



尚格社区月月有活动 首场年味“集市”精彩不断

本报讯(株洲晚报融媒体记者/谭昕吾)“每月都有这样的聚会,特别好玩。”1月13日,天元区嵩山路街道尚格社区举办“新春集市嘉年华”活动,不少居民热情参与。家住滨江花园的贺女士一边遛娃,一边来到活动现场排队,参与写福字、领福画等免费活动。

活动现场,既有志愿者们自导自演的节目表演,也有社区居委会和小区党支部组织的爱心义诊公益活动,还有套圈游戏等娱乐活动。一些商家在此摆

年货摊,农副产品、特色食品吸引着市民。与往期活动不同的是,这次还设置了团扇制作、灯笼制作、民间剪纸、春联书法、民间国画等传统文化体验区,现场人气爆棚。

“社区现在做实‘月月有活动’,通过邻里节、新春集市嘉年华这样的联欢,拉近了邻里之间,居民与社区、小区党支部、商家间的距离,令群众的幸福获得感可及,也为推进现代化的基层治理打下了好基础。”尚格社区党委书记许磊告

诉记者。

活动现场,该社区的优秀志愿者还获得表彰。65岁的志愿者王伟新在该社区参与志愿服务活动已有5年,此前,身患癌症的她一度对生活失去信心,是志愿者不断登门开导她。后来,她也参加到志愿服务队伍中,心情渐渐变得阳光、乐观。她说:“通过参与志愿服务,我走出了悲观情绪,得到了大家的认可。我信念坚定,要一直做下去,也呼吁更多居民加入志愿者队伍。”

老人逛农副产品展销会 三包药粉竟花了7000元

晚报提醒:年底展销会增多,市民逛会要多留个心眼

株洲晚报融媒体记者/廖智勇 易楚瞳



囤年货、迎新年。近段时间,我市各县市区农博会、年货节人气火爆,然而,有市民逛展时,发现了一些不尽如人意的现象。“被骗了几千元”“我怀疑那几个人是托”“卖的都是些三无产品”……最近几天,12345热线收到不少关于农副产品展销会的消费投诉。

参与团购 糊里糊涂买了7000元“保健药”

“不买东西就不让走!我钱不够,向儿子借了3800元才脱身。”提及前几日在神农城农副产品展销会的经历,76岁的苏大爷心有余悸。

1月9日下午,苏大爷在“株洲市·2023消费帮扶农副产品展销会”逛展,他看见一保健药材摊位前围满了顾客,于是也上前瞧了瞧。

摊主声称三人一起消费能享受团购价。“当时,两个女子正在选购药材,见我过来,非要拉着我团购。”苏大爷禁不住女子和摊主联合劝说,索性买了一点田七。

在老板推荐下,苏大爷还购买了美国米参和西洋参。“老板说,三种药材搭配使用保健效果更好。”

摊主将苏大爷选好的三种药材打成粉末分别装袋,称量完毕,打好价格:美国米参640克,5120元,田七和西洋参合计1880元,三种药粉合计7000元整。

高昂的报价让老人傻了眼,苏大爷当即表示不买了,可摊主拦住他,想走没那么容易。“摊主说,药材已经打成粉,退不了。”苏大爷说。

“产品装袋时扁扁的,怎打成粉后就有了满满三大袋?”苏大爷质疑摊主动了手脚,可对方坚称没有加量。迫于无奈,老人通过微信、手机银行先后支付了1900元和1300元,可钱还是不够。接下来,苏大爷只好让儿子转账3800元,这才得以离开。

回家后,苏大爷越想越觉得不对劲,意识到自己可能遇到“托”,于是返回展销会现场,将情况反映给展销会组委会。

工作人员退还了500元现金,苏大爷不满意组委会的处理结果,向12345热线投诉。

部门介入 执法人员第二天查资质,摊主已撤场

1月10日下午5点,记者先行赶到株洲市·2023消费帮扶农副产品展销会现场,大部分药材摊位人气旺盛,尤其老人居多。靠展销会南侧一家摊位,摊点前明明有不少顾客,可摊主忽然收摊离开。

十分钟后,天元区市场监管局泰山市场监管所执法人员和苏大爷一同来到展销会现场,经老人指认,其购买药材的33号摊位,正是刚刚收摊的摊位。

经展会组委会人员反复催促,33号摊主姗姗来迟,一见面,摊主主动向苏大爷悉数退还剩余6500元。

泰山市场监管所执法人员要求摊主出示进货凭证,摊主表示“没带在身上”,还说“明天我把证照和进货单等材料齐,你们再来检查。”

1月11日上午,记者与泰山市场监管所执法人员再次来到该摊位,却发现该摊位已撤场。

“有5家店铺涉嫌诚信经营,我们已责令相关商家撤场,包括33号摊位。”展会负责人肖经理解释道。

记者调查 逛展销会遭遇消费陷阱不是个例

苏大爷在农副产品展销会上的遭遇并非个例,多位市民表示,在逛农副产品展销会时,遇到消费陷阱。

1月5日,马阿姨在株洲市·2023消费帮扶农副产品展销会上购买石斛与小米参,花费4000元。“我在摊位前站了一会儿,就有人过来搭话,对药材的药效称赞有加,希望和我拼单团购。”

起初,马阿姨觉得自己捡了大便宜,可回到家经女儿提醒,才意识到这些药材根本不靠谱。商家既没有告知药材的保质期,其宣传的药效也有些夸张,质量根本没有保障。

1月8日,蒋女士逛尚格广场农副产品展销会,购买100克阴阳果花费了225元,回家上网查询,发现网上价格每500克才70-100元,同类产品比展销会上报价低了10多倍。“处处是陷阱,再也不敢逛展了。”蒋女士直言。

通过12345热线平台检索发现,2023年1月以来,关于农博会、年货节等农副产品、食品展销会的各类投诉为170余条,主要集中在展销产品质量不过关、货不对板、卫生条件差、价格虚高以及购买到假冒伪劣商品等。

各方声音 农副产品展销会要怎样规范管理?

农历新年来临,各地举办农副产品、食品展销会,管理漏洞多,投诉多也是现实,问题出在哪?天元区市场监督管理局一位工作人员介绍,去



株洲市·2023消费帮扶农副产品展销会现场。 记者/廖智勇 摄

年以来,各类农副产品、食品展销会几乎覆盖了全市各个区县,这类展销会申报门槛不高,参展商资质以及商品质量由展销会组委会自行把关,把关严格与否全靠组委会人员自身职业操守。市场监管部门接到了相关消费投诉,会及时介入处置。

市商务局一位工作人员透露,理论上全市所有展会、展销会都要到商务部门报备,可实际操作中,农副产品、食品展销会多数由农业部门负责或受理报批手续的地方政府负责,如果占用公共场地办展,则由城管部门负责。一旦出现商品质量问题,需要进行食品药品检测,负责审批和管理的部门没有处置条件,而有条件的部门又不方便管。

网络大V“文一多”说,我市举办农副产品、食品展销会场次虽多,但商品同质化严重,大部分展销会上牛肉干、奶粉、保健药等常见商品居多,株洲本地特色农产品却难觅踪迹。农副产品展销会是宣传本地农产品品牌、助推特色农业发展的良好平台,要办展就应该办出特色,办出高质量。

湖南法健律师事务所杨纲律师表示,监管部门权责不明、展会管理不规范、准入门槛低、售后服务难保障是造成农副产品展销会信任危机的主要原因。展销会不同于传统销售模式,往往打着与地方政府或农业部门联合办展的名义提升消费吸引力,主办单位和承办单位不能只是在开幕式上露个面,在宣传册上挂个名,应该切实担负起对组委会、参展商的监管责任。

影讯 美达影城(1月16日)

年会不能停 10:20 12:30 13:40 15:50 17:00 18:00 19:10 20:10 21:20 22:20

动物园里有什么 11:10 12:00 13:00 14:50 16:40 18:30 20:20 22:10

潜行 9:50 11:20 15:30 18:35 19:40 22:25

金手指 11:10 13:50 14:40 16:10 19:30 20:50 21:50

养蜂人 13:30 17:40 20:25 21:50

一闪一闪亮晶晶 10:45 13:30 15:30 17:30

大雨 12:45 14:40 16:35 18:30

芦淞区钟鼓岭七星潮流购物公园五楼(株洲书城对面)

订票热线:28106878

开奖 (开奖日期:2024年1月15日)

福彩

3D 2024015期 **4 3 8**

七乐彩 2024007期 **06 08 12 17 22 28**

30 11

体彩

排列3 24015期 **4 7 5**

排列5 24015期 **4 7 5 6 5**

大乐透 24007期 **04 05 28 34 35 04 11**



▲干货展位上,消费者一边品尝一边询价

▲尚格广场年货展

农博会、年货节遍地开花 能否撬动年货大市场?

株洲晚报融媒体记者/成姣兰 文/图

“从去年10月的2023“乡农荟”湖南省农特产品巡展株洲专场到11月泰山广场农博会,随后,芦淞区老体育馆、尚格广场年货节同时开业,神农城广场消费帮扶农副产品年货节迎来第二场,荷塘区老汽配厂厂区尚未营业已人尽皆知。这些,还只是今冬消费展会的冰山一角。

“消费展会似乎成了常态,各个角落都有不同规模的农博会、年货节。”市民袁女士说,去展会再也提不起集中消费的热情。“反正明天还有,这里关了别的地方也有。”

市民的消费疲态一定程度反映了今年的市场行情。“参展商、活动方都没赚到钱。”一农博会组织方负责人肖劲光坦言。年关将近,如何撬动年货大市场,考验着各主办方的智慧。

1 农博会举办热,现场消费却冷

1月9日下午,神农城广场株洲2023消费帮扶农副产品年货节里100余个摊位上,服装、干货、腊制品、滋补品……琳琅满目。

40元一公斤的腊肉,72元一公斤的墨鱼头,3元一克的铁皮石斛,价格并不算贵,逛展人却寥寥无几。

“40元一公斤可不可以?”一老太太用手掂量着墨鱼头,试图砍价。“您差点就砍对折了,我们没有报虚价的。”老板边摇着头边整理货物,表示无言以对。

为了展现诚信拉拢生意,参展商在展位里支起锅子,现炒的青椒墨鱼和各色蘑菇,供来往消费者品尝。

在湘西腊肉摊位,参展商现场蒸好腊肉,让消费者用味嗅觉。

该年货节从2023年12月28日起举办,原本到1月7日收摊,为招揽生意,主办方决定延期一周。

同一天,尚格广场2023-2024(株洲)服装美食商品博览会现场,广播喇叭正轮番播放清货促销的广告语。该展会从2023年12月30日起,到今年1月11日结束。

“你别问我,没赚钱没心情。”一家湘西腊肉制品店老板娘坐在摊位前,面无表情地说,这是她的一站,也是最后一站。她在湘西开了一家腊肉制品作坊,有人专门上门收肉,为了多赚点钱,今年第一次尝试参加展会,不曾想遭遇消费寒冬。

年关将至,热热闹闹逛展会采购年货,是展会主办方的布展逻辑。为何今

年就不行了?

“好像到处都在搞农博会。”袁女士原本是农博会的忠实粉丝,今年也显出了疲态。“展会一个接一个,反正天天都有,就买点日常吃的。”她提起半斤瓜子、两斤茶桔跟记者说道。

记者从天元区市场监管局了解到,入冬以来,光天元区,就陆续接到过5个布展备案。泰山广场、神农城广场、尚格广场、时代广场,稍大一点的地方都搞起了农博会。在荷塘区、芦淞区、渌口区等地,类似年货节、农博会也轮番上演。

“我们在荷塘区和渌口区时生意相对好些。”尚格广场年货节上,一沙金店老板说。

“逛农博会,一直以老人为主力军,但往年年轻人也不少,今年年轻人几乎没看到。”一位参展商说。天元区年轻人比例相对偏多,是年货节逐渐“门前冷落鞍马稀”的重要原因。这也印证了沙金店老板的话。

参展商没赚到钱,组织方同样如此,神农城广场消费帮扶农副产品年货节组织方负责人肖劲光介绍,株洲是他们今年的第四站,原本计划搞七八场过年,行情不好,计划再去长沙搞一场,就收场过年。

“农村电商的发展对我们冲击太大了。”他坦言,对于以农产品为主的年货节,一直以来深受城市居民喜爱。同样在神农城广场,以前的年货节红红火火。随着农村电商的发展,各地特产不仅得到充分展示,购买渠道也更加便利。

2 打感情牌增加粘性,年货节能否出圈

冬季的年货节、农博会,跟夏天的夜市一样,都是一帮文化公司带着一群地摊主、参展商到处跑,遇到好的场子,赚一笔,遇到差的场子,就当白忙活一场。

去年夏天,夜市的跟风如今的农博会一样,吹得小巷子、小广场遍地都是,最后火起来的,无非贺家土、钟鼓岭等老牌商街,新晋网红虹桥夜市也罢、尚格广场夜市也罢,最后都惨淡经营。

今年的农博会,下半场又会如何?

坚果商白阿姨来自河北,在铜锣湾有个铺面,主要做坚果批发生意。这几年,每到冬天,她就跟着布展商在湖南各地跑场子。上个月,白阿姨在湘乡赚得盆满钵满。“同样的坚果,比株洲多卖20元一公斤,一天可以抵这里三天。”白阿姨表示,株洲场的失利,主要在于宣传的缺失和位置不好。

然而,这场还没结束,白阿姨又已收到来自醴陵、武冈、浏阳、衡阳、江西萍乡等地的8张邀请函。农博会的风,早已刮遍全国。

记者走访多个农博会和年货市场发现,产品雷同,是最大的硬伤。比如湘西腊肉、滋补产品,同一个展会往往拥有多个同样产品的展位,它们甚至连产品摆放位置

除货品和场地上打感情牌外,株洲民俗文化年货节在宣传上也充分利用了本地厂家和参展商的宣传优势。这一两周来,在太湖村视频号、小伍子视频号等诸多本地新媒体的宣传下,株洲民俗文化年货节尚未开业就已吊足了市民的胃口。

然而,能否得到市民的认可而出圈,尚待市场验证。

3 消费提醒:理性消费,及时维权

农博会、年货节风靡,相关投诉也多了起来。天元区市场监管局不完全统计,近期相关投诉就有10余起,包括购买万元产品后回家觉得被骗要退货的、购买食疗药材时被强制消费的、投诉买到假货的。

记者发现,投诉主要集中在红旗参、石斛等名贵食疗药材。一位出场时他们就与组织方签订了责任状,7天无理由退货,就算是已磨碎打粉,也照退不误。

记者了解到,按照要求,举办农博会前,组织方都会前往当地市场监管部门备案,并上交各摊位营业执照、食品经营许可证等证照复印件,要求所有摊位必须证照齐全,亮证经营。开业后,市场监管执法人员还将不定期巡查,检查其

进货凭证、广告宣传是否合规等。记者在神农城广场消费帮扶农副产品年货节现场看到,左右两边各设有一个投诉服务台,摆放了公平秤。

然而,亦不能避免不守法摊位的出现,“原本展会都是晚上9点收摊,那天我7点买了,立即回头再去找,摊主就收摊走人了。”前段时间,市民罗先生在泰山广场农博会上购买了1万多元红旗参觉得被骗,谁知转眼就找不到人。无奈之下,罗先生报警。第二天,在警察的协调下才成功退货。

天元区市场监管局相关负责人提醒,年关将近,市民逛展会一定要按需消费、理性消费,留存好相关凭证。农博会等展会一般办展时间短,一旦发生纠纷,应及时维权。

都几乎一样。特色不突出,布展粗糙,很难让人有购买欲望。

看穿年货节当下的弊端,邹海波决定来一套新打法。他在荷塘区大汽配老厂区开辟2万多平方米室内展区,并开辟1万余平方米室外民俗文化区和美食街区,打出株洲民俗文化年货节旗号。此外,一反其他农博会以全国巡展的参展商为主的套路,株洲民俗文化年货节以本地农户和源头工厂为主打,特色外地品牌为辅。

记者在现场看到,除唐人神、小伍子、戴永红等本地品牌外,恰恰坚果、尚果盟水果、杏池酒等外地品牌也有入驻。

“我们还开辟了本地散货区,朱享鲜果小镇店、渌口区太湖村特色农产品馆、良食村乡村振兴馆等已签约入驻。”邹海波表示,老厂矿、本地货、民俗年等元素加持,或许更能激发老百姓前来采购的欲望。

然而,能否得到市民的认可而出圈,尚待市场验证。