

雪糕、冷饮销量大增,遮阳伞、防晒衣成“刚需”,消暑家电受欢迎……

# 夏日“冷”商品迎来销售“热”

本报记者 时斓娜 杨召奎

“今年夏天比往年热一些,白天在外面特别晒,趁着‘618’活动,我买了蕉下的遮阳伞和冰袖等,还买了一个随身小风扇。”6月10日,北京市朝阳区消费者楚女士对记者说。

根据中国气象局天气预报,6月中上旬,全国范围内降雨和高温并存,华北、黄淮、内蒙古、甘肃等地的部分地区有高温天气。炎炎夏日,也带火了一些“冷”商品。

近日,记者走访了北京市多家便利店、商场、家电卖场,并结合线上平台销售情况,了解夏日消费趋势。记者采发现,与夏天相伴到来的,是雪糕、冰镇饮料、遮阳伞、防晒衣、防晒口罩、冰箱、空调等“冷”商品的“热”销售。

## 消暑类食品饮料销量爆发性增长

炎炎夏日,消暑降温最先反映在饮食上。夏天来了,钟薛高“树上的冰”也火了。据悉,5月上市的“树上的冰”系列共有4个产品,杨梅奶冰、杏子奶冰、开心果柚子冰、玫瑰葡萄冰。冰脆可口,大口吃冰,这些产品一经推出就销售火爆。

元气森林则于今年5月推出“夏日限定系列”新品——海盐柚子味苏打气泡水和海盐菠萝味苏打气泡水,广受消费者欢迎。

6月9日,在位于北京市西城区的一家便利店,冰柜和饮品柜被置于门店最醒目的位置。记者在某网购平台上以“防晒”为关键词搜索,主打“美白清爽”的防晒霜、“轻薄透气”的冰袖、“40℃都晒不黑”的遮阳伞一应俱全,销量可观,其中某款防晒霜的月销量高达30万件以上。

## 阅读提示

炎炎夏日,防暑降温需求旺盛,雪糕、冰镇饮料、遮阳伞、防晒衣、防晒口罩、冰箱、空调等“冷”商品迎来销售“热”。专家指出,企业以及电商平台应注重价值竞争,以更高的品质、更优质的服务给消费者带来更舒适清凉的体验,这是抓住夏日经济的发力方向。

“今天已经补了两次货了。”该便利店的店员介绍,随着夏季的到来,饮品销售量明显上涨,各种冰镇饮料、啤酒尤其受到消费者的喜爱。

叮咚买菜数据显示,夏季高温天气带动雪糕、冷饮、时令水果等消暑类美食爆发性增长。在该平台上,雪糕冷饮类商品近1个月来销量环比增长300%。其中,可乐成为消暑王者,平均每天售出超500万瓶。麒麟瓜、玉菇甜瓜、新疆蜜瓜等清凉爽口的大小瓜类商品近1个月销量同样环比增长300%以上。

## 遮阳伞等夏日必需品畅销

“这款防晒十分水润,会在皮肤上形成一层保护膜,可以抵御紫外线、空气污染,是夏日防晒必备。”在北京东城区一家百货商场内,某化妆品品牌店的店员玲玲向顾客推销着自家的防晒产品。采访中,多家化妆品店的店员对记者表示,随着夏季的到来,防晒类产品的需求增多,叠加“618”折扣活动后更加畅销。

不仅在线下,线上与防晒有关的产品也很受欢迎。记者在某网购平台上以“防晒”为关键词搜索,主打“美白清爽”的防晒霜、“轻薄透气”的冰袖、“40℃都晒不黑”的遮阳伞一应俱全,销量可观,其中某款防晒霜的月销量高达30万件以上。

面对炎炎烈日,遮阳伞成了北京街头一道亮丽的风景线。“在太阳底下,不打造遮阳伞真不行。”楚女士说,为此她专门买了蕉下的双层遮阳伞。打了双层遮阳伞之后,会明显感觉伞下的温度降低了。

除了遮阳伞,防晒衣、防晒口罩、防晒帽、冰凉贴等也成了应对夏日的“刚需”。户外温度升高,除了网购外,不少消费者还选择了足不出户的外卖、闪购等,置办家庭的夏日必需品。据美团平台数据统计,5月份,防晒衣、冰凉贴同比上个月分别增长116.7%、189%,较去年同期分别上涨92%、171.6%。

“气象经济学中有个‘一度效应’,即气温发生一度的变化,商品的销量就发生巨大的改变。”美团平台消费研究相关负责人表示,夏季气温持续升高,刺激了驱蚊、防晒、消暑、降温等商品的畅销,催热了“夏日经济”;而“手机下单,30分钟送达”的即时消费方式,则进一步带火了“夏日经济”。

## 应季家电迎来销售旺季

“已下单,请加急发货。”6月9日晚,在某视频平台一件空气循环冷风扇的专场直播间里,不少顾客发出了催促,急切地期盼自己下单的“清凉神器”能快一点到自己手中。随着气温攀升,人们对电器的需求也逐渐增加,希望借此营造出一份清凉舒适的夏日环境。



## 麦田比武助力夏粮增产增收

6月12日,收割机在山东青岛平度市南村镇桑园村的麦田里收获小麦。

当日,山东省农业农村部门在青岛平度市开展了以“减损就是增产,降耗就是增收”为主题的小麦机收减损技能大比武活动,助力夏粮增产丰收。

新华社记者 李紫恒 摄

## 水利部启动洪水防御Ⅳ级应急响应

据新华社北京6月12日电 水利部发布的汛情通报显示,我国南方将再迎强降雨过程,水利部12日12时针对南方7省区雨情启动洪水防御Ⅳ级应急响应。

据预报,12日至14日,江南南部东部、华南大部、西南东南部等地将有一次强降雨过程。受其影响,强降雨范围内的一些主要江河可能发生超警洪水。

根据汛情通报,水利部针对福建、江西、湖南、广东、广西、贵州、云南7省区启动洪水防御Ⅳ级应急响应,要求相关部门密切监视雨情和汛情发展变化,重点做好水库安全度汛、中小河流洪水和山洪灾害防御等工作。

## 杭州地铁3号线一期工程全线开通

本报讯(通讯员宋强 桂天奇)6月10日上午,一列地铁列车平稳驶过杭州地铁3号线最大的车站西溪湿地南站,杭州地铁3号线后通段开通运营。此举标志着这条东西贯穿杭州城区的地下交通大动脉一期工程全线开通,将促进杭州经济社会发展。

中铁二十二局集团轨道分公司杭州地铁3号线项目党支部书记杨学锋介绍,杭州地铁3号线是一条交通枢纽连接线,与地铁1号线、2号线、4号线、5号线、机场轨道快线等多条地铁线路相交,实现换乘。它的建设,将极大缓解杭州城西和主城交通拥堵、支持城西科创大走廊建设,对推动杭州旅游产业发展、实现杭州轨道交通网络化运营等具有重要意义。

## 青岛推进便捷服务方便失业人员享受救助

本报讯(记者张婧 通讯员吕鸿飞)“父母上了年纪,身体不好,我只能暂时放弃工作,全力顾及家庭。”人到中年的青岛职工张国伟(化名)于今年4月22日办理了解聘手续。由于父母身边不能无人,张国伟不太方便出门办理失业登记和失业金申请业务,经济困难的他愈加左支右绌。无奈之下,他只好将求助电话打到了青岛市李沧区沧口街道人社中心。

工作人员接到电话后,用心细致地指导

他通过网络办理了失业登记并成功申请了失业金。“如果不是工作人员不厌其烦的讲解,自己根本不可能足不出户就领到失业金。”张国伟表示。

近年来,青岛深入推进智慧就业,全面推行服务事项“一网通办”“全程网办”,实现更多服务网上办、掌上办、就近办。目前,群众申领失业金或失业补助金可通过在线申请,或者到全市任意公共服务机构(包括街道保

障中心)线下办理,实现全市通办、便捷高效。青岛开展服务事项“打包办”行动,将群众眼里的“一件事”打包办理,服务对象在进行失业登记的同时即可完成失业金申领,无须二次申请。另外,探索实施失业金申领静默认证,通过信息系统比对核验,已实现让群众一次申请失业金,后续在其失业期间便可逐月连续领取,在确保资金安全的前提下,最大程度让群众便捷地享受救助。



## “非遗夜经济”激发文旅消费新活力

6月10日,人们在非遗集市上选购非遗文创产品。

6月3日至12日,2022年长沙市文化和自然遗产日宣传展示系列活动在长沙滨江文化园举行,吸引了众多市民和游客前来体验非遗项目、非遗文创产品、非遗音乐会等,并通过发放文旅消费券,以夜间集市聚人气,刺激文旅消费市场。

新华社记者 陈泽国 摄

## 今年安全生产月重点任务明确

### 推动“第一责任人”守法履责

本报讯(记者王冬梅)今年6月是第21个全国安全生产月,主题是“遵守安全生产法 当好第一责任人”。应急管理部新闻发言人、新闻宣传司司长申展利日前表示,今年安全生产月是重新修改安全生产法实施以来第一个安全生产月,重点是深入宣传贯彻安全生产法,推动“第一责任人”守法履责。

新修改的安全生产法明确规定,“生产经营单位的主要负责人是本单位安全生产第一责任人,对本单位的安全生产工作全面负责”。一个企业的主要负责人既是抓生产经营的第一责任人,也是抓安全生产的第一责任人。实践证明,企业主要负责人对安全生产重视和不重视、认真抓和不认真抓大不一样,企业“第一责任人”是决定企业安全生产工作的“关键少数”。今年安全生产月确定这个主题,就是要贯彻落实新修改的安全生产法,抓住“关键少数”,推动企业法定代表人、实际控制人、实际负责人自觉把安全生产放在第一位,切实承担起“第一责任人”法定职责,全力防范安全风险,坚决遏制重特大事故发生。

今年安全生产月活动,将深入宣传贯彻安全生产法,推动“第一责任人”守法履责。通过开展安全生产法主题宣传活动,加强安全法规和安全操作培训,加大以案释法、以案普法力度,督促企业时刻绷紧安全生产责任这根弦,引导企业主要负责人带头尊法、学法、守法,知责、履责、尽责。推进安全生产工作落实落地,进一步稳控安全生产形势。严格落实安全生产十五条硬措施,深入开展全国安全生产大检查,认真抓好安全生产考核巡查和督导检查,启动全国安全生产专项整治三年行动整体推进,切实提高本质安全水平。

## 哄抬价格13种常见情形公布

### 哄抬服务价格行为首次纳入监管范围

本报讯(记者杨召奎)近日,为维护市场价格基本稳定,强化和规范各级市场监管部门执法,市场监管总局出台了《关于查处哄抬价格违法行为的指导意见》(以下简称《指导意见》)。《指导意见》细化了哄抬价格行为的具体表现形式,并首次将哄抬服务价格行为纳入监管范围。

据悉,《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》对哄抬价格行为作了总体性规定,提出哄抬价格的3种类型,但缺乏具体的表现情形。此次《指导意见》进一步细化了当前哄抬价格的13种常见情形。例如:针对部分企业为牟取高额利润,散布停产、限产等减少供应的虚假信息,通过增强预期大幅提高销售价格问题,设置了“捏造货源紧张或者市场需求激增信息并散布的”条款。针对部分企业在成本小幅增长情况下,通过自身较强议价能力,大幅提高销售价格,扰乱市场价格秩序问题,设置了“成本虽有增加但商品价格上涨幅度明显高于成本增长幅度的”条款。这些条款的设置,为企业明确了法律边界,为基层执法明确了依据,为依法打击哄抬价格违法行为提供了有力支撑。

值得一提的是,前期,经营者主要通过大幅提高商品价格牟取高额利润,而近期部分地区出现大幅提高配送费用牟利的新情况、新问题。考虑到一些重要服务已是当前人民群众生活不可缺少的服务项目,且此类行为在供需失衡条件下具有一定普遍性,《指导意见》专门规定哄抬服务价格违法行为可以参照本意见执行。

## 新增退税减税降费 etc 超2万亿元

### 小微企业是受益主体

本报讯(记者周译)记者日前从国家税务总局举行的“落实留抵退税政策 助力稳住经济大盘”专题新闻发布会上获悉,截至6月9日,我国已累计新增退税减税降费及缓缴缓费超2万亿元。

据悉,新增退税减税降费及缓缴缓费主要包括三个部分:一是4月1日~6月9日,已有14250亿元退税款退到纳税人账上,再加上一季度继续实施此前出台的留抵退税老政策1233亿元,已累计有15483亿元退税款退到纳税人账户,超过去年全年办理退税规模的两倍。二是1月~4月全国新增减税降费335亿元,“六税两费”减半征收政策新增减税降费476亿元,将小型微利企业年应纳税所得额100万~300万元部分再减半征收政策新增减税164亿元等。三是继续实施制造业中小微企业缓缴政策,累计缓缴税费4289亿元。

具体到大规模增值税留抵退税政策落实方面,4月1日~6月9日,从企业看,微型、小型、中型企业存量留抵税额集中退还基本完成,小微企业依然是受益主体。已获得退税的纳税人中,小微企业占比94.9%,共计退税7039亿元,占比49.4%;中型企业占比4.4%,共计退税3412亿元,占比23.9%。

## 明确集体商标权利边界事关民生所需

辣汤等维权行为引起社会广泛关注,亟须明确其注册要求和权利行使边界,并增强注册人的管理职责。

集体商标使用人与注册人不是同一主体,且一般为多个主体,明确集体商标权利边界有利于维护良好商标使用秩序,保护使用集体商标的集体成员的利益。

比如,征求意见稿提出,集体商标注册人应当履行商标管理职责,保证商品质量,包括依照使用管理规则准许集体成员使用集体商标,及时公开集体成员、使用人信息、使用管理规则,检查使用集体商标的商品或者服务是否符合使用管理规则的品质要求等。这些举措强化集体商标注册人的使用管理义务和使用人的使用要求,为商标注册人正确使用和合理维权指明方向,也有助于集体成员,尤其是街边店铺,在自律和自律中合规经营,健康发展。

明确集体商标权利边界,还可以保护街边店铺的合规经营行为。去年,逍遥镇胡辣汤协会、潼关肉夹馍协会被曝在多地展开商标维权,若商户不交1000元~2400元不等的会费,就可能面临3万元~5万元的赔偿。被两家协会以商标维权之名要挟交会费的多是街边店铺,维权不易,不少都吃了哑巴亏。

征求意见稿明确了以事实描述方式正当使用集体商标中含有的地名的行为,集体商标的注册人无权阻止。这些行为包括,在店铺招牌中使用客观表明地域来源,在配料表、包装袋等使用表明产品及其原料的产地等。同时,他人以事实描述方式在特色小吃、菜肴、菜单、橱窗展示等使用涉及餐饮类的集体商标中的地名和商品名称,属于正当使用行为,其商标的注册人无权阻止。这些细化的规定,让街边店铺正当使用地名有了明确

的依据。

明确集体商标权利边界,也可以对恶意维权形成震慑。根据征求意见稿,恶意阻止他人正当使用商标中含有的地名,扰乱商标管理秩序,拒不改正的,将处以违法所得3倍以下的罚款,但最高不超过10万元;没有违法所得的,处以10万元以下的罚款;情节特别严重的,国家知识产权局可以宣告注册商标无效。这些条款是对某些试图将集体商标据为私有、恶意维权的注册人的有力震慑。

集体商标的使用人不少是街边店铺,每个店铺往往就是一个家庭的“饭碗”。此外,有专业人士估算,每家小店线下至少能辐射周边200人,众多街边店铺可挖掘的消费潜力很大。明确集体商标权利边界,平衡好注册商标专用权与社会公共利益的关系,守护街边店铺烟火气,既是民生所盼,又是经济发展所需。