

计量赋能民生 开放共鉴匠心

——中国石化四平石油分公司开展世界计量日主题活动

本报讯(全媒体记者 杨佳 通讯员 徐雨川)在第26个“世界计量日”来临之际,中国石化四平石油分公司围绕“计量顺时代之需 应民生之盼”主题,在全市各加油站同步开展世界计量日宣传活动,并在红嘴加油加气站举办现场公众开放日活动。

活动现场,通过多维度科普形式营造浓厚氛围:设置计量知识科普专区,专业人员为消费者答疑解惑;开展加油机防作弊演示,揭秘计量“黑科技”;借助LED屏幕循环

播放宣传标语,图文展板同步展示计量法律法规要点。工作人员针对消费者普遍关注的“汽车油箱容量与加油机计量升数的关系”等热点问题细致解答,同时拆解加油

机内部构造,现场演示加油枪自校全过程,以直观的方式增强消费者对加油站计量管理的信任,收获广泛好评。

长期以来,中国石化四平石油分公司始终践行“每一滴油都是承诺”的理念,严格执行月度全覆盖自校机制,对在营加油站的加油枪进行自检自查;每半年主动邀请地方计量检定部门开展强制检定,以双重保障确保计量精准可靠,彰显诚信经营本色。活动通过透明化展

示,不仅消除了消费者对加油站计量的认知误区,更进一步擦亮了“中国石化诚信经营”的金字招牌。

此次活动以保障消费者权益为核心,全力维护计量检测在市场监管中的准确性与公平性。未来,中国石化四平石油分公司将持续秉持“诚信从‘量’开始”的理念,积极践行“质优量足 客户满意”的社会责任,致力于打造让消费者安心、放心的消费环境,持续巩固“诚信计量”的优质品牌形象。



近日,我市室外萌宠乐园成为市民休闲新热点。园内,孩子们在家长陪同下,兴致勃勃地给小动物投喂食物。

带有萌性特质的宠物,能有效舒缓精神压力,带来愉悦心情。萌宠乐园正以独特魅力,传递关爱动物理念,成为城市中一道温暖且治愈的风景线。

全媒体记者
常欣月 摄

释放消费潜力 提升发展竞争力

——首发经济激发城市新活力

首店、首秀、首展、首演……一个个“首发”场景正成为多地消费市场的热点。首发经济,是指企业发布新产品、推出新业态、新模式、新服务、新技术,开设首店等经济活动的总称。中共中央办公厅、国务院办公厅近期印发的《提振消费专项行动方案》提出,因地制宜推进首发经济,鼓励国内外优质商品和服务品牌开设首店、举办首发首秀首展。首发经济正在成为多地释放消费潜力、提升城市竞争力的重要途径。

明确发展路径

多地政府因地制宜,综合施策,不断优化创新条件,营造支持首发经济持续健康发展的良好环境。

2018年,上海在全国率先推出首发经济概念“首发上海”,并在去年和今年先后两次升级,现已形成“政策+活动”双轮驱动的3.0版。“首发上海”3.0版共发布10项支持措施,从展会支持、通关便利、财政激励等多个维度加大扶持力度,进一步优化全球新品首发环境,为国内外品牌在上海首发新品提供了更优质的服务。

首发聚集人气,但如何将引来的“流量”留下来,让首发更可持续?在上海,围绕首发经济,一个不断进化的“产业生态圈”正在形成。上海市商务委副主任刘敏认为,首发经济让产业发展的最新成果在消费市场实现了价值。通过首发经济,可以洞察整个产业链

生态全面升级,进一步促进供需在更高层次上的对接,实现新的平衡。

南京为激发消费新动能,突出“载体+环境”,培育首发经济新场景,通过打造多元化商业载体,培育特色化商业品牌,厚植高端化商业氛围,形成首发经济良好生态。南京市统计局数据显示,今年前2个月,南京实现社会消费品零售总额1519.61亿元,同比增长7.9%。

作为西北地区唯一的国家中心城市,西安明确将创建国际消费中心城市列为重要工作内容,不断探索消费新场景、新载体、新业态,激活消费潜能。首发经济正成为推动西安经济发展的新动能。今年1月份,陕西省提出,将加快发展首发经济、银发经济、平台经济、夜间经济,完善现代商贸流通体系,扩大特色农产品电商消费,提升“吃住行游购娱”服务品质,释放文旅消费潜能。

挖掘消费潜力

在进一步扩大内需,提振消费的大背景下,做优做强首发经济正在成为各地更深层次优化消费环境、挖掘消费潜力的有效举措。

南京新街口商圈的ZARA亚洲旗舰店,正进行一系列全新的尝试:首次在亚洲市场亮相的ZARA咖啡品牌,加入自动传输系统、全球首个ZARA自助售卖机、潮流自拍舱以及ZARA沙龙等,通过便利性与个性化的设计,圈粉年轻消费者。江苏省商务厅副厅长吴海云称,场景建设是首发经济的重要一环,不仅体现在商业零售领域,还可以渗透到旅游、文创、科技等多个行业。激发消费潜能,要加大文化旅游消费新业态培育和推广力度,推动消费提质扩容。

近年来,西安不断打造消费新场景、新载体、新业态,解锁城市消费密码。3月22日,《长征·四渡赤水》全感剧场首店落户西安市“长安书院”,以“科技+消费”的新场景、新业态,引领更多观众在体验中铭记革命历史、传承长征精神。各类XR科技的加持,为大唐不夜城注入了全新活力。到《熊

猫的世界》里,感受大自然的奇妙;在《三体》的广阔宇宙中,踏上充满未知与惊喜的征程;到《唐朝诡事录·西行》的大唐市井间,沉浸式体会历史的变迁……“太震撼了!就像我也穿越到唐朝参与了案件的侦破。”不少游客在体验后发出感叹。

作为上海全年“一节四季”活动的首个重磅项目,2025年全国精品首发季暨“首发上海”系列活动自3月16日启动以来,大批高质量的全球品牌首发、首秀、首展、首店等活动扎堆举办,为这座国际消费中心城市再添消费热潮。

今年,上海将举办一系列重大展会活动,涵盖家电、时尚和汽车等多个领域,持续打造新产品、新服务、新技术、新模式的集中首发平台,推动“首发+销售”双向转化,加速全球新品在上海市场的落地。在欧莱雅亚太及中国公共事务总裁兰珍珍看来,上海的吸引力来自消费者对美好生活的持续追求,“从千人一面到千人千面,美的需求是推动创新与消费升级的内生动力”。

提升城市竞争力

位于西安市雁塔区的小寨商圈首店云集,是西安的“潮流地标”。坐拥优越的区位条件和浓厚的商业氛围,雁塔区以优质的营商环境形成了以店招店、品牌带品牌的首店招引生态,通过“首店+商圈”模式,2024年引进品牌首店165家,占西安市总量近七成。

雁塔区商务局副局长龚新华介绍,雁塔区将实施小寨商圈提质和雁南国际商圈扩容行动,继续以政策支持为牵引,依托大型商业综合体和特色商业街区,广泛吸引知名品牌首店,不断创新消费场景,大力发展首店经济、首发经济,让市民群众享有更丰富的消费体验。

江苏多地首发经济动能充足。今年一季度,南京聚集了超过80家各类品牌首店及网红门店,形成了高层次、高能级的“首店矩阵”,引领消费场景焕新升级。苏州市姑苏区正围绕“中心+”“文化+”“数字+”策略,以“千年古城”为依托,以“文化+”赋能经济高质量发展,以首发拉动区域经济链式发展,推动越来越多的优质品牌和文化消费新元素落户苏州古城,成为提升城市商业能级

的原动力和激活城市消费的“流量密码”。

南京西路是上海高端品牌密度最高的地区,面积1.8平方公里的商圈内集聚了2000多个国内外知名品牌,国际品牌占比超过70%,为品牌首发提供了良好生态。数据显示,2024年其所在的静安区共引进首店234家,数量规模稳居上海全市第一;今年前2个月,新引进首店32家,继续领跑上海。

上海市委副书记、市长龚正表示,上海将持续培育首发经济,持续建设全球新品首发地,持续打造消费增长新引擎。进一步擦亮首发名片,放大“首发上海”等标志性活动引流效应,加快提升首发首秀活动能级,促进商旅文体展融合发展,构建更加完善的首发经济专业服务生态圈,推动上海国际消费中心城市建设迈上新台阶。

首发经济的蓬勃发展,不仅是我国消费市场巨大潜力的有力印证,还是经济高质量发展不可或缺的活力源泉,更反映出人民群众对美好生活的不懈追求。在各地各部门的推动下,首发经济将进一步激发消费活力,增强我国经济增长内生动能。

(新华网)

防止“外卖大战”滑向恶性竞争

经济论坛

近日,市场监管总局会同中央社会工作部、中央网信办、人力资源社会保障部、商务部,针对当前外卖行业竞争中存在的突出问题,约谈京东、美团、饿了么等平台企业。

“要求相关平台企业严格落实主体责任,主动履行社会责任,加强内部管理,合法规范经营,公平有序竞争。”从通报内容来看,信息比较有限,没有说明具体问题。但是结合约谈的时间节点来看,还是不免令市场生疑:从京东“踢馆”外卖赛道、美团推出千亿补贴开始,到饿了么和淘宝网代表阿里一起加入战局,这一轮外卖“三国杀”已持续了近三个月,监管层面是如

何看待这场大战的?网友们的质疑更直接,“是不是这一轮补贴要结束了?”

首先要肯定,这场“外卖大战”是良性的,有很强的正向价值。因为京东作为一条“鲶鱼”的加入,带来的不仅仅是红色优惠,更是首次将社会保障、分配方式调整等内容,获得市场好感。比如双方都从社保“破题”,为骑手缴纳五险一金,有的尝试“零佣金”或者降低抽成,为外卖企业让利。长期以来,骑手的社保问题、商家的抽成问题都如同横亘在行业面前的“拦路虎”,以良性竞争的方式推动这些问题摆上台面,无论如何都是一件好事。

同时也要看到,行业竞争涉及利益调整,难免会产生一些问题。早些年,滴滴、美团、饿了么就在无锡掀起“外卖大战”,结果有平台强

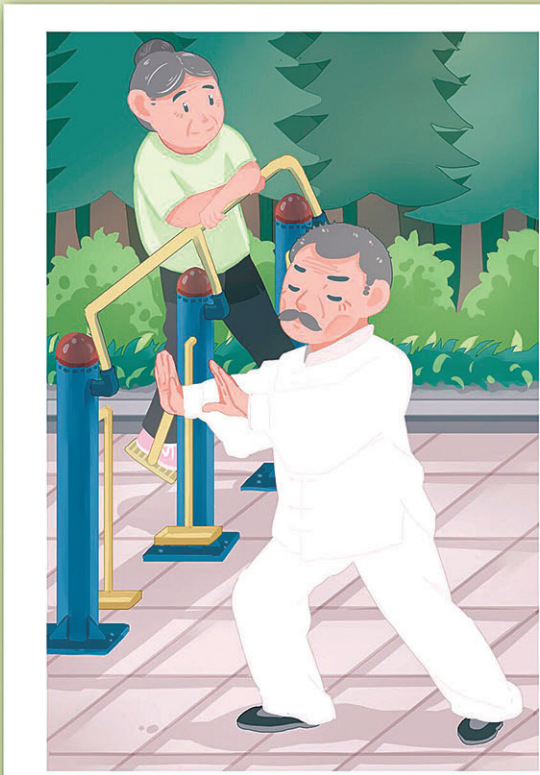
迫商家“二选一”;网约车进行“烧钱大战”时,也有一些平台招募或诱导未取得许可的驾驶员和车辆“带车加盟”。在本轮外卖“三国杀”中,也有平台互相指责对方玩“二选一”游戏,有的通过捏造、散布虚假信息,损害竞争对手的商业信誉、商品声誉等,这就超越了竞争的底线,破坏了公平的市场环境。

更重要的是,烧钱很难做大平台,恶性竞争会留下一地鸡毛。回顾十几年来来的互联网业态,在电商、网约车、共享单车、新零售等领域多次产生“烧钱大战”。短期看,烧钱的的确给消费者带来了利好,加速了行业发展和创新。但长期来看,大多数钱都烧在了同质化竞争、恶性价格战上面,带来了资源的极大浪费。而且,“烧钱大战”的结果往往是企业合并或者出清,最

后只剩下一两家平台,处于名副其实的垄断格局,最终有损消费者利益。外卖平台在补贴上角力,希望通过烧钱留住用户,隐约有陷入“内卷式”竞争的意味。

总的来看,这次约谈既是对已有问题的及时介入,也是对行业竞争的一次提醒。历经多年发展,外卖行业已进入全新阶段,此时合理分配行业发展成果,与持续推动行业规模扩张同等关键。与其大打价格战,不如将精力放在价值重构上——通过调佣金、降配送费,让商家多赚点;通过提供社保、优化算法,让骑手“敢生病、敢休息”;打造“放心外卖”,让消费者更有信心。如此,才能切实维护消费者、平台内经营者和外卖骑手的合法权益,促进平台经济规范健康有序发展。

(王庆峰)



创建文明城市 让生活更美好

开展和谐宜居城市提升行动