



出版单位 安徽市场星报社  
地址 合肥市黄山路599号  
时代数码港24楼



新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115  
总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582



市场星报电子版  
www.scxb.com.cn  
安徽财经网  
www.ahcaijing.com  
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份  
全年定价 240元  
法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师  
承印单位 新安传媒有限公司  
印务公司  
地址 合肥市望江西路505号  
电话 0551-65333666

星报传媒  
全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

# 让户外运动成为撬动消费的新支点



近年来,户外运动渐成风潮。攀岩、滑雪、骑行、飞盘、陆冲等运动方式吸引大量年轻人参与,这也让各级政府看到了扩大消费的新机遇。

继此前国家发改委会同体育总局等部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》之后,近日,湖北、湖南也相继印发促进户外运动产业发展的相关意见。

从国家部委到地方省份,发展户外运动、促进体育消费,都成了重点发力的方向。这个信号非同寻常。实际上,在今年扩内需、促消费的经济主线之下,发展户外运动可谓找准了切口、踩对了节拍,契合了中国经济发展的需

求。万亿市场的超大规模,也使得发展户外运动产业充满想象空间。可以预见,户外运动未来将成为各地高质量发展的新支点。

发展户外运动产业,实质上导向的是一种服务消费。所谓服务消费,是以服务为性质的消费,没有实物的交换,而是公众为虚拟的服务买单。当社会经济发展与居民可支配收入达到一定水平后,服务消费在国民消费中的比重就会逐步提高,由其产生的乘数效应,也会对国民经济带来显著的拉动作用。

当前户外运动方兴未艾,社交媒体的扁平化传播,也让其被更多人知晓认可,就像户外运动类别中目前火爆的冰雪运动。随着国民可支配收入的提升以及户外运动设施的完善,冰雪运动逐渐走向大众,成为一种越来越

普遍的户外运动选择。其实,有些地方并非冰雪资源条件优越的省份,但根据官方报道,这几年在各项政策激励及市场推动的利好影响下,很多城市的冰雪运动也取得跨越式发展,极大激发了市民广泛参与冰雪运动的热情,释放了冰雪消费的潜能。

因此,只要各地充分发挥自然资源优势,因地制宜,整合优化,都可以挖掘户外运动的潜能,为拉动地方消费、促进高质量发展注入内生动力。

发展户外运动,是社会经济发展到一定水平后的必然趋势,也是中国经济高质量发展的必须选择。各地要做的就是因势利导,强化统筹,在帮助国民“强其筋骨,健其体魄”的同时,充分激活体育消费的潜能,助力中国经济加快复苏、行稳致远。王言虎 光明网



## 外卖员进小区难题需要合力破解

近期,山东青岛李沧区某小区门口,疑因保安不许外卖员骑车进小区送餐,双方发生冲突,外卖员被保安连捅数刀,事件引发社会广泛关注。近年来,人们在享受外卖、快递便捷服务的同时,外卖员、快递员因能否进小区、骑电动车横冲直撞、乱停放等问题屡屡与小区保安发生冲突。(1月16日《法治日报》)

小区作为居民的私密生活空间,其管理方自然有责任对进入小区的人员和车辆进行管控,以确保居民的安全和小区的秩序。但同时,外卖、快递服务作为现代生活的延伸,其便利性也是居民所依赖和看重的。

外卖员进小区难题的根源,在于外卖行业的特殊性和小区管理的复杂性。外卖行业以其快速、便捷的特点深受大众欢迎,但同时也带来了一系列管理上的挑战。比如,外卖员的数量庞大且流动性强,很难进行有效的管理和监督;外卖员的行为规范和安全意识参差不齐,存在一定的安全隐患;外卖



僵持 王铎/漫画

车辆的停放和行驶也给小区管理带来了额外的负担。

解决这一难题,需要各方共同努力,形成合力。首先,有关部门应该加强对外卖行业的规范和管理,制定更加明确和严格

的行为准则和安全标准,确保外卖员的行为符合法律法规和社会公德。应该加强对外卖员的教育和培训,提高他们的安全意识和法律素养。

其次,小区管理方应该对外卖员、快递员等便民服务人员给予一定的理解和包容。在制定和执行相关规定时,应充分考虑到他们的实际工作情况,寻求既能保障小区秩序和居民安全,又能确保便民服务顺利进行的平衡点。比如,可以设置专门的外卖、快递取送点,或者实行分时段、分区域的管理措施。

此外,外卖平台作为连接消费者、商家和外卖员的重要纽带,也应承担起相应的社会责任。通过优化配送系统、提高配送效率、加强对外卖员的培训和管理等措施,减少因送餐时间压力而引发的违规行为。同时,平台也可以与小区管理方建立合作关系,共同探索更加合理和高效的送餐模式和管理办法。

王琦



## “农科院”食品怎能真假难辨

近年来,农科院零食爆火,不少消费者表示,农科院研发的产品会更令人放心,其“无添加”的宣传也更吸引人们的眼球。这也让不少商家发现了其中的“商机”,他们利用消费者对“科学家”“农业科学研究院”的信任,在介绍商品时大肆宣称商品为“某科院所研发,纯天然,无添加”,甚至在商品包装或网购平台的商品介绍页面明确写着“与××农科院联合研制出品”,以激发消费者的购买欲。(1月15日《法治日报》)

近年来,中国农科院以及各地农科院研发了不少绿色健康、性价比高的食品,受到消费者广泛欢迎。一些商家看到农科院产品热卖,便动起了“歪脑筋”,推出蹭“农科院”标签的产品,用高价忽悠消费者,赚得盆满钵满。

商家明知自己销售的产品并非农科院研发,却打着“农科院”的旗号欺骗坑害消费者,不仅道德上有瑕疵,而且涉嫌违法。商家给产品贴上“农科院”标签出售,属于虚假宣传,属于不正当竞争的行为,市场监督管理部门应责令其停止违法行为,并处以相应的罚款,

情节严重可吊销营业执照。商家损害其他竞争者利益的,也要承担赔偿责任。商家给产品披上农科院“假学历”销售,还涉嫌消费欺诈。根据相关规定,消费者有权向商家要求退一赔三,最低500元的惩罚性赔偿。

依照我国广告法和反不正当竞争法规定,大部分虚假宣传行为属于民事违法行为,但情节严重的构成犯罪。刑法中关于虚假广告罪规定,广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定,利用广告对商品或者服务作虚假宣传,情节严重的,处二年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。可以说,商家蹭“农科院”标签卖产品虽然能赚大钱,但付出的代价也高,最后一定得不偿失。

“农科院”食品真假难辨,侵犯了消费者权益。做生意,诚信是长远之道。商家想赚钱可以理解,但一定要走正道,不能走歪门邪道。希望商家规规矩矩做生意,不要再做蹭“农科院”标签之类的事,用高性价比产品赢得消费者信赖。谢庆富



## 够得着的幸福,才是你的

人活于世,终究要向内求,与其羡慕别人得到的,不如守住够得着的幸福。我们费心留意别人的轨迹,却忘了每个人拿在手上的底牌根本不尽相同,而幸福的定义本就多种多样。永远不要站在自己的烦恼里,去仰望别人的幸福。奋力向前有它的美妙,但生活永远还有别的风景。看清生命的走向,学会顺其自然,才是幸福的秘诀所在。事不强求,顺其自然,才能逢山开路,遇水架桥,走出自己独一无二的风景。其实,幸福就是简单,就是尽力享受当下的每一刻。立足当下,珍惜拥有,才能真正与生活握手言和。@新华社



## 人生,有两件事最难得

人生在世,有两件事最为难得。第一件事:知足。生活中,那些幸福的人,总能看到自己已经拥有的东西;而不快乐的人,却总是羡慕别人拥有的东西。幸福是感受出来的,不是比较出来的。懂得知足,不去做无谓攀比的人,才能越过越好。第二件事:感恩。感恩是一种生活态度,它源于我们对生活的热爱和希望。懂得欣赏、学会感恩,你会发现每一处都有最美的风景,每一天都是最好的时光。做一个感恩并知足的人,用阳光的心态面对生活,生活也会充满阳光。@人民日报