

财眼

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

原料成本均有一定幅度的上涨。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、螺蛳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曾表示,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。

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。

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上,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。

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”培育富有特色的自主品牌,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,该行在广州从化、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发展新篇章!