

逛市场看亮点⑤

年货购物车满载幸福生活

随着春节日益临近,各地消费市场纷纷进入“年货模式”,家家户户采办年货的热情持续高涨。大型商超、年货大集、年货展会等多种形式的年货平台汇集了来自五湖四海的优质商品,让浓浓的年味儿弥漫在每一个角落。

非遗元素魅力足

2025年春节,作为申遗成功后的首个春节,喜庆的氛围不仅弥漫在大街小巷,更延伸至老字号品牌。近日,2025湖南老字号暨国货潮品博览会在长沙开幕,吸引了来自10多个省市的近300家老字号企业参展,线上交易会同步进行。参展老字号涵盖食品、文化、日用品等多个领域,火宫殿臭豆腐、九如斋灯芯糕、九芝堂驴胶等耳熟能详的老品牌悉数亮相。展会还特设非遗展示区,糖画、剪纸等传统民俗技艺精彩呈现,让消费者在购物的同时,深切体验传统文化的独特魅力。

湖南省老字号协会会长刘水良指出,随着国货复兴趋势的兴起,越来越多的“80后”“90后”消费者开始青睐国货,这为老字号企业带来了前所未有的发展机遇。博览会现场不仅安排了老字号、非遗技艺展演,还邀请了国家级工艺美术大师和省级非遗代表性传承人现场展示土家织锦、湘绣等技艺,为消费者打造了一站式国潮文化体验与年货采购平台。

在北京市平谷区,“寻味平谷·乐购兴谷夜”兴谷首届年货节同样购销两旺。作为年货节的“明星”展区,京津冀地方特色展销区汇聚了京津冀三地及对口支援地区的丰富特产和精美手工艺品,吸引了大量市民和游客前来询价选购。本地蔬果肉蛋、糖画糖人皮影戏等吃、购、游、玩项目应接不暇,民俗表演、非遗展示、趣味游戏、萌宠乐园等多种活动持续不断,人们在赶集市、办年货中尽情享受家门口的浓浓年味。

平谷区兴谷街道办事处主任马丽彬表示,为了让年货节更具特色、更接地气,本次活动采用了“1+N”模式,即采取一个主会场与多个分会场相结合的方式,分设了多个特色区域,如寻找NPC打卡、民俗潮趣街区、传统年货展销区、京津冀地方特色展销区、美食体验区以及不夜城等,让市民在欢乐中找到属于自己的乐趣与惊喜。

在宁夏固原,“固原味·老家年”六盘山特色年货大集也在银川市阅彩城商圈火热开启,为银川市民带来了一场精彩纷呈的年货盛宴。据悉,此次年货大集活动将持续至1月28日,活动期间,每日将定时向顾客分发精美六盘山年货礼品,顾客可以免费品尝六盘山知名小吃。此外,还邀请了六盘山非遗代表性传承人现场剪窗花、写对联、送绣品,以及表演快闪、歌舞、秦腔等精彩节目,为市民营造浓厚的节日氛围。

商圈红火大集旺

在长沙市雨花区红星全球农批中心,“惠聚雨花,福满星城”新春消费季活动暨第三届红星全球年货节如火如荼。活动现场,各类特色年货琳琅满目,从新鲜水果、生鲜海鲜、传统腊味干货到精美手工艺品、特色农产品等一应俱全,充分满足了消费者一站式购齐年货的需求。

红星实业集团有限公司党委副书记、总经理袁丹介绍,本次年货节围绕消费新场景与新业态,采取线上线下融合策略,线上通过大小屏联动直播、社群会员引流,线

**三亚**  
1月17日,2025年三亚  
新春年货节开幕

**青岛**  
1月18日,2025年  
“齐鲁农超”年货节开幕

**福建**  
1月17日,2025年供销  
集市年货节开幕

**湖北**  
1月18日,2025汉口北新  
春年货节开幕



近日,市民在江苏省如皋市如城街道城南社区内一家超市的“年货大街”选购年货。吴树建摄(中经视觉)

下设置农产品展示、销售区域,吸引消费者前来采购年货。

在山东肥城,掀起了丰富多彩的赶大集热潮,大街小巷、乡镇村落,热闹非凡。商家们精心布置摊位,陈列出各式各样的商品。市民们怀揣着对新年的期盼和喜悦,纷纷走出家门,涌向一个个充满年味的大集。

历史悠久的石横大集,在农历逢“四”逢“九”的日子里,总是格外地热闹非凡。鲜嫩的瓜果蔬菜堆成了小山,对联、福字以及充满年味儿的腊味、干货应有尽有,让人目不暇接。

在老城街道杨庄村,“喜迎新春”睦邻集市活动如约而至。活动不仅保留了深受大家喜爱的闲置物品置换环节,还精心筹备了一系列充满年味儿的特色项目,为即将到来的新春佳节增添了一抹浓郁的喜庆色彩。

剪纸摊位前,剪纸爱好者正热情洋溢地为大家进行现场教学,一张张红纸经过简单的翻转、折叠、剪裁,逐渐变成了一个栩栩如生的图案,让大家赞叹不已。

在沈阳镇砖舍集,特色美食琳琅满目,孟庄豆腐皮、河岔口鸭蛋、沈阳酥梨等农产品销售火热。赶大集不仅让群众品尝地道的美食,还享受到了贴心的服务。志愿者们早早地来到集市上,为居民提供义诊、健康宣传、义修、家电维修等多项志愿服务。

在山东聊城,年货大集搬进了城市社区,与社区治理相结合,以“搭摊位”“赶大集”形式聚集辖区优质商户,打造放心经营空间。活动现场还有民俗表演、义诊义剪、非遗商品展示等,为社区居民打造了一场年货、好品、文化的盛宴。不仅给社区居民带来便利和乐趣,也是社区探索集体经济发展新途径的创新举措。

据悉,聊城高新区“运河大集”新春启动仪式暨首届“社区年货大集”热闹非凡,此次活动以“聚山东好货、赶文化大集、

过康乐春节”为主题,将一直持续到农历年年底。

聊城高新区长江路社区党委副书记张伟表示,本次年货大集活动为期11天,并设有退役军人免费摊位和儿童公益摊位,通过社区搭台、商家唱戏,以传统大集的形式让广大消费者感受“年”的氛围,享受“货”的实惠,让辖区居民受益。

在广州,同样洋溢着浓浓的年味。天河区商圈内的正佳广场尤为红火,人头攒动,热闹非凡。正佳集团CEO谢萌表示,为满足广大消费者的需求,正佳广场早已备足年货,严格把控质量,确保商品品质优价廉。

在珠海,南湾华发商都同样迎来了最繁忙的时刻。为迎接春节,商场紧扣消费新场景、新业态,推出了以“禧遇·萌新”为主题的系列特色活动,为市民带来了丰富多彩的购物体验。

以旧换新添动能

年货市场的火热促使各地纷纷抓住机遇,以丰富多彩的促销活动、优质的商品和服务,满足广大消费者的多元化需求,让人们在欢乐中迎接新春佳节的到来。

“消费品以旧换新”作为当前大众消费领域的热门话题,备受关注。在湖南老字号暨国货潮品博览会上,特别设置了“消费品以旧换新”区域,美的电器、海尔电器等知名品牌商家现场搭建展区,以实实在在的优惠和让利政策,为消费者送上家电置换“大礼包”。同时,为助力新春消费热潮,

长沙市开福区还发放了100万元福满星城新春消费券。

新疆也于1月20日启动了消费促进·新春年货季暨商务领域消费品以旧换新活动。自启动之日起,消费品以旧换新补贴活动将在全区陆续实施,区内重点汽车、家电、家居、手机数码产品经销商以及各金融机构积极响应国家政策,也将同步推出消费让利、信用购机等叠加优惠,让消费者享受更多实惠。

新疆各地还围绕年俗文化主题场景,聚焦节日消费热点,开展新春年货节、网上年货节、年货集市、年货美食、民俗展演等节日促消费活动,让广大消费者在喜迎新春佳节的欢乐氛围中,方便购买丰富实惠的年货,更新换代家中的耐用消费品,最大限度满足各族群众多元化、个性化、多层次消费需求。

新疆维吾尔自治区商务厅党组书记、副厅长李轩表示,按照商务部统一部署,汽车报废更新、汽车置换更新、家电以旧换新、手机平板电脑手表(手环)购新、家装厨卫“焕新”、电动自行车以旧换新活动陆续上线实施,第一批2357家商户已做好参与活动准备。

文/本报记者 谢瑶 王金虎 韩秉志 乔文汇 杨开新 喻剑



1月7日至2月5日  
商务部等部门共同指导举办“2025全国网上年货节”,这是春节申遗成功后的首场全国性网络促消费活动

随着生活水平的提高和健康意识的增强,健身需求大量增加,带动健身行业快速发展。然而,在预付式消费模式下,资金安全风险和服务质量问题日益凸显。

健身行业的预付式消费模式,在一定程度上方便了消费者,也为健身机构提供了稳定的现金流。但这种模式也潜藏着巨大的风险。一些健身机构在收取预付资金后,由于经营不善、盲目扩张或过度竞争等原因,导致资金链断裂,甚至跑路,给消费者带来重大损失。不仅损害了消费者的权益,也影响了健身行业的整体形象和信誉。

李治国

日前,上海市多部门联合印发《上海市体育健身行业预付式消费经营活动监管实施办法(试行)》(以下简称《实施办法》),首次设立体育健身行业预收资金“三限”标准,即限额、限期、限次,为健身行业套上了一枚“安全阀”。这一举措不仅是对健身行业的一次全面“体检”,更是引导行业转变发展模式的重要信号。

通过设立预收资金“三限”标准,可以有效控制健身机构的预收资金规模,降低经营风险,避免盲目扩张和过度竞争。限额标准可以防止健身机构一次性收取过多预付资金,减少资金挪用和滥用的风险;限期标准可以确保预付资金在一定时间内得到合理使用,避免长期占用消费者资金;限次标准可以限制消费者过度购买预付卡,减少因冲动消费带来的损失。可以说,“三限”标准将推动健身机构从单纯的“销售导向”回归到“服务优先”的轨道上来。

从行业自身看,政策实施可能会给经营者带来一些挑战。“三限”标准使得预收资金大幅减少,导致那些依赖大额预收资金进行扩张的健身机构面临资金紧张的局面。但从长远看,“三限”的目的不是限制健身机构发展,而是通过风险控制,促使经营者合理设定预收资金规模,加强经营风险控制,避免盲目扩张。

作为满足市民强身健体需求的重要领域,健身行业必须要做到“打铁还需自身硬”。只有通过行业自身的强身健体,规范经营行为,提升服务质量,才能真正满足市场需求,担负社会责任。面对挑战,健身机构也只有顺势而为,积极应对,加快转型,才能在“三限”标准下实现可持续发展。

政策的出台只是第一步,关键在于落实和执行。相关部门应加强对健身机构的监管力度,确保《实施办法》得到有效执行。同时,也应加强对消费者的宣传和引导,提高消费者的风险意识和自我保护能力。只有这样,才能形成政府、企业和消费者共同参与治理的良好氛围,推动健身行业健康发展。

本版编辑 孟飞 李苑 美编 高妍 来稿邮箱 jrbgzb@163.com

福利“瘦身”的信用卡还香吗

本报记者 王宝会

近日,潍坊银行发布信用卡积分规则调整公告,宣布信用卡开卡激活、绑卡及消费等方式将不再获得积分。自2024年以来,多家国有大型银行、股份制银行和中小银行已陆续调整信用卡积分获取规则,信用卡消费优惠福利正逐渐“缩水”。有专家指出,不排除后续还有银行继续调整信用卡业务。

一直以来,信用卡积分是吸引消费者使用信用卡的重要手段。然而,随着市场竞争加剧和消费者需求变化,越来越多的银行选择调整信用卡积分等优惠政策。

中国银行研究院研究员杜阳表示,一方面,信用卡市场竞争日益激烈,过度的优惠反而可能带来无效竞争和营销成本;另一方面,随着互联网支付和移动支付的普及,传统的信用卡支付方式优势逐渐减弱,消费者更倾向于使用电子支付、支付宝、微信支付等方式。这些因素都促使银行重新考虑其信用卡业务的盈利模式和激励机制。

目前,信用卡业务已经进入存量时期,业务盈利压力增大。中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏表示,部分中小银行取消信用卡消费积分等优惠是应对市场变化之举。

天眼查数据研究院有关负责人表示,信用卡行业在面临移动支付等竞争压力时,需要更加注重提升产品的附加价值和客户体验。近年来,不少中小银行加快信用卡业务转型,

从跑马圈地逐渐走向精耕细作阶段,集中精力提高管理精细化水平。

福利“缩水”,银行信用卡业务如何激发消费者活跃度?中国银行研究院研究员李一帆建议,银行应稳妥推进精细化客群经营策略,紧跟国家消费政策,围绕首发经济、冰雪经济、银发经济和以旧换新等重点消费领域,聚焦重点客群,开展针对性营销提升客户留存。比如,针对应届毕业生、老年人、新市民以及特定群体等不同客户的差异化特征和高频消费场景需求,设计信用卡产品和服务通道,提供动态额度服务等。

银行还可以提供个性化的积分奖励或优惠。杜阳表示,银行应根据消费者的消费习惯和偏好,推出定制化优惠措施。比如,针对常出差的商务人士,推出与机票、酒店相关的优惠;对购物频繁的消费者,推出购物返现等优惠。同时,应优化信用卡的申请、激活、管理流程,减少客户的繁琐操作;加强客户服务,提供及时的消费提醒和积分管理,让消费者感受到更高的附加价值。

深度融合数字化和科技创新也是提升信用卡业务竞争力的重要途径。有专家表示,利用大数据和人工智能技术,银行可以提供更加精准的信用卡营销方案和信用额度评估,降低违约风险,提高客户体验。通过这些措施,银行可以更好地应对市场变化,激发消费者活跃度,推动信用卡业务健康发展。

中国人民银行发布的2024年第三季度支付体系运行总体情况数据显示

截至2024年三季度末

全国共开立信用卡和借贷合一卡

7.37亿张

环比下降1.51%

人均持有信用卡和借贷合一卡

0.52张



春节将至,在“黄金水道”长江江苏省张家港段,装载生产生活物资的船舶有序航行,来往如梭,为节日期间物资供应提供保障。施柏荣摄(中经视觉)