

有的券使用后需要额外支付快递费,有的商品上架时,券却过期了

购买一些商品使用优惠券反比不使用花费更多

本报讯(记者刘兵)近日,北京海淀的韩先生在某电商平台购买一箱啤酒,售价为102元,不使用优惠券可以免运费,而使用5元优惠券,则需支付6元运费,算下来,不使用优惠券还便宜1元。“优惠了个寂寞。”他说。

推出各类优惠券是不少商家和平台的惯用促销手法,然而《工人日报》记者调查发现,购买一些商品使用优惠券反而比不使用花费更多,优惠券促销套路多。

一些消费券成了摆设。有消费者反映,在某生鲜电商平台上领取了“限品类”的优惠券,然而,可以用该优惠券购买的商品一直未

上架,等到上架时,优惠券却过期了,商家也不补发优惠券。

此外,有的优惠券成了商家套路消费者的工具。一家消费服务平台声称“充19.9元可领100元话费”,但用户充值后发现上述话费优惠活动实是商家推广会员的幌子,广告宣称的100元话费实为多张需要充一定额度才能使用的小额话费优惠券。

对于涉及优惠券的套路,有关部门已采取行动。近期,万达电影股份有限公司因违反广告法,被北京市朝阳区市场监管局罚款1万元。该公司于2月10日至15日向京东

法,最终会失去市场的信任,甚至受到法律的惩处。

中国政法大学教授陈忠云表示,优惠券的提供方应该事先明确告知优惠券的使用范围、使用条件等具体信息,充分保障消费者的知情权。如果商家只突出部分有利信息,而隐瞒或不提供其他与消费者有重大利益关系的信息,则涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。同时,商家不能玩文字游戏,优惠券的优惠要落在实处。若使用优惠券比不使用花费更多,则商家涉嫌故意欺骗和误导消费者。



“露营热”促产业发展

5月19日,游客在宁波市江北区慈城镇一处露营地内休闲玩耍。

近年来,受疫情影响,消费者更加追求旅游消费新场景,“露营”这一生活方式逐渐升温。帐篷、天幕、折叠桌椅、野外炊具等露营产品销量倍增,形成了“露营热”的风潮,带动露营经济与户外用品产业的高速发展。新华社记者江汉摄

天津推动航空航天产业集聚 助推经济高质量发展

在空客天津总装线,工作人员正在进行空客A320系列飞机总装(2月24日摄)。

近年来,天津锚定制造业立市发展战略,以产业链为抓手,划定多条产业链助推经济高质量发展。其中,航空航天产业作为战略性新兴产业已在天津形成一定集聚规模,初步形成飞机、直升机、无人机、运载火箭、卫星及超大型航天器5条产业链竞相发展的格局。

新华社发(空客中国供图)



加强市场运行监测,发挥联保联供机制作用
我国全力保障受疫情影响地区生活必需品供应

本报北京5月19日电(记者北梦原)商务部新闻发言人束珏婷在今天举行的新闻发布会上表示,商务部将继续密切关注市场供应变化,针对可能出现的新情况新问题,及时会同有关部门和地方采取针对性举措,强化联保联供机制,全力保障受疫情影响地区生活必需品市场供应。

据介绍,针对当前国内疫情发展态势,商务部加强与相关部门和地方的协调联动,加大货源组织力度,强化产销对接,对疫情防控重点地区,积极协调周边省份调度大型批发市场与当地保供企业对接,保障生活必需品总量供应。

商务部保障市场供应工作专班持续跟踪各地市场运行状况,强化主要生活必需品供应数量与价格监测,严格实行市场异常波动及时报告制度。数据显示,北京市近一周蔬菜日上市量保持在2.6万吨~2.9万吨,处于正常水平,粮、油、肉、蛋、奶市场供应充足。

与此同时,充分发挥联保联供机制“多方帮一方”作用,继续组织好对上海等疫情防控重点地区的保障供应。束珏婷表示,当前气候条件总体有利,蔬菜上市量增加,疫情防控重点地区地产蔬菜的供应能力有所增强。

此外,商务部结合疫情防控形势,做好分类动态指导,推动有关疫情防控重点地区分阶段有序复工复产,逐步恢复超市卖场、便利店、农贸市场等保供网点。指导有关地区在严格做好疫情防控措施的前提下,鼓励支持重点保供超门店开门营业。

公安部5年破获经济犯罪案件41.8万起 挽回经济损失2764.7亿元

本报北京5月19日电(记者周倩)公安部今天举行“喜迎二十大 忠诚保平安”主题新闻发布会。会上,公安部新闻发言人贾俊强介绍说,5年来,公安部紧紧围绕影响人民群众安全感的突出问题,毫不动摇地坚持依法严打方针,切实保护好人民的人身权、财产权。

2017年至2021年,全国公安机关共破获经济犯罪案件41.8万起,挽回经济损失2764.7亿元;连续组织开展打击非法集资犯罪专项行动,依法办理P2P网贷平台案件1072起;组织开展打击地下钱庄犯罪专项行动,对危害经济安全的非法资金通道、职业犯罪团伙实施集中打击,摧毁4100余个跨区域犯罪团伙;依法从严打击证券期货违法犯罪活动,依法查处了一批有重大社会影响的证券期货犯罪案件,有力维护了证券期货市场秩序。

公安部2019年组建食品药品犯罪侦查局以来,持续开展“昆仑”行动,依法严厉打击各类食药、知识产权和涉疫苗、涉野生动物犯罪,全力维护人民群众生命健康安全,保障企业和消费者合法权益,有力维护了生态安全和生物安全。2019年至2021年,共侦破相关刑事案件19万余起,抓获犯罪嫌疑人30万名。

疫情发生以来,全国公安机关研究制定了重点物资运输车辆交管业务特事特办、疫情防控车辆人员牌证急事急办、机动车检验等业务延期办等一系列便民利企举措,切实保障疫情防控工作,助推经济社会复苏发展。

新基建、城市更新、完整居住社区建设等任务叠加

“十四五”时期工程勘察设计行业迎来新机遇

本报讯(记者时斓娜)“工程勘察设计行业企业总数达23741家,年均增速3%;从业总人数达440万人,年均增速7.7%;营业收入达72496.7亿元,年均增速21.8%。”住房和城乡建设部近日印发的《“十四五”工程勘察设计行业发展规划》(以下简称《规划》)指出,“十三五”时期,我国工程勘察设计行业规模进一步扩大,管理水平和经济效益进一步提高。

《规划》同时提及,“十三五”时期,工程勘察设计行业在工程建设中的引领作用尚未充分发挥,“十四五”时期,新型城市基础设施建设、城市更新、完整居住社区建设、乡村建设行动等工作任务为工程勘察设计行业发展带来了新机遇。《规划》要求,工程勘察设计行业抓住新机遇,直面新挑战,实现高质量发展。

《规划》从健全市场运行机制、保障勘察设计质量、贯彻绿色低碳理念、提升科技创新能力、推动行业数字转型、推进多元服务模式、优化人才培养体系等方面提出了推动工程勘察设计行业发展的具体措施。主要包括优化勘察设计企业资质管理制度,完善注册建筑师、勘察设计注册工程师考试制度,推进勘察质量监管信息化,鼓励绿色低碳关键技术与设备产品研发创新,等等。

《规划》明确,“十四五”时期,工程勘察设计行业实现相关法规制度不断完善,市场环境进一步优化,诚信体系初步建立,勘察设计质量得到充分保障;绿色化、工业化、数字化全面提速,技术创新和综合服务能力不断增强,标准化、集成化水平进一步提升,持续助力建筑业高质量发展。

企业统一购车、统一支付保险费、统一办理运营手续

兰州探索出租车“公车公营”

在城市街头也有了更多归属感和幸福感。

“挂靠制”“承租制”并缴纳“份子钱”,是许多地方出租车行业延续多年的传统模式,但在近年来也引发了一些既“困扰市长”又“困扰市场”的城市管理难题。2016年7月,《国务院办公厅关于深化改革推进出租汽车

行业健康发展的指导意见》印发后,各地稳妥推进出租汽车驾驶员从业资格管理和出租汽车经营服务管理改革,兰州在全国率先以新能源出租车为平台,探索“公车公营”。

从2017年3月起,兰州城乡公交公司通过企业统一购车、统一支付保险费、统一办理

优化服务、加强监测预警、严格执法监管等方面提出要求,今天又组织召开全国夏季粮油收购工作视频会议,进行再动员再部署。

从保障来看,仓容方面,各地积极采取腾仓、集并等方式扩大收储能力,同时加快检验设备维修和调试,可确保及时开秤收粮。资金方面,各地加强与农发行等金融机构对接,积极搭建银企对接平台,进一步完善粮食收购贷款信用保证基金,帮助企业多渠道筹措资金,可保证农民“粮出手、钱到手”。

运营手续、统一维修保养、统一签订劳动合同等方式,推动出租车行业新发展。目前,运营“公车公营”出租车2045辆,其中新能源出租车1790辆。

为解决出租车日常运营管理的难题,兰州围绕“人、车、路”风险辨识和安全预警,建立“精致”“精准”的智能化运营管理系统,不断完善安全应急保障、综合智能调度、运营监控、预约服务等业务的数字化、信息化管理水平。同时,为解决驾驶员在行车中的各种烦恼,企业在沿途选设“的哥驿站”,为司机提供休息区域、免费热水等,让出租车驾驶员也有“企业大家庭”的归属感。

瓶装饮用水产品“走心”之间

满是为了让实际水量与瓶体标注一致……

无论怎么解释,一个不争的事实是,灌得太满给饮用者造成了一点小麻烦,产品不够人性化。对于生产企业来说,改进产品更多考虑的因素是成本和市场。从现状来看,即使部分消费者发出质疑声音,但综合考虑不断扩大的市场规模和换瓶或调整灌装方法的成本,生产企业最终选择的是舍掉消费者饮用时的方便。

过去很长一段时间,庞大的国内市场和不够丰富的产品供给让很多制造企业“躺赚”,生产出来的东西只要质量没有大问题总会有需求。但是,随着供给越来越丰富,消费者的可选择越来越多,“躺赚”的时代过去了。

同时,制造业产业链上消费者、生产者的关系正在重构,消费者占主导地位的特点日趋明显。随着人们的腰包鼓起来,在购物时

掌握了更多的话语权,性价比不再是购物考量的唯一因素,多样化、个性化、人性化的消费需求也随之而来。

过去“躺赚”的生产者们该坐起来思考一下如何才能在满足消费者功能诉求的同时,更进一步满足他们的情感诉求,为他们提供更好的用户体验,甚至为他们创造价值。

往大了说,以消费者为中心是制造业未来发展的方向,以人更方便、更舒适为目的的设计、生产产品是大势所趋。往小了说,钱在消费者腰包里,生产企业得学会讨喜。

以往是人要适应产品,如今是产品要适应人。实际上,一个充满人性化的商品,往往是最容易被接受的。比如,有的厂商在饮料易拉罐上设置了盲文,方便盲人识别具体商品种类;有的口香糖厂商在包装里配一些小纸片,方便消费者嚼完处理。这些设计不算伟大,却很“走心”,甚至是“暖心”。

而一旦一个产品能够给人们提供极致的用户体验,让人们感到便捷、舒适,人们往往愿意主动推荐给别人。尤其是在社交媒体发达的当下,分享已成生活常态。好口碑将为生产企业省去一大笔广告费。

要实现产品人性化,不仅要走流水线,更要“走心”。好的产品离不开技术创新这个硬实力,同样需要精细化管理、洞察消费者软实力的加持。这将共同形成未来制造企业的核心竞争力。以消费者为中心的理念需要贯穿到生产的全过程。只有在设计、生产环节多了解消费者需求,多与消费者互动,生产出来的产品才可能与消费者有情感上的连接。

那么,再回到瓶装饮用水的问题上,企业能不能想想办法,让消费者拧瓶盖的时候,不那么轻易就洒出水来?或者,在解决问题之前,给一个温馨提示呢?

G 经济观察

本报记者 杜鑫

瓶装饮用水如今成为很多人的刚需。数据显示,我国瓶装饮用水市场规模从2014年的1237亿元增长至2021年的2349亿元。庞大的市场体量之下,有一个困扰消费者至少10年的小问题——部分瓶装饮用水灌得太满,无论怎么小心,都难免在拧开的时候洒出水。

对此的相关解释五花八门:有的称为了增强瓶体强度,防止运输过程中崩瓶,一些厂商采用注气的灌装方法,另一些厂商则采用的是满灌方法;有的猜测灌满是为了让消费者感觉到实惠;有的认为灌满是为了保证水质不受污染;还有的则表示灌