

## 高考落下帷幕

## 电子产品和旅游消费率先走俏

记者 方俊 文/摄

一年一度的高考落下帷幕,和往年一样,考后经济悄然升温。记者近日在衢城走访时发现,电子产品、旅游消费率先走俏,实现了考后经济“开门红”。不过,这波消费热的背后,记者觉得家长们也需要一些冷思考,既要尊重孩子的消费习惯,更应帮助孩子树立正确的消费观。



▲华为智能生活馆·衢州万达广场内,年轻的面孔喜欢结伴选购。  
▲时代生活广场华为授权体验店,家长陪孩子选购手机。

## 电子产品是“头等大事”

电子产品掀起考后经济的第一波热潮。

6月12日下午,在市区吾悦广场衢州店的一家手机店里,进出的顾客络绎不绝。记者一眼望去,几乎清一色的年轻面孔,大多数是结伴而行。学生小齐,拿着一部展示机询问一旁同学的建议,“我考完了,爸妈说奖励一部手机作为成年礼物,我把同学拉来参考参考。”由于事先看了不少攻略,小齐买手机

的时间很快,不到10分钟就选好了一款华为nova12pro,12GB+512GB的内存,官网价4299元。

“这几天手机卖得很火,销量起码是平常的两倍,价位在3000元至5500元之间的最畅销。”华为智能生活馆·衢州万达广场的工作人员相告,这波热潮从6月9日开始出现,连续三四天居高不下,尤其是6月10日晚,高考最后一天,客流一拨接着一拨,偌大的展厅到处

是人。同样火爆的场景也出现在浙江普农家电有限公司三衢路门店,6月12日上午,记者在现场观察了片刻,不到20分钟,有五六拨客人入店选购手机。一位不愿透露姓名的先生说,他是利用午休时间陪女儿过来买手机,庆祝孩子顺利毕业。

这届高三考生大多出生于2005年左右,从业多年的俞雁飞发现,05后前来买手机,一般都会提前做好攻略,心中有了明确方向,所以他们挑选的速度比父母要快,“有些孩子进门就直奔心仪的型号,毫不拖泥带水。”华为智能生活馆·衢州万达广场的工作人员则发现,当代高中生对手机的用途考虑得更为细致,不光是简单的社交工具,而是与未来的学业相结合,“多数孩子选购手机时,提到以后想就读的专业,因此他们会进行综合考虑,而不仅仅看外观、内存。”

衢州一中考点,有媒体随机采访了几位考生,说到考后心愿,近一半人表示,会跟着喜爱艺人的脚步,去看一场酣畅淋漓的演唱会。

## 跟着演唱会去旅行

寒窗苦读十数载,不少学子选择以毕业旅行的形式放松身心,旅游市场同样迎来一波出游小高潮。6月11日,在衢州站,记者偶遇了正在等同学的小于,小伙子拖着一只行李箱,拿着手机跟同学微信聊天:“我已经到了,就在进站口,某某还有10分钟也到了。”

这是小于和室友期盼许久的毕业旅行,“先到广东,然后到福建,一路玩回来。”小于说,之所以

考完就出发,主要是想避开暑假高峰,一来省点钱,二来也不想人挤人。

导游小说说,随着高考结束,毕业旅行已经成为越来越多毕业生的标配。从5月下旬开始,她经常接到考生或家长打来的电话,大部分是咨询价格和行程,也有委托她买折扣机票的,她印象最深的是6月9日上午,有个朋友的外甥女刚从考场出来,就用朋友的手机微

信留言:“姐姐,阿勒泰现在是多少钱?然后,7天的行程大概能玩哪些景点?”

此外,跟着演唱会去旅行在05后学生中也开始流行。小于说,他有两个同班同学,在成绩出炉前,已经约好共赴两场演唱会,第一场在金华,有两人超爱的潘玮柏,听完后第二天一早到杭州坐飞机赶到贵阳,给林俊杰捧场。记者发现,这并非个例,6月10日下午,在

衢州一中考点,有媒体随机采访了几位考生,说到考后心愿,近一半人表示,会跟着喜爱艺人的脚步,去看一场酣畅淋漓的演唱会。

## 观市场

## 柯城开启“护考模式”

本报讯(报道组 郑晨 通讯员 潘佳 徐倩祎)“每天对进购食材的供货信息、品种数量、资质证书、快检结果等信息,会一一录入系统,做到原料可以溯源。”近日,在衢州二中后厨,驻点保障执法人员对食堂采购的蔬菜、食用油进行随机采样,重点对蔬菜农药残留、肉类瘦肉精、食用油酸价及过氧化值等项目进行快速检测,共抽检3批次,结果全部合格。

同时,驻点保障执法人员还耐心指导食堂工作人员,将索证索票、人员晨检、菜品菜单、食材留样、自检自查等台账,按照要求录入重大活动保障系统,确保食品安全管理制度落实到位。

考生们全力“备考”,食堂也全力“备战”。“我们不仅对三餐成品进行留样,还对食品原材料进行留

样,所有菜品的保存时间不低于48小时,把好入口关。”衢州二中总务处相关负责人说。

连日来,为保障广大考生“舌尖上的安全”,柯城区市场监督管理局对全区9个中高考考点内的超市、食堂及周边经营单位、配送企业等,开展事前评估及食品安全风险隐患排查,督促保障单位全面落实食品安全主体责任,严格执行“日管控、周排查、月调度”制度,努力为辖区4741名中高考考生营造安心、舒适的考试环境。

截至目前,柯城区已开展食堂食品原材料抽检8批次,检查考点食堂9个,学校超市及周边食品经营单位18家,配送企业2家,落实闭环整改问题11个。

柯城区市场监督管理局相关负责人相告,中高考期间,除19名



执法人员检查食堂的食品。

驻点人员外,他们还设置了1名行政值班人员、3名巡查人员,畅通线上线下投诉渠道,严格落实中高考期间值班值守和重大事项报告制度,实现中高考期间食品安

全的全过程监管,“通过责任到人、细化流程,及时妥善处置中高考期间突发的消费纠纷及违法举报线索,确保中高考期间井然有序。”

## 评市场

取消预售  
让购物回归简单

今年“618”大促,各大电商平台已经“蠢蠢欲动”。据媒体报道,与往年不同的是,今年天猫、京东、快手提前宣布取消预售模式,抖音电商也不再强调“预售玩法”。不少网友对此评论:“熟悉的网购回来了!”

预售机制,是一种灵活的销售策略。这种模式既能帮助商家提前备货,减少成本和物流压力,也能以“折扣”为噱头,吸引消费者入局。但相对于所见即所得的消费方式,预售模式近年来常被消费者诟病。其背后有一套复杂的购物流程,消费者在购买预售商品时,常常需要做“算术题”,甚至有时候算来算去,期待中的“低价”“满减”“先买先得实惠先享受”也难以兑现。长期如此,消费者的新鲜感和体验感下降,自然产生抵触心理。

销售机制返璞归真,也有着客

观的现实原因。当下,电商市场进入存量阶段,竞争愈发激烈,消费者掌握着更大主动权。随着电商直播大量兴起,大部分品牌不再依赖平台大促来销售商品,“618”“双11”这样的大促活动热度远不如从前。虽然取消预售制也会给一些规模较小、供应能力较弱的商家带来压力,但从长远来看,更加注重用户体验的销售模式才能实现可持续发展。

让购物回归简单的快乐,是很多消费者的诉求。要实现这样的诉求,取消预售制,向消费者释放“远离套路,回归本质”的善意,还远远不够。电商平台和商家只有真正“以消费者为中心”,尊重消费者的权益,在销售模式中少一些“弯弯绕”,提高商品和服务质量,才能给消费者的体验做“加法”,真正提高消费者的忠诚度。 据《湖南日报》

## 端午文明游成为新风尚

本报讯(通讯员 郑雪怡)端午假期,笔者先后探访了江郎山景区、廿八都景区、清漾景区等地,发现自觉排队、带走垃圾、有序停车、有序观景已成为游客的文明习惯。

6月6日上午9时许,笔者来到江郎山景区。此时,景区已不少游客,停车场内有序停放了不少私家车。笔者发现,游客中心和游览途中设有多处醒目的文明标语,提醒游客不折枝采花、不随地吐痰、不乱扔垃圾、不践踏草坪、不攀爬观赏。大家在景区内拍照留影、休闲游玩,体现出了应有的文明举止。不少游客还随身携带塑料袋,

将垃圾放入袋内带走,自觉维护环境卫生和游览秩序。

“早就听说过江郎山的名气,做过攻略之后才来的。这次和朋友一起来江郎山旅游,不仅看到了丹霞奇峰的美景,体验了惊险陡峭的‘郎峰天游’景观,还感受到了游客的文明素养。这趟旅行很愉快。”来自安徽的游客徐女士说。

“文明旅游,是一种个人素养,更应该成为一种生活习惯。”来自上海的胡先生说,每个人都应当成为文明出游的参与者、践行者,把文明内化于心、外化于行,积极营造文明旅游新风尚,让文明旅游成为一道亮丽的风景线。

民俗乡村游  
催热端午文旅市场

本报讯(通讯员 周万)从国潮到汉服,从民俗活动到古镇游,衢江区高家镇盈川村以传统文化引领端午旅游,带来新一波人流,文旅市场热度高涨。

近日,在盈川古镇,乡村旅游每天都迎接着旅行团。游客早上逛杨炯纪念馆,中午吃衢江美食,夜游江边观花灯,在民宿中度过江南水乡的清凉夏夜。

周到的地接服务、热情的本地村民、精彩的民俗表演,盈川村民和衢江旅行社一同想方设法留住游客,把流量变留量。

“衢江区的天脊龙门、药王山、盈川古镇这些景点,加上周边的一些景区,比如江西、福建、安徽,专门设计

了一条线路,把北京、上海的一些客户引流过来,到衢江区旅游。”携程旅游衢州分店经理李锋说。

盈川村不仅有古色古香的初唐风情,还有江边的新晋网红——瀑布咖啡厅,不少游客在这里喝咖啡、赏江景、看瀑布,享受打卡拍照的旅行体验。“端午节预订客满,每天的下午两点至六点,很多游客从外地慕名而来,特意来打卡瀑布咖啡。”盈川瀑布咖啡店店长吴昊说。

除了外地游客来衢江区旅游,衢江区市民也出门远游。李锋介绍,端午期间,国内热门的景点如北京、西安、新疆等,“像阿勒泰,这也是衢州人特别喜欢去的一个景点,喜欢那里广阔的大草原。”

## 图市场

## 杨梅采摘游



近日,江山市陌然家庭农场杨梅园里热闹非凡,前来采摘杨梅的游客络绎不绝。

2022年,江山市峡口镇大雷口村的陈方华,在镇政府和江山农商银行的帮助下,在本村承包了200多亩杨梅。由于地处大山深处,他种植的杨梅汁多味甜,引得许多游客前来采摘。去年,陈方华种植杨梅的收入达30多万元。图为江山市区游客徐香菊(左)与同伴正在采摘杨梅。

通讯员 陈金阳 摄

## 首批33个!《食品安全风险管控清单》发布

近日,市场监管总局办公厅印发《关于指导食品生产经营企业完善〈食品安全风险管控清单〉的通知》(下称《通知》),发布食品安全风险管控清单33个,涵盖食品生产、食品销售、集中用餐单位食堂等食品生产经营业态,以及乳制品、婴幼儿配方乳粉等重点食品类别。

《通知》旨在督促指导食品企业完善食品安全风险管控机制,提升食品安全风险防控能力,守稳筑牢食品安全底线。建立实施食品安全风险管控清单,有利于推动食品安全治理模式向事前预防转型,促进企业落实食品安全主体责任。

《通知》明确了企业食品安全风险管控的重点环节、风险点、管控措

施及频次、责任人员等内容,通过指导企业精准识别风险,建立健全风险管控清单,实现在“最小工作单元”精准防控风险,全面提升全产业链食品安全风险防控水平。

此次发布的食品安全风险管控清单为食品企业精准防控风险提供了参考和指南,企业可以结合经营业态、规模大小、食品类别等

开展食品安全风险分析,查找确认风险点,科学制定管控措施,合理确定管控频次,明确责任人员,建立符合企业实际的《食品安全风险管控清单》,把食品安全风险管理要求融入现有管理制度、嵌入日常管理,严防严控食品安全风险,切实保证食品安全。

据《市场导报》