

经济数据

# 我市蔬菜水果价格下降

本报讯(记者 翟华伟)随着气温的升高,市民的菜篮子有哪些变化?日前,记者走访市场发现,蔬菜、水果品种丰富,价格也越亲亲民,很多人忍不住多买一些。

“蔬菜、鸡蛋前段时间相比便宜了很多。”在神火大道一超市采购的市民王女士向记者谈起鸡蛋和蔬菜价格,“你看,一斤鸡蛋4元多点。”

只见王女士的购物车里不仅有鸡蛋,她还购买了小白菜、黄瓜等多种蔬菜。“一看到菜价这么便宜,忍不住就多买了几斤,虽然买的种类比较多,但是花销却不多,真是太省钱了。”

记者从市商务局了解到,6月23日—6月30日,根据商务部生活必需品监测系统数据显示:在监测的我市109种主要生活必需品中,35种商品价格上涨,占32.11%,48种商品价格下跌,占44.04%,26种商品价格持平,占23.85%。其中,生活必需品蔬菜水果价格下降。

粮食类总体价格与6月16日—6月23日环比上涨。粮食类平均零售价格为4.96元/公斤,其中,小包装大米的零售价格为5.38元/公斤,小包装面粉的零售价格为4.53元/公斤。粮油市场供应充足,需求和价格平稳,预计后期粮食价格将小幅震荡。

桶装食用油平均零售价格与6月16日—6月23日环比上涨。桶装食用油平均零售价格为20.12元/升,其中大豆油平均零售价格为17.83元/升,花生油平均零售价格为24.28元/升,菜籽油平均零售价格为19.61元/升,调和油平均零售价格为18.76元/升。粮油市场供应充足,需求和价格平稳,预计后期粮食价格将小幅震荡。

鲜猪肉价格与6月16日—6月23日相比环比下降。后腿肉平均零售价格26.73元/公斤,鲜猪肉平均零售价格23.48元/公斤,白条猪平均批发价格20元/公斤。猪肉市场需求和价格平稳,预计后期价格将小幅震荡。

鸡蛋价格与6月16日—6月23日相比环比下降。鸡蛋平均零售价格为8.21元/公斤,与6月16日—6月23日相比环比下降3.2%。因供需关系变化不大,预计短期内鸡蛋价格将小幅震荡。

奶制品类价格与6月16日—6月23日相比环比持平。奶制品类平均零售价格为121.24元/公斤,灭菌奶(常温奶)平均价格为17.37元/升,巴氏杀菌奶(鲜牛奶)平均价格为20.57元/升,酸奶类平均价格为18.94元/公斤。奶制品类市场供应充足,预计短期内价格平稳。

蔬菜平均零售价格为5.9元/公斤,与6月16日—6月23日相比环比下降1.5%,蔬菜平均批发价格为4.12元/公斤,与6月16日—6月23日相比环比下降0.5%;水果平均零售价格为9.28元/公斤,与6月16日—6月23日相比环比下降0.8%,水果平均批发价格为6.25元/公斤,与6月16日—6月23日相比环比下降4.6%。蔬菜水果市场供应充足,预计蔬菜、水果价格呈略降趋势。

市场动态

## 我市公积金账户结息2.3亿余元

本报讯(记者 鲁超)7月4日,记者从市住房公积金管理中心获悉,今年我市住房公积金管理中心年度结息工作顺利完成。今年该中心共为33.87万名缴存职工账户结息23098.47万元,较去年增加2917.75万元,同比增长14.46%。所结利息如数转入缴存职工住房公积金账户内,归缴存职工个人所有。

据介绍,住房公积金利息,根据人民银行及相关部门规定进行计算:住房公积金自存入入公积金账户之日起按照国家规定的利率计息,每年6月30日为住房公积金的结息日,结息后本息自动转存。计息期为上年7月1日至本年6月30日。住房公积金的存款利率是按结息当日人民银行挂牌的一年期整存整取定期存款基准利率执行的,目前为1.5%。以2023年6月新开户的职工为例,哪怕实际缴存时间只有2023年6月这一个月,在结息时都按一年期存款利率结息。

想知道自己有多少利息以及账户余额,可以通过以下方式查询:通过商丘市住房公积金网查询:登录官网(https://gjj.shangqiu.gov.cn/),点击“办事服务—网上业务大厅—公积金账户—个人用户”,即可查看。

通过商通办App查询:下载“商通办”手机App,推荐服务模块下,点击“公积金”,即可查看账户相关情况。

通过支付宝城市服务查询:通过“支付宝—市民中心—公积金”即可进行查询。

通过支付宝豫事办查询:打开支付宝,搜索“豫事办”,选择“公积金服务”即可进行查看。

通过全国住房公积金小程序查询:在微信搜索“全国住房公积金”小程序,点击登录,输入姓名、身份证号,人脸识别一键登录后即可查看账户情况。

通过微信公众号查询:在微信搜索“商丘市住房公积金管理中心”公众号,关注公众号后,点击右上角“个人中心”,登录查询。若未在公众号注册,须先注册,注册成功后,即可登录查看。

## 运动健身、牙齿矫正、美容整形……

# “颜值消费”成暑期经济新热点

文/图 本报融媒体记者 刘玉宁

随着高考、中考的结束,庞大的学生群体逐步释放出巨大的消费活力。运动健身、视力矫正、牙齿矫正、整形美容等成为毕业生消费的主要领域,“颜值消费”成为学生暑期经济新热点。

“医生,我女儿现在在做近视手术,开学前可以恢复好吗?”“我儿子近视度数有点高,适合哪种手术方式?”伴随着高考落下帷幕,各大医院眼科迎来近视手术高峰期,其中较为热门的就是学生关于近视矫正及是否摘镜的问诊,尤其是高考毕业生占绝对主力。

“这个夏天是从高中到大学的转折点,摘镜对我而言是一种仪式感。”在同学的陪伴下做术前咨询的高中生小张表示,“我希望摆脱困扰了自己整个青春期的近视眼,给即将到来的大学生活新的感受。”

“我做视力矫正手术除了想省事,还有个重要的原因,就是想摘下眼镜,改变一下自己的外形。”刚做完视力矫正手术的刘雅丽说,“有时候,自己辛辛苦苦化完妆,结果一戴上眼镜,美貌程度立刻下降。”她很羡慕不戴眼镜的人,所以,前段时间便下定决心做了视力矫正手术。

记者在采访中了解到,现在越来越多的人通过摘掉眼镜来提升外貌和改变形象。其中大部分是年轻人,年龄段集中在18岁至30岁。

此外,牙齿矫正也是一个热门方向。记者在一家口腔诊所了解到,如今做牙齿矫正的人相较以前增长明显,尤其以学生居多。

上周,家住南京路的高中生林艳艳到家附近的健身房“报到”,开始她的暑期健身训练。林艳艳的健身

私教课程是妈妈为她报的,目的是希望让她通过锻炼塑造出好身材。“160厘米的身高,体重130斤,她觉得自己有点胖。”林艳艳的私人教练告诉记者。该健身房负责人称,6月底开始,多了许多来咨询课程的学生,其中大部分是准大学生。

记者了解到,越来越多的高中毕业生在这个假期抓紧健身,期待以一个崭新的形象迎接大学生活。有高中毕业生表示,本来计划旅游,现在计划在健身房锻炼身体度过暑假,用旅游的费用练出好身材。

睢阳区某普拉提锻炼馆负责人刁守强告诉记者,这个假期前来上课的准大学生大多数是在家长的带动下参加的。他发现,这部分孩子的家长热爱运动,且特别重视孩子形体、体态方面的塑造,希望通过假期的集中锻炼来改善孩子的不良姿势,塑造更美形态与气质,他们多数选择购买私教课。

除了健身塑造形体,还有不少爱美的女生选择在暑假进行整形。记者走访了几家医疗美容机构,看到多家美容机构大厅挂满了“暑期整容特惠”等宣传海报。众多大学毕业生及准大学生来到医疗美容机构前台咨询相关问题,除单独前往和与朋友相伴外,不少学生由家长带领进行咨询。

“现在的孩子都爱美,趁高考结束,带孩子做双眼皮手术,大学开学就恢复得差不多了。”市民刘慧带着女儿



市民通过瑜伽塑造好身材。

咨询了两家美容机构。对于女儿做双眼皮手术的想法,她表示支持。她认为,整形手术后女儿会变得更漂亮,自信心会随之提升,从而更好地融入大学生活。

经济时评

## 莫让扫码消费扫了消费者的兴

□祁博

扫码支付的广泛推广使用在很大程度上方便了消费者的消费过程,同时也使商家的经营效率和经营成本分别有了提升和下降。

在日常消费场景中,我们经常会遇到这样的情况:在餐饮店点餐的时候,会被提示通过扫码关注商店的公众号,通过公众号点赞和结账;在离开收费停车场的时候,自助收费机前会有一张二维码海报,通过扫码关注相关公众号后,可以实现快速付款。可以说,通过关注商家的公众号进行消费和结账,已经成为消费活动中的一种常态,大家都乐于享受其带来的便捷消费体验。

不过,在有些商家那里,当消费者扫码关注其公众号后,并不能直接“开启”消费过程,而是要通过授权个人信息成为商家的会员后,才能进行接下来的消费,或是享受相关的促销政策。在此过程中,消费者并不能自主选择是否注册会员之类的操作,进而使后续的消费过程必须建立在“被迫”或是“强制”关注商家公众号的基础上。通过这些操作,消费者的基本信息得以被商家掌握,而这些信息对于消费显然并不必要。同时,在消费结束后,商家依托获取的消费者信息及其对自身公众号的关注,开展的广告推送也令人不胜其烦。

针对这一问题,中国消费者协会日前宣布,将在全国范围内开展“反对强制关注公众号”消费监督工作,旨在对商家违反《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》的规定,侵害消费者自主选择权和公平交易权的行为进行整治。而在此前,如北京、上海、江苏、深圳等地,已经通过发布倡议等形式,呼吁商场、餐厅、停车场等商家在扫码缴费过程中不强制消费者关注公众号、不强制索取消费者个人信息。

其实,扫码消费给买卖双方都带来了明显的好处,这一点是不言而喻的。此次中消协及各地消协所开展的整治或倡议活动,是对违反消费者意愿、违法获取消费者信息、过度推广自身广告等经营行为的治理。这类问题,也不仅限于强制消费者关注公众号这一个方面。

商家应当明白,让消费者体验高效便捷的消费服务,应当从诚信经营的角度入手,从保障消费者权益的角度入手,而不能以“强制”的手段将属于消费活动之外的其他东西带到消费者的消费之中,更莫让扫码消费扫了消费者的兴。

## 6月份我国物流业景气指数为51.7%

中国物流与采购联合会近日发布的6月份中国物流业景气指数为51.7%,较上月回升0.2个百分点。

业务总量指数小幅回升。6月份,业务总量指数为51.7%,环比回升0.2个百分点,继续保持在景气区间。东部、中部和西部地区均平稳回升,特别是东部地区业务总量指数达到55%以上,连续2个月回升;西部地区业务总量指数环比回升0.3个百分点;中部地区业务总量指数保持持平。

新订单指数有所回升。6月份,全国物流新订单指数为50.4%,环比回升0.7个百分点,再次回升到景气区间。东部和中部地区新订单指数分别回升0.8和0.3个百分点,西部持平。分行业来看,铁路运输、航空运输、仓储物流、邮政快递等行业新订单指数均在景气区间,其中邮政快递业新订单指数保持在70%以上高景气区间,铁路运输和航空运输新订单指数分别环比回升0.7和1.2个百分点。

物流库存周转加快。6月份,平均库存量指数继续低于50%,库存周转次数指数环比回升0.8个百分点,设备利用率指数环比回升0.1个百分点,连续5个月在景气区间。部分港口、物流园区的大宗能源原材料物资库存比一季度末下降10%至20%左右,电商物流企业备战消费季,商品库存有所上升,但库存周转加速。

从业人员指数回升。6月份,从业人员指数为51.2%,环比回升2.3个百分点,显示出物流岗位需求增加,企业用工压力较之前缓解。

中国物流与采购联合会总经济师何辉认为,6月份,物流业景气指数环比小幅回升,各分项指标均有所改善,显示出市场业务量和订单需求增加,就业形势好转,企业信心稳定。(据新华社)



7月4日,工人在猪肉加工车间忙碌着。宁陵牧原食品有限公司总投资20亿元,年可屠宰生猪400万头,产值达150亿元,带动2000余人就业。本报融媒体记者 崔坤 摄



7月2日,夏邑县高新区大洋纱线有限公司的工人在紧张有序地赶制订单,全力冲刺出口创汇目标任务。该企业安排1500多人就业,产品全部出口欧美。本报融媒体记者 韩丰 摄



7月3日,工人在生产车间忙碌着。夏邑县源海塑业有限公司总投资3.5亿元,可年产电子塑胶件5000吨,儿童安全座椅50万套,安置300余人就业。本报融媒体记者 崔坤 摄

## 2022年我国文化产业营业收入同比增长1%

国家统计局近日发布数据显示,2022年,我国文化产业实现营业收入165502亿元,比上年增长1698亿元,增长1%。

随着国家文化数字化战略的深入实施,以数字化、网络化、智能化为主要特征的文化新业态行业快速发展,已成为推动我国文化产业高质量发展的重要支撑。统计数据显示,2022年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入50106亿元,比上年增长6.7%,增速快于全部文化产业5.7个百分点。文化新业态行业营业收入占全部文化

产业营业收入的30.3%,占比首次突破30%,比上年增长1.6个百分点。

文化产业实现利润平稳增长,部分效益指标有所好转。2022年,我国文化产业实现利润总额12707亿元,比上年增长341亿元,增长2.8%。其中,规模以上文化企业实现利润总额9370亿元,比上年增长2.8%;规模以上文化企业实现利润总额3337亿元,比上年增长2.7%。部分效益指标比上年有所好转,2022年我国文化产业营业收入利润率为7.7%,比上年提高0.2个百分点。(据新华社)