

车补最高12000元,家电最高补贴1500元 促消费济南开启新年“第一补”

记者 李梦瑶 济南报道

5000万元车补,申领不限户籍

1月4日,济南市2026年新春汽车消费补贴活动正式启动。此次活动投入总额5000万元补贴资金,面向个人及企业(行政、事业单位除外)购车群体,且不设户籍与上牌地区限制,也就是说,外地消费者在济南购车同样可享优惠。

活动明确,购车时间需在2026年1月1日至3月31日(以《机动车销售统一发票》时间为准),消费者完成车辆上牌后,可通过多轮申报通道申领补贴。申报共分三轮,分别为1月23日10时至1月27日18时、2月27日10时至3月3日18时、4月3日10时至4月7日18时。补贴资金按“先到先得”原则分批次释放,额度用完或活动截止即终止。

补贴标准以购车发票(不含税价)为依据,分五档设置“保险补贴+消费券”组合福利,最高可享12000元补贴。

值得注意的是,活动发放的电子消费券有效期为90天,面值分为1000元与500元,可在银座、家家悦、济南华联、鲁味斋等本地合作商家线下或线上使用,每个商家

新年伊始,济南便送上惠民“大礼包”。1月4日至5日,济南接连启动2026年新春汽车消费补贴与家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴活动,以“真金白银”的补贴政策、创新的消费联动模式,为市民送上消费红利。

购车发票金额区间(不含税价)	补贴标准
15万元(不含)以下	1000元保险补贴+1500元消费券
15万元(含)~25万元(不含)	2000元保险补贴+2500元消费券
25万元(含)~35万元(不含)	3000元保险补贴+3000元消费券
35万元(含)~50万元(不含)	4000元保险补贴+4000元消费券
50万元(含)以上	6000元保险补贴+6000元消费券

以购车发票(不含税价)为依据分五档设置“保险补贴+消费券”组合福利。

消费券使用上限为3000元。

相关负责人表示,这种创新设计为的是将汽车消费与日常生活消费深度联动,以汽车销售带动商业零售、餐饮服务等多个领域的消费增长。

家电数码补贴覆盖10类产品

1月5日启动的家电以旧换新、数码和

1500元,数码和智能产品每件补贴不超过500元。

补贴资格领取时间为活动期间每日9:00—24:00,个人消费者可通过以下任一渠道申领补贴资格:登录“爱山东”政务服务(移动端或电脑端)“高效办成一件事”特色专区,通过家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴申请“一件事”在线办理,选择“济南”申领;通过云闪付、微信等App进入济南市“泉城购”服务平台小程序实名认证申领;通过公告的电商平台实名认证申领。

消费者领取补贴资格后,在参与活动的企业(门店)或电商平台购买补贴范围内的单件产品时,即可核销补贴资格,享受支付立减,每个补贴资格仅限购买1件产品(即核销1次)。

2026年,济南明确以“项目赋能年”为总牵引,系统部署“十个聚力”重点任务,其中“聚力全方位扩大内需”被置于首要位置。济南市商务局相关负责人表示,新一轮促消费活动正是济南以具体举措落实重点工作的生动实践,为全市经济高质量发展开好局、起好步注入强劲动能,持续营造“消费惠民、市场活跃”的浓厚氛围。

扩张收缩、门店关停,部分城市不接受新加盟商 曾引发排队抢购的折扣超市“不香了”?



文/片 记者 管悦 报道

济南多数门店经营一切正常

1月5日,在好特卖(济南世茂广场店)内,工作人员正在忙着清点新到的货品,售卖商品涵盖食品、饮料、日化、美妆等多个品类,有消费者正在选购。“门店营业一切正常,暂时没接到任何关于闭店的通知。”其门店工作人员介绍,由于该店地处济南核心商圈,周边年轻消费者较多,客源比较稳定。

从价格上来看,好特卖相比其他渠道价格较为优惠,以汤达人90克杯装泡面为例,好特卖售价为4.5元/杯,赵一鸣、大润发和橙子便利则分别为4.9元、5元、6元;欧莱雅金致臻颜新花蜜胶原面霜在好特卖、品牌旗舰店、狐狸小妖护肤精选仓价格则分别为49.9元、150元和79元。

记者发现,好特卖售卖的部分商品上显示“促销品”“最后一批到货”等字样。济南东一家好特卖门店店员介绍,门店内八成商品为新日期,两成为临期,不少产品在清理库存之后会断货,货源并不稳定,“有什么卖什么”。

“好特卖在济南既有加盟店也有直营店,售卖的商品均为大仓发货,一部分是与品牌、渠道商等合作的优惠商品。”上述店员说,商品多数为处理尾货——可能已在其他渠道进行过促销、清仓或包装更新,因此定价较低。

提及营业情况,该店员透露,由于店铺开设于商场内部,场地租金成本较高,加上日常客流量主要集中在周末及节假日,整体盈利水平有限,扣除房租和人力成本后几乎无利可图。门店租约将于今

近日,不少消费者在社交平台发布消息称,好特卖HotMaxx(以下简称“好特卖”)正在陆续关闭其在核心城市的门店,涉及广州、长沙、杭州、北京等城市热门商圈,且部分城市已不接受新的加盟商。济南市场情况如何?曾引发消费者排队抢购的折扣超市为何“不香了”?对此,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者进行了探访。



济南一家好特卖超市内,顾客正在挑选商品。

年2月底到期,或考虑闭店。记者了解到,目前好特卖在济南共有12家门店,多分布在商圈、高校附近,好特卖(城投凤鸣广场店)、好特卖(印象城店)等多家门店店员均表示,营业一切正常,暂未有闭店打算。

确有门店关闭,属于正常调整

2023年4月,好特卖正式开放加盟后,在全国迅速扩张,因价格低廉曾在多个城市引发消费者批量抢购热潮。截至2024年6月,其门店数量已达960家。但根据其官方小程序最新数据,至2025年底门店总数已回落至954家。

与此同时,不少消费者在社交平台反映,好特卖位于广州、长沙、杭州、北京等城市热门商圈的门店正陆续关闭,部分城市已暂停接受新加盟商。

1月6日,记者就此事以加盟商身份咨询了好特卖相关工作人员。“确实有门店在关,但属于正常情况。”好特卖华北区一相关负责人表示,关店主要源于商场租金上涨、租约到期、重新选址、经营不善而导致亏损等情况。

关于部分城市不接受新加盟商一事,上述负责人表示,好特卖加盟主打品牌化路线,为确保门店盈利,对加盟城市、数量和合作商有严格的审核标准,目前以一二线和省会城市加盟拓展为主,下沉城市受消费水平等因素影响,暂不开放加盟。

根据好特卖加盟手册显示,开一家店前期投入至少50万元以上,回本周期约18个月,毛利率为28%~30%,工作人员统一由好特卖总部管理培训和操作培训。上述负责人表示,以济南为例,12家门店内仅有4家为直营店,其开设在商圈的门店,日均营业额在一万元以上;而校园店受客流量、产品数量、消费力等影响,日均营业额则为五六千元。

在商品方面,该负责人表示,好特卖以销售尾货为主,货源包括品牌临期品、包装瑕疵品、库存积压、代工等特殊渠道,因此能实现较大价格折扣,“部分新兴品牌也会通过好特卖测试新品市场反应”。

此外,好特卖也在探索新路径,例如打造“超级仓”模式,拓展至服装鞋包、奢侈品等品类,并在部分门店引入咖啡与二次元周边产品,试图以品类多元化提升客流与客单价。

好特卖的低价折扣为消费者带来高性价比的同时,品控争议也让这份“实惠”暗藏风险。在黑猫投诉平台,与“好特卖”相关的投诉累计已达373条,其中多数涉及商品质量问题,例如有消费者反映在线上直播间买到假冒羽绒服,也有人称所购鸭舌发霉变质,或商品已过期。

此外,随着消费者对品牌形象的关注度提升,不少品牌优化生产计划来减少库存积压,或通过自有渠道打折处理,也直接导致好特卖等临期产品减少,门店客流量也随之大幅下滑。

在好特卖面临挑战之际,折扣零售赛道的竞争正日趋激烈。奥乐齐、赵一鸣、嗨特购等品牌加速开店布局;盒马将其“盒马NB”升级为“超盒算NB”并开放加盟,利用自有品牌与供应链优势压低价格;京东、美团等平台也相继布局线下折扣业态,以规模化采购争夺市场。

走访中,不少消费者表示,现在既能在超市买到商超自有品牌的低价商品,也能在线上买到临期零食等商品,可选择性越来越多。

“现如今,消费者对折扣产品的关注点已从‘低价’转向‘质价比’,对商品品质的要求显著提升。”山东财经大学工商管理学院副教授张晴表示,在同质化竞争加剧的背景下,比“谁开的店多”更重要的是“谁的模式更可持续”,品牌需在供应链效率、品类多元与品质管控之间取得平衡。

张晴表示,折扣零售的核心竞争力最终回归性价比和信任感,品牌通过源头直供、定制化产品等方式稳定货源并降低价格,精准把握消费者趋势,触及更多消费者,同时建立透明的品控体系,筑牢消费者的信任根基。

专家: 可持续模式成生存关键

折扣零售迈入“质价比”时代