

地摊经济玩出新花样 温暖城市更添烟火气

□本报记者 胡斌 文 / 图



小摊车队伍壮大 管理更加人性化

凉面、烧烤、冰粉,以及各种各样的水果、生活用品……6月3日下午5点,伴随着天府软件园的下班高峰人流,成都高新区锦韵路上的流动摊主们开始忙碌起来。安静了一天的街道顿时“烟火”升腾,步履匆匆的白领职员们一路走来,顺手解决了晚餐,花费不多且实惠满满。“晚上下了班,能在回家路上吃小吃,听听吆喝声、聊天声,才能够感觉到一个城市的温度。”刚下班的市民刘女士告诉记者。

“下午5点以后,在不占用人行道和盲道的情况下,这里可以摆摊卖货。”经常在这里卖冰粉的陈建说,摆摊卖货需要遵循一定规则,比如不能影响行人通过、要保持街道清洁。“营业结束后,会有环卫工人前来清运垃圾,以及用水清洗街道。我们需要做的就是将摆摊区域

今年3月,成都市城管委出台了“五允许一坚持”措施,规定疫情期间,企业和经营者在保障安全,不占用盲道、消防通道,不侵害他人利益,做好疫情防控 and 清洁卫生工作等前提下,允许在居民居住集中区开辟临时占道摊点摊区,允许沿街店铺临时越门经营,允许流动商贩在一定区域贩卖经营。

5月28日,《成都市城市管理委员会关于建立城市管理“八项机制”深化柔性管理服务助力“六保”任务落实落地的意见》正式发布,深入推进柔性管理服务和补充,包括建立摊点摊区设置引导、商贩摊主清洁卫生责任、群众投诉现场快速处置、商贩摊主容错纠错、商贩摊主榜样示范、商贩摊区择优拓展、摊区安全防护、城管巡查服务等。

“白色”行政处罚告知单。

地摊经济+社区品牌文化 搭建“全民创业”平台

一顶顶帐篷依次排开,摆满了各色瓜果特产、文创手作、私房美食……下午六点到,伴随着摊主们热情的吆喝,成都华阳安公夜市逐渐热闹了起来,50个蓝色的帐篷依次坐落在广场一侧,里面摆满了各类百货,还有商家开起抖音直播进行现场带货。

“这里的小吃味道都比较好,家门口又渐渐热闹起来了!”来到夜市的市民们无不夸赞,“今年疫情原因,很久没有看到那么多人了,现在渐渐好起来了,晚上我们都喜欢出来走走,还可以逛逛夜市买点东西。”

“安公夜市本质上是社区公益集市,我们为商家提供统一规格的摊位,目的就是搭建一个创业分享平台。”安公社区党委书记赵登强介绍说,目前加入夜

市的商家有三分之二是当地居民。此外,安公社区党委计划将“安公夜市”全年开放,探索将夜间文化和社区品牌文化结合起来,真正搭建起全民创业创享的平台。

除了安公夜市之外,华阳美岸路三段“二江坊·美邻美市全民生活集市”也吸引了不少市民前来逛街购物。二江坊社区相关负责人介绍,集市划分成“美市”与“邻市”两个区域,“美市”以手作文创、潮流饰品、精致美食为招募基准,凸显产品文化之美,渲染市集生活之美;“邻市”以日用生活业态为招募基准,丰富生活乐趣,拉近邻里关系。记者在现场看到,集市中红色篷房是“邻市”生活类购物场景,白色篷房则是“美市”购物场景。除了场景布置外,集市以“全民公益”为基础,提升全民互动激情,打造独特的社区文化潮流。“希望地摊经济成为成都的一抹亮色,为城市增添来自市井的活力,这样的成都也更有生活的烟火气。”当地居民刘先生表示。



□本报记者 冯丹 文 / 图

每年的端午节都是粽子、咸蛋等食品销售旺季,6月3日,记者在走访商场、超市、农贸市场时看到,各大商超都提前做好布置,争取在端午市场中分一杯羹,端午经济日趋火热。

然而,今年的端午市场又有所不同,在线上购物日益成为人们的消费习惯的当下,不少电商平台的端午商品销量节节攀升,成为端午经济名副其实的“主角”。

实体商超仍是“主角”

记者在走访成都市内多家实体商超时看到,各种端午商品已经被摆放在醒目位置。“我们一般都会提前一个月布置端午相关商品销售区,今年的端午节是疫情发生后,第一个真正意义上的销售节点,我们特别重视。”在成都草市街的人人乐超市,相关工作人员对记者说道。

据介绍,商品区搭建起来后,相关宣传标语也挂了出来,同时,商场在促销区还配备了专门的促销人员,为顾客推荐导购。“这种五谷杂粮味的粽子卖得很好,大家在疫情期间都非常注重营养合理搭配,这种粽子看起来不花哨,但是真的很营养。”导购员热情的介绍吸引了不少消费者的目光。

在馅料方面,除了传统的肉粽、灰粽、八宝粽等口味外,五谷杂粮、水果等口味的粽子也呈现在了消费者面前。记者观察后发现,今年的粽子价格并没有因为疫情的原因大幅上涨,散装粽子的单个价格从3元到5元不等,包装精美的端午礼包,每个粽子的价格算下来也大都没有超过十块。

“我们今年很少逛超市,端午节快来了,还是要买些粽子来增添一点节日氛围。”正在超市里购买粽子的孙女士告诉记者,“这段时间很多东西都在网上买,但是像粽子这种食品,还是觉得在商场购买安全放心些。”

线上销量亮眼

受疫情影响,不少人习惯了在网上购物,就连以往并不太受网购人群青睐的食品,也渐渐呈现出销量逐渐上升的趋势。在端午节即将来临之际,端午食品在网上的销售情况如何?记者浏览各大电商平台发现,很多商家的粽子销售量都破万,线上购买食品逐渐融入人们的生活。

在京东电商平台,记者看到,因为端午市场的时间段和京东“618”购物节的时间段叠加,不少商家都推出了优惠活动,以此吸引顾客下单。“我在超市里买粽子不推,奶粉的时候,看到粽子的价格挺便宜的,就顺便买了一盒。”一直在关注京东购物节的市民张女士告诉记者,她在疫情期间就慢慢开始在网上购买米、面、油等商品,经过多次购物体验后发现,网上的食品并不比实体商超差,送货速度也快,所以,端午节临近,在网上购买粽子等商品就自然成为了她可以接受的选择。

不止是线上食品的安全性越来越高,记者发现,与传统商场相比,线上端午食品的品种、价格等都更有优势。“在网上买粽子,除了可以买到超市里面的,还可以买到自己心仪、但在超市里面很难看到的粽子。”市民袁先生告诉记者,自己很喜欢蛋黄馅食品,但是超市里面很少有蛋黄馅粽子售卖,而网上,一搜就出来很多,不仅可以买到自己心仪的食品,还能货比三家。

四川非遗搭上网络快车 首届“四川非遗购物节”带你“云消费”“云体验”

本报(记者 赵媛)昨日,记者从四川有关部门获悉,今年6月13日是“文化和自然遗产日”,四川省文旅厅、省委网信办、省商务厅、省扶贫办、省中医药局、省体育局等单位,将以“非遗传承健康生活”为主题,采取线上为主、线上线下相结合的方式,举办丰富多彩的非遗宣传展示系列活动。

期间,四川将联合10余家电商平台举办首届“四川非遗购物节”,非遗创新探索“云消费”“云体验”的发展新业态。“四川非遗购物节”是“互联网+非遗”的一次有益尝试,是以市场需求牵引供给侧改革的有力推动,是在疫情防控常态化背景下非遗保护传承的创新实践。据不完全统计,四川省100余位非遗传承人、500余家非遗店铺及相关企业、5000余家四川非遗特色产品将汇聚各大电商平台,共同参与“四川非遗购物节”活动。线上,将推出四川非遗购物专场,举办非遗美食节活动。线下,活动同样精彩纷呈,将举办四川非遗美食展、FUNNY-ICH非遗潮集,全省文化旅游特色街区、特色小镇、特色小镇、景区景点也将响应倡议,积极参与购物节活动。

据了解,“四川非遗购物节”聚焦脱贫攻坚国家战略,重点支持四川非遗扶贫就业工坊线上开展展销活动。有关部门专门制作了《四川省非遗扶贫就业工坊线上指南》,派出专人赴各地指导非遗扶贫就业工坊开设网店,在不到一个月时间内,全省百余家非遗扶贫就业工坊集体入驻各大电商平台,其中在甘孜、阿坝、凉山等少数民族地区和深度贫困地区国定贫困县(含已摘帽)设立的86个非遗扶贫就业工坊全部上线,集中展现非遗助力脱贫攻坚成效。购物节期间,将每天开展非遗扶贫就业工坊专题宣传推广,并将通过直播带货等方式,助力工坊产品销售。

除“四川非遗购物节”活动以外,四川还将在省图书馆举办为期1个月的《非遗传承健康生活—中医药牵引供给侧改革的有力推动》和系列讲座、沙龙,“名中医四川行”活动将走进全省21个市(州)开展巡诊巡讲巡展;精心打造的“云上四川非遗影像展”,将向广大观众呈现《蜀风遗韵》非遗精品展演、川菜知识与经典菜品制作教程、地方精品非遗视频等内容;川渝两地紧密合作,选择成渝双城同源非遗技艺相似的非遗项目,以“拼接海报”与“视频稿件”的形式实现川渝非遗“云相聚”,传递两地共同保护传承非遗的心声和理念。此外,全省各地精心筹划的240余场非遗宣传展示活动,也将在“文化和遗产日”期间同步开展,深入社区、走进乡村,将优秀传统文化的精髓带到民众身边,营造全社会共同参与、关注和保护传承优秀传统文化的浓厚氛围。

线上某商城开展旧家电以旧换新活动

渠道多 消费者更青睐谁? 废旧家电回收市场「蛋糕」大

□本报记者 李鹏飞 文 / 图

传统家电回收信息不对称 仍占据市场“主角”

“这个冰箱太老了,80元,卖的话我就拿走。”最近,家住四川成都的陈先生购置了一套新房,打算添置一些家具家电,于是找来小区门口的家电回收人员上门回收,对方给出的回收价格令陈先生有些难以接受。“这个冰箱也就5、6年时间,也没那么老旧,1800多元买的,现在才卖80元,太少了。”

于是,陈先生没有接受该回收人员的报价。随后,陈先生又接连找来三位不同的回收人员,给出的价格却各不相同,“最高的给了200元,我也不想再找了,就按这个价卖了。”

记者了解到,陈先生所说的“家门口”的回收人员,多是一些传统的个体流动回收人员,他们主要采取在居民小区附近“蹲守”,等待市民招呼他们便上门“评估”废旧家电,给出回收价,双方议价同意后,便回收其家电,之后再倒卖给一些较为固定、专业的废旧家电回收商,从中赚取差价。

“现在我们的生意也没以前好做了,以前我们是垄断了整个市场,居民要卖旧家电都找我们,现在竞争可大了。”走访中,记者从不少个体回收人员口中得知,随着时代的变迁,如今废旧家电回收的渠道也从传统单一向多元化发展,市民有了更多的选择。不过目前仍有近7.8成的废旧家电被传统的个体回收人员收走,比如一些老年人更青睐于传统回收方式。

线上线下商超 “以旧换新”刺激消费

近日,记者走访成都、德阳等地多家知名连锁家电卖场时发现,不少卖场针对选购家电商品的消费者推出以旧换新活动,“以旧换新”的宣传海报在各品牌专区内显得十分醒目。

“购买我们的电视机、冰箱、空调等家电产品,如果你有旧家电可以参加以旧换新活动,最高补贴600元。”德阳市某大型家电连锁卖场销售人员告诉记者,以旧换新活动开展多年,消费者

若参加此活动有两种方式,一种是其废旧家电经线上某专业平台在线评估后,安排工作人员上门回收,另一种就是针对消费者选择的部分型号商品,可直接将价格直降活动。

“‘以旧换新’活动很好,既刺激了消费,也解决了我们消费者处置废旧家电的难题。”前来选购家电产品的王女士说,“不用消费者自己去联系旧家电回收人员,卖场直接去联系,省了我们不少事。”

而在京东商城、苏宁易购等线上商城,随着“6·18”的到来,线上商城也在其网页显著位置标注了家电以旧换新的活动宣传。以京东商城为例,其宣传的以旧换新回收商品包括电视、冰箱、空调、洗衣机、烟灶等,消费者参加该活动仅需4步就能完成回收全过程。有的还可以享受以旧换新折上再省1000元等优势。

互联网平台加入回收大军 “互联网+上门回收”受青睐

据了解,线下商超开展的“以旧换新”活动,从消费者角度来看,旧的家电可以卖掉,新的家电产品买回来,新旧更替,节能环保。最主要的是整个环节消费者不用像原先那样由自己联系传统个体回收人员去估价、议价、出售,方便了消费者。不过,该活动也只是针对准备购买新家电产品的消费者,对于暂时不购买或仅打算处置废旧家电的消费者而言却不那么“友好”。

其实,早在2016年,国家商务部就号召大力推进创新回收模式,包括“互联网+回收”、智能回收模式等,完善废弃电器电子产品回收体系。起初“互联网+回收”主要以手机为主。到2017年,“互联网+回收”扩展到大家电产品,均以废旧电视机、电冰箱、洗衣机等大家电为主要回收对象,并在全国各地广泛布局。

如今,随着互联网技术的发展,一种“互联网+上门回收”的废旧家电回收新模式与市民贴得更近了。众多互联网平台企业纷纷尝试“互联网+上门回收”模式,这是对传统回收模式的补充与完善,既符合信息时代市民的消费习惯,