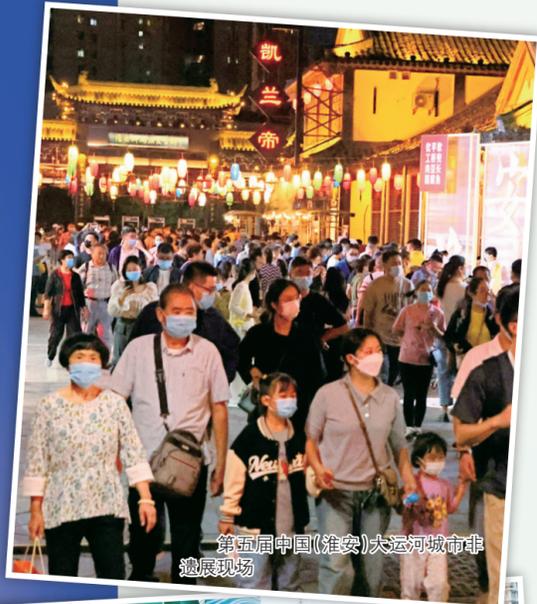




## 消费回暖 供需两旺

融媒体记者 王妍妍 王昊

9月9日至11日,里运河畔流光溢彩,热闹非凡,经典戏曲展演轮番登场,大运河城市非遗项目“济济一堂”,由江苏省文化和旅游厅、淮安市人民政府主办的第五届中国(淮安)大运河城市非遗展精彩呈现。与展会同时开幕的江苏省首届淮海戏艺术展演月系列活动。为助力惠企纾困,拉动文旅消费,展会发放了近2万张惠民券。三天期间,里运河中洲岛和御码头运河文化美食街两大片区累计吸引近20万人次参展,带动参展项目及周边商户销售超100万元。



第五届中国(淮安)大运河城市非遗展现场

9月11日,在新爱婴早教中心清江浦园“庆中秋·抢福捕鱼大作战”活动现场,孩子与家长玩得热火朝天。“虽然疫情期间遭遇了资金链紧张、生源短缺等困境,但政府部门主动上门帮扶,补助经费顺利到位,困难迎刃而解,经营管理和园区建设越来越好。”园区负责人陈丽告诉记者,新爱婴清江浦园已创建为江苏省示范性托育机构,吸引了越来越多的家长将孩子送到这里。



“庆中秋·抢福捕鱼大作战”活动现场

今年以来,针对市场主体在生产经营中遇到的痛点、堵点和难点问题,我市积极开展攻坚行动,助力市场渡难关。长效推进经济网格化服务管理,疫情期间对全市22万在营市场主体组织两次走访,收集诉求建议2314条、办结2205条,办结率95.29%、满意率98.14%。全面落实惠企政策,组织帮办员上门宣传,利用“政策通”平台定向推送,获得市场主体好评。完善风险监管,推送风险处置工单8540件、办结8230条,完善市场主体风险隐患排查和研判机制,研判市场主体行为风险隐患5016条,解决4987条。

与此同时,广大市场主体也在主动作为、化危为机的过程中,展现出强大韧性与活力。今年以来,我市实施促进服务业发展“准十条”,举办淮安消费嘉年华系列活动,积极促进批零售、旅游等受疫情影响较大的行业快速复苏。1—7月份,全市实现社会消费品零售总额1114.00亿元,其中,限额以上社会消费品零售总额289.95亿元,同比增长2.2%;全市居民消费价格同比上涨1.6%,八大类商品及服务价格“六涨两跌”;上半年,全市规模以上服务业单位实现营业收入247.3亿元,同比增长3.0%,核算相关行业整体增长20.5%,高于全省平均水平12.5个百分点。

对市场主体来说,有力的政策举措不仅送来“真金白银”,更能激荡扬气精神,释放消费潜能。中秋佳节期间,淮安各地开展了形式多样的促消费活动,点燃城市消费潜力。9月9日,淮安首店品牌推介仪式暨华信MALL购物中心开业庆典举行,累计发放消费券和提供商家让利超100万元,打造吃、喝、玩、乐、购的全场景“嗨购”消费盛况;盱眙县举办金秋美食购物节暨政银商“互联网+”消费模式活动,围绕“金九银十”热门消费节点,营造消费氛围;8月26日,金湖县“金”情消费乐享“湖”城”秋季购物节拉开帷幕,利用中秋、国庆等重大节庆,让百姓得实惠、企业赢商机、经济快发展。

## 返乡就业 人月两圆

融媒体记者 左文东

在风景优美的钵池山公园旁,有一家名叫金五福的老牌淮扬菜饭店。从金五福的首席大厨到董事长,向春带着传承与发展淮扬菜的使命与责任,不断在菜品创新上潜心研究。

“我这辈子做得最对的事就是回到家乡创业、推广淮扬菜。”向春这么评价自己的职业生涯。今年52岁的向春,20岁开始就在西园饭店“操刀”淮扬菜。25岁那年,向春在师傅的带领下到山东济南推广淮扬菜,在当地的高档酒店做行政主厨,这一干就是20年。20年间,向春以其精湛的技术和对淮扬菜文化的理解,获得山东餐饮界的认可,并在全国餐饮圈享有一定的声誉。“在山东的几年间,我把淮扬菜与鲁菜完美结合,开发出很多当地老百姓喜爱的菜品。”向春说。2013年,一次回乡探亲的机会,他了解到家乡淮安的创业政策和创业环境十分优越,动了回家的念头。“回淮安工作前,我的家人随我在山东漂泊了十多年。回乡创业可以让孩子安心读书,让整个家庭更有安全感。”向春说。2015年,他辞去山东的工作,带着一家人一起回到家乡淮安。刚开始,向春在金五福饭店当总厨;后来,老板因为身体原因无法继续经营下去,向春决定把饭店买下来自己经营。“我们饭店最大特色就是价格实惠,口味非常正宗。在我们店里既可以吃到最传统的淮扬菜,又可以吃到工艺复杂的创新菜。”向春说,他希望用最实惠的价格让大家吃上最正宗的淮扬菜。

“这几年因为疫情影响,餐饮业受到不小的冲击,但政府给我们提供不少助力,帮我们联系银行办理低息贷款,让我们渡过难关。”向春说,最让他欣慰的是,在政府部门的鼓励帮助下,他做起了线上外卖,销售情况十分不错。

向春的女儿已入职市一院,儿子也渐渐长大,饭店生意越来越好,生活在家乡的一家人,觉得今年的中秋节格外甜蜜。“在山东的时候,想要回家团圆一次,时间都花在了路上。回到淮安后,每年的中秋节我们都是一大家子一起过,今年的中秋也不例外。”向春幸福地说。



向春与妻子和儿子

# 月在今秋分外明

每逢佳节倍思亲,月到中秋分外明。在稳增长稳市场主体保就业背景下,今年中秋节的月亮格外明亮圆满。这个中秋,经历过疫情的人们,越来越珍惜团圆,消费心理也发生了变化,从过去追求包装精美转向重视实用环保;这个中秋,因为稳市场促消费举措的落实,市场主体共克时艰、提振了发展信心;这个中秋,因为稳就业促就业政策的出台,创造了大量就业岗位、就业机会,吸引了大批在外淮安人返乡就业,千里共婵娟变成人月两团圆。



市民在选购月饼



价廉物美的月饼礼盒

## 礼盒瘦身 更重实用

融媒体记者 刘梦

月饼的包装最多不超过三层,不得使用贵金属、红木等贵重材料进行包装……为了让月饼回归食品属性,8月15日,市场监管总局发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单正式实施。在月饼“瘦身”强监管之下,今年的月饼市场和消费者反应如何?日前,记者来到我市部分商超和糕点专营店进行采访。

平价、简装月饼成为今年月饼市场的主流,越来越受消费者青睐。“家里人不多,买两斤散装或者简易包装的月饼就够了。”9月8日,正在嘉润福生活超市选购月饼的市民陶女士说。陶女士认为,给亲朋送月饼确实需要买礼盒装的,但是华丽包装一般只代表价格高,很多都是“虚有其表”,她最看重的是品质,希望亲戚朋友吃得健康开心。几天前,陶女士选购了一款浦楼月饼礼盒,价格不高,品质有保障,亲戚也喜欢。记者发现,散装和简易包装的月饼更受市民喜爱,采购者络绎不绝。该超市的散装和简易包装月饼每斤售价不超过40元,礼盒装的价位在49元到158元不等,礼盒包装朴素大方,市民购买积极性高。

“买月饼,最重要的是味道好。”小慧最喜欢吃广州酒家的月饼,中秋节前一周就从网上购买了一盒,中秋节前刚好寄到家,月饼皮薄馅厚、口感绵密。在小慧看来,便宜和贵的月饼差异不应该体现在包装上,而应体现在配料、口味上。“广州酒家的包装并不华丽,但

是口感和味道很‘能打’。”小慧说。从外观看,市场上的月饼礼盒多为硬纸盒,部分采用铁盒等材质,未见贵金属、红木等贵重材料。

平价月饼成为消费者首选。日前,在好想来休闲食品店,记者发现售价168元的月饼礼盒已售罄。“卖得好的月饼都是价钱比较适中,包装简单大气的,店里100多元一盒的月饼销量最好。”工作人员说。在大润发超市,记者发现该超市最贵的月饼不到400元。

即做即食月饼成为新潮流。“苏式月饼最大的特点就是‘酥’。刚出炉的时候非常好吃,时间长了酥皮变软,味道就没那么好了。”一名正在选购月饼的顾客说。蛋黄鲜肉、黑芝麻鲜肉、榨菜鲜肉……在金地MALL的喜计局·饼行,透过玻璃窗,可以看到工作人员的操作现场,让人心安。

“包装简约大气、价格越来越亲民实惠,今年的月饼和往年真是不一样。”市民张先生说,以前,大家普遍认为包装简单的月饼是自己吃的,包装精美的月饼是送人的,包装盒做得越精美越好,月饼变得华而不实。现在月饼回归食品属性,消费者也不用为了买月饼而花冤枉钱。

