

今年涨了近两成 国际金价创新高



续上涨。

澳洲联邦银行大宗商品策略师维韦克·达尔表示：“今年黄金在任何情况下都能找到支撑的能力，这值得重点关注……我们预测金价到今年年底将上涨至每盎司2500美元上方。”

值得注意的是，国际金价持续上涨也带动了国内黄金市场走势。随着国际金价的不断攀升，国内黄金价格也随之水涨船高，多家品牌金店的零售黄金价格突破每克750元的大关。7月18日，多家知名品牌金店的零售黄金价格突破每克750元的大关，周六福足金999.9零售价格达每克768元，周生生、周大福足金饰品零售金价分别达到每克750元、748元。

数据显示，2024年以来，国际金价涨幅已经接近20%。



图/新华社

这群“粤星火”，
迎来金融新“活水”！
广东市场监管部门助力“信用画像”

羊城晚报记者 吴珊 通讯员 岳市监

广东个体户数量超千万，他们像星星之火，分布在社会经济的各个领域。为了让这群“粤星火”得到更好的金融扶持，广东省近日推出了针对个体工商户的“星火贷”普惠金融扶持项目。与以往不同，该项目通过市场监管部门的支持，让金融“活水”润泽变得更加精准。

39岁的个体户林海陆在广州打拼多年，目前，他拥有一个零食批发档口，经营酒水、牛奶、糕点等，有10名员工，每年营业额在400万元左右。每年的春节、五一、中秋节前夕，都是他手头资金最紧张的时候。如果能在这样的关键时刻得到一笔贷款，那是多么兴奋的一件事。近日，他的这个愿望得到了实现。通过“星火贷”项目，他在网商银行申请了信用贷款，在手机上点一点，1分钟内贷款就到账了。“随借随还，灵活方便。”林海陆说，这样好的项目值得点赞。据网商银行工作人员透露，林海陆之所以能如此便捷的申请到无抵押物的信用贷款，主要是因为广东省市场监管部门为像林海陆这样的个体工商户提供了更多维度的“信用画像”。

据了解，在市场监管部门的支持下，“星火贷”完善了“信用评价+银行贷款”的金融服务模式，能让金融机构对无抵押物的个体工商户，完善其经营情况和信用画像，获得便捷及时的信用贷款融资支持，帮助他们更好地经营，从而更好地实现就业。尤其是信用口碑佳的优质个体工商户，能获得更加优惠的金融产品政策支持，有助于促进“粤星火”们融资纾困。

据统计，今年1-5月，广东个体工商户贷款余额增长18.94%、贷款户数增加24.6万户、贷款利率下降3.6%。全省专利和商标质押融资773.6亿元，同比增长46.1%。第三方评估显示，获贷个体工商户在营业收入、用工规模等方面均呈现较显著的增长。



图/新华社

七天直击上广美？广州发布违法广告典型案例

记者近日从广州市市场监管局获悉，2024年该局开展虚假违法广告专项整治，深入推动相关领域广告经营全链条监管，维护了全市广告市场秩序，并公布部分违法广告典型案例。

案例：某岸(广州)文化艺术咨询有限公司发布违法广告案

当事人在微信公众号“广州某岸画室”上发布广告，其中“广美突击班”顶级团队带你冲刺，7天直击上广美”的标题页内，页面有使用“2023届某岸学子斩获：广州美术学院465张合格证，单科95分以上6席，240分以上52人，录取人数占全省1/8。带你7天，直击广美。23届某岸学子广州美术学院录取人数134人，广州美术学院省内录取8人中有一位某岸学子。”的文字宣传，对教育、培训的效果作出保证性承诺。文章中第四部分“历届某岸学子圆梦广美”榜样的力量中公示了五位状元、五位单科状元的姓名和照片，“3、上了广美的他们、优秀百花齐放”中使用了刘某宇、向某明、庄某彤的形象视频，利用了

受益者的名义作推荐、证明。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第二十四条第一项、第三项的规定，黄埔区市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第六项的规定，责令当事人停止发布违法广告，并处罚款13万元。

案例：中恩某鼎(广东)大健康产业有限公司发布违法广告案

当事人在其微信公众号发布“本公司是由国务院资产管理委员会100%控股，隶属于央企……”“公司携手清华大学研究院、广药集团、桐君百草、远森医药，与今日头条、抖音、快手、腾讯等五十多家大流量媒体达成全网宣传的战略合作……”等内容，宣称其为全国女性生殖健康公益筛查全国运营中心、全国女性生殖健康公益筛查授权、国家卫生健康委百姓健康电视频道生殖健康分频道、全国卫生健康委百姓健康电视频道认证等，均为虚构编造，并无任何证据材料予以佐证。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第四条第一款，第二十八条第二款第二项的规定，白云区市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第五十五条第一款的规定，责令当事人停止发布违法广告，并处罚款21万元。

案例：广州市番禺区某宝立房产实业有限公司发布违法广告案

当事人人为推销其“南天名苑”项目，通过微信公众号发布含有“南天名苑，15分钟直抵珠江新城CBD”、“水见三弯，福寿安闲”，神似龙形，与珠水“龙脉”呼应，形成天人合一的上上境界，是罕有“藏风聚气”的福地。”“周边10分钟车程有21所优质学校教育配套加持”等宣传内容。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第八条第一款、第九条第八项、第二十六条第二项的规定，番禺区市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第五十七条第一项、第五十八条第一款第一项和第二项的规定，责令当事人停止发布违法广告，并处罚款5万元。

项的规定，责令当事人停止发布广告，并处罚款16万元。

案例：广州中某能源科技有限公司发布违法广告案

当事人在自用网站“关于中氢”页面中使用“10万级医疗器械无尘净化车间”用语，但未能提供其车间的检验报告或认证证书；使用“历史优于99%同业工厂”用语，其中数据“99%”未表明出处且无法提供相关依据证明其真实性；在该网站“产品中心”页面下的QM-3000、QM-1500及QM-1000智能氢氧机产品详情页中使用“大病、慢病保养，提升生活质量”“适合慢病、中老年保健使用”用语，易使其推销的商品与医疗器械相混淆。

当事人上述行为违反《中华人民共和国广告法》第八条第一款、第十一条第二款、第十七条的规定，南沙区综合行政执法局依据《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第二项、第五十九条第一款第一项和第二项的规定，责令当事人停止发布违法广告，并处罚款5万元。

2024年7月19日/星期五/经济新闻部主编/责编 李卉 / 美编 刘栩 / 校对 谢志忠

专题 A10



A 蓝月亮至尊：从“液”到“浓缩”的跨越

早在2008年，当国内洗衣液市场份额还不足4%时，蓝月亮便敏锐地洞察到市场趋势，突破性地推出了深层洁净护理洗衣液，推动了中国洗涤行业从“洗衣粉”向“洗衣液”的跨越式升级。这一创举不仅改变了消费者的洗衣习惯，也为蓝月亮在洗涤行业的领先地位奠定了坚实基础。

然而，蓝月亮并未止步于此。随着市场需求的进一步细分和消费者对环保、健康产品的追求，蓝月亮再次走在行业前列，于2015年推出了国内首款采用泵头计量式包装的“浓缩+”洗衣液——机洗至尊。这一产品的问世，不仅标志着蓝月亮在技术创新上的又一次突破，也引领了行业从“普通型洗衣液”向“浓缩型洗衣液”的升级。

近年来，蓝月亮持续对至尊系列进行创新升级，不断满足消费者日益增长的需求。今年，蓝月亮更是对至尊洗衣液进行了全面迭代升级，所有产品升级成了“至尊生物科技系列”。除了继续保持高达47%的活性物含量的“浓缩+”配方外，至尊全系列融入了生物去渍、抗污渍再沉积、纤维整理等先进技术，带来用户体验的全面提升。“至尊生物科技系列”产品的升级，不仅巩固了蓝月亮在洗涤行业的领先地位，也进一步推动了行业向“浓缩+”生物科技方向的迈进。

跨越与突破

蓝月亮至尊洗衣液 重塑洗涤行业

B 科技创新：至尊洗衣液的核心竞争力

正是基于这样的行业背景与实力积淀，蓝月亮至尊洗衣液的热销成为必然。它深刻体现了蓝月亮研发团队对技术创新的执着追求和对消费者需求的敏锐洞察。从消费者的角度来看，至尊洗衣液带来的不仅仅是洁净的衣物，更是生活品质的全面提升。

在使用方式上，至尊洗衣液同样实现了颠覆性升级。其小巧耐用的包装设计，方便单手拿取，一泵8克的精准计量设计，轻松满足三口之家一天的衣物洗涤需求。这种设计不仅简化了洗衣流程，还避免了传统洗衣液在使用过程中的浪费现象，为消费者带来了更加便捷、高效的使用体验。

在快洗模式下，至尊洗衣液凭借其独特的“至尊秒溶”更是大放异彩。入水1秒即溶的特性使得其能够瞬间爆发超强洁净力，实现超干净、无残留的洗衣效果。这不仅节省了水电资源，还提高了洗衣效率，让消费者的生活品质得到了显著提升。无论是从洁净效果、使用体验还是环保节能方面来看，至尊洗衣液都为消费者带来了实实在在的价值。

在环保意识日益增强的今天，至尊洗衣液作为一款“浓缩+”洗涤剂，其环保价值愈发凸显。相比传统洗衣液，至尊洗衣液的用量大幅减少，一瓶660克的至尊洗衣液即可满足660次洗衣需求，相当于3.7kg国标标准洗衣液。这种高效利用不仅减少了洗涤过程中的水资源消耗和能

源消耗，还大幅降低了洗涤所耗费的包装物和综合碳排放，与当前全球倡导的绿色低碳生活理念相契合，也为蓝月亮赢得了广泛的社会赞誉。

据了解，蓝月亮之所以持续推广至尊洗衣液，是因为深信浓缩型洗涤剂是未来的发展趋势。在国内，尽管目前消费者对“浓缩+”洗衣液的认知度并不高，与欧美发达国家相比，洗衣液的浓缩普及率存在显著差异，且消费者往往习惯于使用大瓶洗衣液，认为用量越多洗得越干净。然而，蓝月亮认识到，推广浓缩型洗衣液不仅利国利民，对消费升级也具有深远意义。

浓缩洗涤剂对消费者来说更轻松、更方便、更节省；对零售商而言，能减少仓储面积，节省运输成本以及提高货架产出，同时它更环保，能有效减少包装物的使用和大幅减少废物产生，节水省电。

尽管从“普通”到“浓缩”的市场教育过程充满挑战，需要付出巨大的努力，但蓝月亮始终坚持不懈。正如蓝月亮创始人所言：“推广浓缩型洗衣液是蓝月亮投入最多、跨度最大的一个项目，但我们非常希望能做成，因为它确实利国利民，对消费升级意义深远。无论多难都要把它干成。”在业内人士看来，培养一个未来市场的难度和风险都远高于从现有市场上分一杯羹，但蓝月亮依然愿意投入时间和代价进行市场教育，推动行业的浓缩化进程，这充分展现了其作为行业领路者的责任与担当。

C 市场反响：蓝月亮至尊引领洗衣新时代

近期，蓝月亮至尊洗衣液的热销现象再次证明了其在市场上的强大号召力，不仅在国内各大电商平台屡创佳绩，更在多个KOL直播间中成为热销爆品。据不完全统计，仅在近日某次超头部达人的专场直播中，蓝月亮至尊洗衣液就售出了超过80万单，累计售出千万瓶产品，再次刷新了行业纪录。

这一系列热销现象背后，是消费者对蓝月亮至尊洗衣液品质的高度认可，更是对其引领洗衣新时代能力的充分肯定。众多消费者表示，蓝月亮至尊洗衣液带来了前所未有的洗衣体验，无论是从洁净力、使用便捷性还是环保价值，都远远超出了市场的期待。业内人士认为，这不仅代表了洗

文/肖梓涵 图/受访者提供

在当今消费升级和环保意识不断提升的大背景下，洗涤剂行业正经历着前所未有的变革。近期，蓝月亮至尊洗衣液再次在市场上引发关注，其热销现象不仅彰显了消费者对高品质洗涤产品的强烈需求，也预示着未来洗衣方式的新趋势。

15分钟快洗
超干净 无残留

