。活动旨在借助“双11”这一时机和各类销售平台,扩大山西省产品销售,提高山西省产品品牌影响力,促进山西农特优产品“走出去”,进一步释放消费潜力,推动直播电商、社群电商等新业态快速发展。

据通知要求,活动时间为11月1日至11日,以“政府指导,市场化运作”为原则,各市商务局结合本地资源禀赋和特色产品,整合龙头电商平台、重点电商企业、线下实体商业、省级直播电商基地等资源,开展形式多样、线上线下融合的促销活动。

具体活动内容包括组织山西

省内龙头电商企业联动促销、鼓励传统零售企业拓展线上消费场景、引导直播电商基地开展联播不停歇活动、开展“直播电商季”系列活动、各市结合实际开展各具特色的促消费活动等。组织省内优秀网络店铺,以及天猫原产地官方旗舰店、各平台山西特产馆、电商主体培育企业等市场主体开展减免、直降、秒杀、直播带货等“双11”主题促销活动。鼓励山西省内大型连锁商超、龙头零售企业和便利店等,利用其品牌旗舰店、微信小程序、社区拼团、本地生活平台等渠道和媒介,打通线上销售渠道,拓展线下消费场景,实现线上线下相互引流,激发消费活力,助推产品销售,进一步活跃“双11”市场氛围。

吉林省农安县:产粮大县迎丰收

本报讯(记者 王春宝)金秋时节,五谷丰登。眼下,吉林省农安县广袤的田野上,农机手们熟练地驾驶着收割机在高标准农田中往复穿梭,稻秆被迅速地“吸入”机器,一粒粒金黄的稻谷被收入“囊”中之后,粉碎的秸秆再从机器尾部排出……田间地头一片繁忙景象。

吉林省农安县世杰家庭农场负责人赵士杰告诉记者,今年该农场种了60多垧地,农业技术推广中心为其提供种子、化肥、农药等农资及技术指导,实现了增产增收。目前,水稻收割工作完毕,大田玉米也在紧张收割中。

据统计,2023年,吉林省农安县农作物播种面积623.1万亩,其中水稻播种面积19.87万亩。作为农业大县,农安县委、县政府一直把保粮食总产、保国家粮食安全作为重点工作,通过在全县实施全国粮油规模种植主体单产提升行动

项目与吉林省水稻产业重大技术协同推广项目,进一步强化了水稻优质栽培技术的应用。项目组专家对小城子、黄鱼圈、青山口、新农、龙王等乡镇进行了水稻实收测产,结果显示中科发5、超级稻等品种干粮平均亩产量达600公斤,对比近三年平均产量提高10%左右,圆满实现了项目设定的绩效目标,个别地块干粮亩产量突破750公斤,创近五年新高。

农安县农业技术推广中心副主任、高级农艺师宁鹏玲介绍,农安县一直坚持“藏粮于地、藏粮于技”战略,积极开展化肥农药减量增效、测土配方施肥、绿色病虫害防治、全程机械化等关键技术的创新,提高科技赋农、助力农业生产提质增效,进一步为水稻生产工作打下坚实的基础,切实保障稻米及重要农产品安全稳定供给,为国家粮食生产安全工作贡献农安力量。

海南省市场监督管理局举行燃气器具

质量安全宣传培训“环岛行”活动

本报讯(记者 郑红梅 □ 吴坤霖)为扎实推进海南省市场监管系统燃气安全专项整治工作,切实做好燃气器具产品质量安全监管,10月30日至11月3日,海南省市场监督管理局举行燃气器具质量安全宣传培训“环岛行”活动。

本次活动邀请了国家燃气器具产品质量专家,赴海南省各市县巡回宣讲燃气器具质量安全知识和教授辨别真伪产品技能,现场指导监管人员开展执法检查工作,指导销售单位落实进货查验制度和产品质量安全主体责任。向全省所有燃气器具销售单位发放“一封信”等燃气器具质量安全知识宣传资料,并要求其在燃气器具销售门店显著位置张贴。组织燃气器具

销售单位集中签订《销售质量合格燃气器具承诺书》。

通过“环岛行”活动,使海南省市场监管系统燃气器具监管人员和燃气器具销售人员全面了解、掌握“灶、管、阀”等燃气器具产品质量安全知识和监管重点,能够熟练辨别真伪燃气器具产品,确保基层监管人员在燃气器具产品质量安全专项整治中“会排查、善监管”,落实属地监管责任。督促推动全省燃气器具销售单位落实质量安全主体责任,引导消费者正确选购合格的燃气器具产品,让拒绝销售、拒绝购买伪劣燃气器具产品成为全社会共识,营造“质量安全”共治氛围,筑牢海南省燃气器具产品质量安全底线。

内蒙古呼和浩特市市场监督管理局(知识产权局)

开展知识产权调研指导工作

本报讯(记者 闫廷 □ 周建华)为进一步做好知识产权运用与保护工作指导,更好地服务企业创新发展,近日,内蒙古呼和浩特市市场监督管理局(知识产权局)知识产权保护科、知识产权发展科负责人联合呼和浩特仲裁委、市司法局相关人员,到内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司实地调研知识产权运用与保护情况,并举行座谈交流。

调研组通过参观企业展厅、生产车间,听取介绍等方式详细了解企业生产经营状况、知识产权工作开展情况。据企业知识产权负责人介绍,公司现有创新专利3202件,自主知识产权产品61件。调研人员对被调研企业知识产权工

作取得的成绩给予了充分肯定。座谈会上,调研组围绕如何保护商标专用权、核心专利,如何增强企业防范知识产权风险能力,如何增强知识产权管理人员的知识产权意识以及知识产权人才培养等问题进行深入交流。

下一步,呼和浩特市市场监督管理局(知识产权局)将根据调研情况进行分析研究,精准解决被调研企业在知识产权保护、知识产权管理、知识产权布局、知识产权人才培养等方面的问题,并将以点带面,帮助企业丰富自主知识产权储备,做好技术布局,不断提升全市知识产权创造质量,强化保护力度,为知识产权创新提供健康良好的发展环境。

广西消委会举办家居、汽车惠民生促消费活动

本报讯(记者 刘晓磊)为进一步激发市场活力,刺激全民消费,拉动经济增长,10月30日,广西壮族自治区消委会在南宁举办“提振消费信心 释放消费潜力”2023年广西家居、汽车惠民生促消费现场宣传活动。

广西壮族自治区消委会秘书长唐楚尧在致辞中指出,家居、汽车消费一

直以来都是拉动广西消费的重要组成部分。近年来,广西各级消费者组织及监管部门牢固树立消费者至上理念,强化市场综合监管,深化放心消费创建,打造公平竞争环境,全区消费环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度持续提升。

唐楚尧强调,要把恢复和扩大消

费摆在优先位置,着力改善消费条件,优化消费环境、提振消费信心。要进一步增强消费者自我保护意识,压实经营者消费维权主体责任,凝聚消费维权社会共治合力,进一步优化消费环境,激发消费潜力,促进消费复苏,推动高质量发展。同时希望社会各界积极响应和参与“提振消费信

科学配方掀起秋冬精准护肤新潮

在即将到来的美妆“双11”电商大战中,功能性护肤产品成为热门。记者留意到,“科学配方”不仅成为消费者在选购功能性护肤品时的关键考虑因素,同时也掀起了秋冬护肤保养新潮。事实上,秋冬季正值养肤的季节,记者发现,随着消费者对护肤效果的重视,保养品也从外用涂抹的护肤产品延至内服的保健食品,科学搭配的产品愈发受到消费者青睐。

“科学配方”走红 护肤保养迈向精准数据化阶段

“‘早C晚A’还不够,不同的产品组合里也有不同的科学护肤配方。”小美今年刚好30岁,她对护肤保养有着自己笃信的一套逻辑。在小美看来,流行趋势可以作为参考,但购买时更多会以科学数据作判断。“我属于季节性的敏感性肌肤,用‘C晚A’(早上维C抗氧美白,晚上维A抗衰修复)的保养搭配,春夏更重保湿,秋冬更重滋养,作用在肌肤上的效果还是有所不同的。”小美解释说。

记者留意到,像小美这样的年轻消

费者很多,这类消费群体既拥有追追趋跟潮流的敏感度,也对成分配方有一定的认知,因此当下流行的精准护肤潮刚好能切中其消费痛点,满足其购买需求。美妆博主王菲告诉记者,科学配方的粉丝,其实是源于早期的成分爱好者,“在接触现在流行的科学护肤配方之前,他们对精准护肤的概念并不陌生,只是现在更细化了。”王菲表示,除了“早C晚A”的搭配,还有“早R晚P”(日间防御,夜间修复)的组合,底层逻辑都是在力求肌肤保持稳定的前提下,进行科学配置的精准护理。

值得注意的是,除了外涂的护肤产品,内服的保健食品也同样获得消费者青睐。“归根到底,健康才是当下消费市场的潮流趋势,这在护肤美容界尤其明显。”资深美容师李爽告诉记者,不久前资生堂就携手同仁堂推出“外修内养”的护肤理念,相关产品除了能涂(精华),还能吃(冻干粉)。但业内人士提醒,口服保养品的使用应更谨慎,切忌盲目、大量服用,有强烈需求者建议先咨询专业医生。

科学保养需循序渐进 探索精准的个性化护肤方案

“真C瓶、A瓶,爆款不止‘买一送一’的量。”记者点进某知名美妆品牌的天猫官方旗舰店后,页面立马就跳出来这样的信息:“早C晚A”的爆款产品组合,比常规购买可获赠更多的量。与往年相比,今年“双11”出现的新特点之一是“快打慢”“前置种草”。究竟消费者在日常生活使用这些护肤品时,需要频繁与多量吗?李爽表示,要根据个人护肤的状态来进行科学配置。

“早在‘双11’之前,一批博主达人以及成分专家就已经提前在平台上分享产品使用心得以及特点,吸引消费者关注了。”李爽告诉记者,细致到单件产品的使用方法以及涂抹手法,这些分享是有一定参考价值的,但日常使用时不需要如此密集。在李爽看来,过度护肤保养也是目前消费群体中容易出现“雷区”,个人使用时探索更适合自身的、个性化的护肤方案更为稳妥。

据艾瑞咨询发布的《2023年精准护

设置外卖餐盒回收桶是环保好举措

题也持续引发关注。消费者用餐完毕,往往将外卖餐盒和其他垃圾一起丢到垃圾桶,浪费资源也污染环境。

实际上,外卖餐盒回收加工之后,可广泛应用于汽车、电子电器及家居等行业。今年2月,美团青山计划联合晨光打造了国内首款碳中和文具,就为外卖餐盒回收利用提供了更多可能。把外卖餐盒变废为宝,是节约资源的好办法,也是社会文明水平的重要体现。

大量一次性塑料餐盒没有得到有效回收,除了人们对其利用价值缺

乏了解之外,分拣回收设施缺乏也是重要原因。北京市设置专门的外卖餐盒回收桶,明确传递出外卖餐盒可以回收的信息,更为回收提供了场所,体现了垃圾分类精细治理的思路,有助于人们养成科学处理外卖餐盒的好习惯。

让设置外卖餐盒回收桶这一好举措发挥好效果,需要广泛宣传。相关部门可以尝试通过更多方式让人们知晓该举措的重要意义,以及垃圾桶的具体位置。同时,不妨招募一些志愿者,提醒和劝导群众把外卖餐盒

声音

北京市发改委近日表示,将在昌平、朝阳、顺义、西城等区选取部分外卖集中的区域作为试点,在垃圾分类投放点设置单独的外卖餐盒回收桶,开展规模化外卖塑料餐盒回收,探索建立“回收站点—社区中转站—再生资源分拣中心”的餐盒全链条回收体系。

如今,动手指点外卖已成为不少人的消费习惯。统计显示,截至2022年12月,我国网上外卖用户规模达5.21亿。在线点餐规模不断扩大的同时,由外卖餐盒产生的垃圾问