

# 今年端午粽价格同比上涨约 10%

价格亲民且性价比高的产品将脱颖而出

**新快报讯 记者陆妍思报道** 距离端午节不到一周了,记者近日走访广州各大商场、超市、便利店、糕饼店甚至连锁餐饮店看到,各种口味的粽子俨然成为当季主角,被摆到了最显眼的位置。受疫情影响导致生产成本上涨,今年粽子价格比去年有 10%左右的涨幅,不过无阻市民购买热情,各大电商平台粽子销量都十分亮眼。

据发改委价格监测显示,今年粽子礼盒的售价大部分在 60 元到 150 元不等,高端礼盒在 200 元到 300 元,散装粽售价从 5 元到 20 元一只不等,价格比去年上涨 10%左右。

广州酒家集团相关负责人表示,受疫情影响,粽子生产厂家的人力成本及

原料成本均有一定程度的上涨。去年因为天气原因,糯米减产,再加上今年从国外进口的糯米减少,导致糯米涨价。其它制作粽子常见的食材如猪肉、红枣等等的价格,也均有不同幅度的上涨,导致今年粽子的价格普遍上浮。

受市场情况变化影响,预计今年整体市场的送礼需求减少,消费者在消费上会偏向保守,今年端午粽子无论是袋装还是礼盒,价格亲民且性价比高的产品将脱颖而出。

临近节日,各大品牌及超市均有不同程度的组合优惠促销活动。记者在华润万家超市看到,粽子堆头被放到最显眼的位置,同时还有很多优惠活动,实付满 88 元还送两张 10 元粽子券。有

市民对记者表示,轻微的涨价对购买的影响不大,许多品牌的粽子打折后还是蛮实惠的。

面对疫情下的市场形势,很多企业都把握住疫情期间直播兴起的新机遇,采用直播带货等营销方式促进大众消费。天猫、京东等主流电商平台端午粽销售比去年同期销售额实现大幅攀升。

京东大数据显示,尽管甜粽子馅料种类更丰富,但是仍以传统口味粽子为销售主流,咸粽子的销量是甜粽子的 3.6 倍。

广州酒家则将对传统粽子改良创新,研制出双蛋黄肉粽和广式腊肠粽等具有广府特色的新品。良品铺子、五芳斋不约而同打出回归最传统的制作工

艺的产品。

电商平台数据显示,除了传统粽子之外,以水果馅为主的冰粽、茶粽、水晶粽以及小龙虾粽、螺狮粽等网红新口味粽子的销量也增长明显,其中茶粽的销量增速最高,同比增长 78%,冰粽销量同比增长 66%,水晶粽同比增长 52%。

此外,粽子在吃法上还有轻食化、零食化趋势,如良品铺子的一口粽,有甜有咸,搭配不同杯装独立的蘸料,即食免煮。

粽子消费逐渐从家庭消费市场向 00 后、90 后群体扩散,其中 90 后线上购买粽子的用户数增长最高,同比增速超过 53%。

## 严打捆绑销售等突出问题 意外险市场开启全面整顿

**新快报讯 记者刘威魁报道** 意外险市场开启全面清理整顿工作。新快报记者从保险业内获悉,银保监会于近日下发了《关于印发意外险市场清理整顿工作方案的通知》(下称《通知》),要求各保险法人机构组织下辖所有省级分支机构进行全面摸底,逐条对照整治工作要点开展自查自纠,集中整治强制搭售和捆绑销售、手续费畸高、财务业务数据不真实等意外险市场突出问题。

数据显示,2019 年意外险业务保费收入达到 1175.16 亿元,同比增长 9.26%。然而,意外险快速发展的同时,

乱象随之出现。银保监会人身险部相关负责人表示,在调研摸排过程中发现意外险手续费率、渠道费用水平较高,如银行借款意外险、旅游意外险等,在个别地方手续费率高达 50%,航空意外险业务手续费率在有的渠道超过 90%。

《通知》明确,此次集中整治工作侧重在产品管理、销售管理、渠道管理、理赔管理和内部管理等 5 个方面的问题,整治对象覆盖人身保险公司和财产保险公司。如产品管理方面,重点关注其是否未按规定使用经审

批或备案的条款费率、费率浮动是否违背精算原理等;销售管理上,则关注是否存在强制搭售和捆绑销售,限制消费者的自由选择权等。

“很多意外险产品与消费或理财场景结合密切,对各类中介的依赖较大,所以意外险的市场行为风险呈现点多面广的特征,其治理措施需要分类施策。”中国社会科学院保险与经济发展研究中心副主任王向楠分析指出,随着寿险和健康险市场化改革和市场行为监管取得了较好成效,整治意外险开始成为监管工作的重点。

## 广交会创新“云签约”

**新快报讯 记者陆妍思 李佳文报道** 6 月 18 日下午,在商务部召开的网上例行新闻发布会中,商务部办公厅副主任、新闻发言人高峰表示,在网上举办第 127 届广交会,既是应对疫情影响、稳住外贸外资基本盘的创新举措,也是维护多边贸易体制、支持经济全球化的实际行动。截至目前,参展企业已累计举办了 8 万余场次的直播活动。不少企业反映,本届广交会通过网上办展、开展直播等活动,吸引了较多客流,取得了积极成效。

除了企业积极通过新手段拓外贸外,广交会也创新“云签约”。6 月 16 日下午,广交会副秘书长兼新闻发言人、中国外贸中心副主任徐兵连线身处埃及、伊朗的两位工商机构负责人,并代表中国对外贸易中心与他们(分别代表埃及工商联合会和伊朗中国工商会)“云签约”,成为本届广交会的首场“云签约”活动。中国是埃及和伊朗第一大贸易伙伴,2019 年,中国与两国双边贸易额分别为 132 亿美元和 230 亿美元。

据徐兵介绍,为了更好服务合作机构和与会企业,作为广交会承办方的中国外贸中心,实施“广交会全球合作伙伴计划”,与有影响力的国际工商机构建立合作伙伴关系,打造互利共赢的贸易合作生态圈。目前,外贸中心已与包括 34 个“一带一路”沿线国家的 53 家机构在内的全球 73 个国家和地区 130 家机构建立了伙伴关系。

## 造节、打折、玩直播 线下商超加入“6·18”战团

**新快报讯 记者陆妍思报道** 受疫情影响,今年的“6·18”消费节点对商家来说意义非凡,营销大战的战场一直在扩大,除了电商企业,还有不少线下队伍也加入战团上阵搏杀。

“6·18”前夕,广州、佛山、清远、江门、茂名、湛江等 11 城的 22 座万达广场均举办了“广东超级购物节”活动,除推出满 60 元抵 30 元“邀吃券”、全场通用满 200 元抵 50 元“消

费券”外,还通过大湾区旅游文化节、网红直播盛典、大湾区健康跑超级品牌盛典、潮派玩乐盛典等多种营销活动,让消费者享受实体商业线下购物的乐趣。

凯德广场·云尚在 6 月 18 日晚,通过凯德星与华为联动直播,进行 618 年中大促直播活动。

百货商场也不甘落后,趁“6·18”推出促销吸客。在 6 月 18 日至 21 日

间,广百旗下门店将结合线上“6·18”购物节和父亲节推出“618 Super man”活动;广州友谊干脆推出了自己的“6.18 购物节”,大部分商品可享 3.8-5 折,并以“潮爸的节日”为题,从周五至周日,推出男士服饰、运动 6 折的父亲节专题促销;万宁则在“6·18”前夕升级会员权益,同时推出持续 7 天的“会员 5 折天活动”,提供过 1000 款会员 5 折商品。

## 筑梦珠江畔 金葵耀羊城 ——招商银行广州分行成立 26 周年

珠江水长流不息,廿六载岁月情深。6 月 21 日,招商银行广州分行将迎来第 26 个生日。26 年前,招商银行从改革开放的前沿深圳特区,在美丽花城种下一颗葵花籽,成立了该行在华南地区的第一家分行;今天,招商银行广州分行已茁壮成长,成为一家颇具规模和特色的地区股份制银行。广州招行人用他们的竭诚和奉献,支持地方经济,服务广大客户,履行社会责任,以不懈奋斗谱写了一曲动人的赞歌。

### 扎根羊城 锐意发展

自成立以来,招商银行广州分行在省、市、区各级政府及监管部门的大力支持下,贯彻招商银行发展战略,“以客户为中心”培育富有特色的服务品牌,夯实内控合规管理,各项业务实现快速、健康

发展。目前,广州分行总资产逾 2300 亿元,管理网点逾 80 家、员工超过 3000 人,存贷款规模及资产质量等关键指标位列地区股份制银行前列。该行着力打造“交易银行”和“投资银行”两大产品体系,并以客户需求为导向,为超过 10 万家企业客户提供定制化、综合化金融服务;坚持普惠金融导向,发挥招行“零售银行”特色优势,使发展成果惠及千家万户,为超过 600 万个人客户提供财富管理、支付结算和消费信贷等金融服务。

### 主动向前 投身战疫

2020 年甫一开年,突如其来的新冠疫情令人猝不及防。患难时刻见真情,招商银行广州分行始终坚持将客户和员工的安全健康放在第一位,为广大企业和居民提供资金“及时雨”,送上服务“雪中

炭”,出台政策“定心丸”。例如,该行针对企业复工复产面临的债务偿还、资金周转和扩大融资等迫切需求,累计为企业复工复产、解忧纾困投放贷款超过 351 亿元。又如,从 2 月初以来,该行有序分批安排网点对外营业,保障广大市民金融服务需求;同时积极利用金融科技手段开展线上服务,解客户燃眉之急。更难能可贵的是,该行积极落实省委省政府及银保监局的相关要求,坚持不抽贷、不断贷、不压贷的基本原则,通过借新换旧、展期、调整还款计划等方式为受困企业开展延期还款,合计本息金额 3.35 亿元,同时还为外贸企业提供跨境汇出汇款手续费全免等政策,切实为企业减负。

### 履行责任 守护权益

除了做好金融服务本职工作,招商

银行广州分行高度重视消费者权益保护工作,运用线上线下传播工具,多渠道开展金融知识普及活动,真正将客户放在心上,为客户守好“钱袋子”。今年 3 月,该行在广州人行、市教育局的指导下,联合市公安局、中山大学及相关医疗机构共同为广州市中小学生录制《2020 春季“开学安全教育第一课”》,课程在广东省电视台及广州市教育局官方平台同步推出。此外,该行认真贯彻省市政府及总行扶贫政策方针,连续多年以扶贫干部派驻、捐赠专项扶贫资金等方式助力脱贫攻坚。

回首来时路,郁郁满芳华。廿六载风雨兼程,招商银行广州分行初心不改,期待该行继续以弄潮儿的姿态,以金融科技为利剑在广州地区率先实现银行业 3.0 转型,在广袤南粤大地再创新发展新篇章!