

防晒产品、空调、烧烤、西瓜销量大增

夏日消费为市场注入活力

阅读提示

近年来,我国多地出台新政推进措施,夏日经济形成包括餐饮、旅游、购物、娱乐、学习、休闲等在内的多元消费市场。同时,夏日经济也面临许多挑战。

专利已超过6000件,在今年夏天,有平台上“防晒霜”的搜索量同比上涨211%,并且随着户外活动的增加,防晒产品的销量持续保持增长的势头。

智能化产品受欢迎

虽然已进入暑天,但乌鲁木齐的持续高温,还是让家电专场依然火爆。在乌鲁木齐多家商场,记者看到电风扇和空调仍然是“抢手货”。

“节能空调将是未来空调的发展趋势。”苏宁易购的工作人员说。消费者在选购空调时,也往往会在心理价格区间内选择更节能的空调。调查数据显示,我国近20万件空调相关专利中,超8000件与节能、智能相关。

受新冠疫情影响,消费者更加关注室内空气健康,具有净化、防尘、高温除菌等功能的空调产品越来越受到消费者的青睐。

针对夏日消费热潮,一方面空调企业针对消费者的消费需求不断促进产品的迭代升

级,以满足消费者的消费预期。另一方面,相关企业也采取线上线下相结合的销售模式,拓宽销售渠道,采取多种促销手段促进消费增长。据苏宁易购工作人员介绍,消费者现在可以网上预约产品,网上预约上门安装,足不出户就可以完成消费。

“吃”出经济

说到夏天,肯定少不了“喝酒”“撸串”。“我们店一晚大概有100~200位客人,每天也有几千元的营业额。”乌鲁木齐天山区碱泉三街一家烧烤店的老板王先生说。

夏天是新疆烧烤生意最为火爆的季节,不管是烧烤店还是夜市小吃街,每晚都是座无虚席。王先生告诉记者,他们的制胜法宝就是确保食材新鲜、卫生,严格把控食材标准,加上自家独特的配方来确保烧烤的口感,顾客吃得满意,依靠顾客的口碑相传,名声自然在外。

除了烧烤的口感、服务之外,王先生还采

取了一些营销策略来吸引顾客。夏天正是喝啤酒的好季节,比如啤酒喝得多减得多,明面上啤酒的利润减少了,却吸引了更多的顾客到店用餐,实际上的效益也会更好。

夏天也是瓜果飘香的季节。得益于物流运输的高速发展,新疆的瓜果更方便地运输到内地销售。来自河南等地的客户直接到瓜农田里收购西瓜,然后再将新疆的瓜果销售到北上广深等一线城市去。

“热”是人们在夏天的共同感受和认识,而“凉爽”“防晒”等话题也是大多数人的共同追求。夏日消费热潮为市场经济注入了新的活力,但是夏日经济仍然面临许多挑战。业内人士指出,面对夏日消费热潮,一方面,需要商家根据目标消费者的需求和特点,产品的性质等制定积极的营销策略,同时也要提升自身产品的品质,不断提高消费者的满意度。另一方面,需要相关部门不断完善相关基础设施建设和政策支持,确保夏日经济的顺利进行。



更多精彩内容 请扫描二维码

婚介公司不能仅注重流量

本报记者 赵昂

上周六是七夕节,对于不少大龄男女青年来说,通过各种线上或线下婚介机构寻找合适的“另一半”,已经成为许多人的选择。

天眼查数据显示,2020年国内共有11万家婚介企业,但其中超过六成都是小微企业,超过半数企业成立在1-5年区间之内。由此可见,婚介市场正处于上升期,有的头部企业也开始吸引投融资。而在各大视频平台上,相亲节目也不断增多,花样持续翻新,收获流量关注。

事实上,婚介市场的火热,不只是单纯的“牵线搭桥”,更为重要的是其背后的流量和衍生市场。通过进入婚介市场,企业一方面可以通过年轻人对婚介的关注吸引流量,另一方面则可以介入相亲后的诸多消费场景。从交往时的吃饭看电影旅游,到成家时的婚礼婚纱摄影,甚至之后的育儿环节,这些消费场景,都是自有缘人相识而始。

但是,与婚介市场充满活力相对应的是,当下乱象依旧存在。不论是相亲节目还是婚恋平台,抑或是线下相亲组织机构,其参与者的完整真实情况、其活动的成功率,消费者均处于信息不对称的地位上,甚至婚介机构也难以核实所有参与者的信息。当然,这也增加了婚介的实际参与者的焦虑感。

另外,婚介市场缺乏收费标准,缺少行业标准,监管乏力等情况,都导致不少应征者上当,缺少投诉解决渠道。更为关键的是,消费者遇到的问题往往只能走合同纠纷,但消费者在婚介过程中损失的情感,有时难以用经济来弥补,这更影响了消费者对婚介平台的信任度,对婚介行业的长远发展不利。

在接触不少大龄男女青年的过程中,不少人坦言,如果做实名社交的某类网还像当年一样,自己应该很容易找到有自己心仪经历、性格、喜好的另一半吧。事实上,婚姻并不是简单匹配经济条件、兴趣爱好等就能凑对成功,男女双方是在持续的交往过程中了解对方是否合适,而无关对错。换言之,婚介和相亲本来就是社交的一种延续,要以做实名社交的心态和方式,而不是以“价高者得”的心态和方式做婚介。现阶段,国内实名社交市场并不明朗,但这并不表明不存在实名社交市场,只是操作方式仍有待调整。会不会有婚介平台最终发展成社交平台,抑或是有社交平台做出了衍生婚介功能,都有待进一步观察。

不过,在这些尝试之前,最先要做的,还应该是规范市场。

全球最高强度连续管研制成功

本报讯(通讯员杨宏智 记者毛浓曦)8月10日,从陕西宝鸡石油钢管有限责任公司传来消息,该公司自主研发的CT150钢级超强连续管顺利通过国家石油管材质量监督检测中心检测,标志着中国石油装备制造企业掌握了全球最高强度连续管制造技术,为国内外深层油气资源及页岩油气等非常规油气资源的开发提供了强有力的装备利器。

据悉,CT150钢级超强连续管强度级别超过1100兆帕,是目前全球最高强度级别的连续管产品,其抗拉强度达到1160兆帕。以管径50.8毫米、壁厚4.0毫米的连续管为例,其可承受的拉伸载荷比同规格CT110连续管提高36.4%,同时具有更好的塑性。另据破坏性试验显示,管材爆破压力高出理论计算值16.6%,管材挤毁压力高出理论计算值16.9%,疲劳寿命也明显优于低强度连续管产品,整体性能达到世界领先水平。

据研发项目组负责人介绍,该产品可应用于井深5000米至8000米,耐压压力可达100MPa以上,可大幅提升油气井作业效率和寿命,显著降低油田的生产成本。

杭州首个“零碳”电瓶车集中充电站启用

本报讯(通讯员张德峰 记者邹佩然)8月9日,星桥街道民乐小区王丹琪骑着电瓶车进入小区“零碳”电瓶车集中充电站,在专属车位上扫码充电,“太阳能电”源源不断地充入电瓶。

这个充电站,正是国网杭州市余杭区供电公司投资建设的杭州首座“零碳”社区电瓶车集中充电站。今年7月,该公司成立“光伏专班”,重点聚焦“未来社区”“品质城区”建设要求,把老旧小区“充电难”“充电不安全”等问题,作为承担社会责任的实践载体,积极探索“光伏+”发展模式,从“光伏+社区”“光伏+网格”等方面对社区电瓶车集中充电站启动“零碳”化综合改造。

目前,民乐社区“零碳”电瓶车集中充电站是将光伏板与车棚构造相结合,它具有吸热性好、安装便捷、成本低廉等特点。光伏板既可以为电瓶车棚遮蔽阳光,又能提供绿色环保能源。升级改造后,“光伏车棚”能满足80辆电瓶车同时充电,解决社区居民电瓶车停车充电不安全的问题。

“工业互联网+人工智能”专业赛启动

本报讯(记者蒋茜)8月13日,第三届中国工业互联网大赛“工业互联网+人工智能”专业赛正式启动。大赛以“智造·创享未来”为主题,聚焦国内外重点工业场景,深入遴选一批优质的工业互联网与人工智能融合创新方案。

由中国工业互联网研究院、大连金普新区管委会联合主办的本次专业赛,将进一步聚焦人工智能技术在工业互联网上的创新应用,促进工业互联网与人工智能全面创新、连接、融合。大赛聚焦国内重点工业场景,在装备制造、石油石化、生物医药、汽车整车和零部件等行业广泛征集遴选一批优质解决方案和产品,促进人工智能技术从多维度为工业互联网各类场景赋能,全面助力工业互联网应用价值提升。中国工业互联网研究院将重点遴选和培养一批具有发展潜力和推广价值的工业互联网与人工智能解决方案。金普新区将发挥自身“中国工业百强区”的产业政策优势,助力优质项目落地应用,促进工业互联网与人工智能协同发展。

文创产品受欢迎

近日,继故宫、河南博物院、三星堆博物馆之后,敦煌博物馆也正式推出天龙八部盲盒。据《中国文博文创消费调研报告》数据显示,1990年后出生的消费者占比超过了53%,其中95后占比更是达到了30%。创意十足、形式精致的文创产品深受年轻人追捧。天眼查数据显示,我国现有超28万家文创相关企业。近五年来,企业年度注册数量呈上升趋势。

为推动文化和旅游发展,打造城市文旅IP,各城市景区相继推出文创产品如盲盒、雪糕、口红、书签等。文创产业已成为推动旅游文化发展的重要一环,而文创产品也成为新一代的消费风口,正吸引着越来越多的企业加入。 王磊摄/视觉中国



一身工装,两代传承

求学梦开始的地方。于是,我在网上报名参加中国石化巴陵石化的校园招聘,背上行囊,踏上了回国的路。”袁佳龙说。

在袁佳龙回国参加工作的第一天,他的父亲将一套老厂服送给了他。“在我印象里,每次与父亲见面,他都穿着一身蓝蓝的厂服,不论是工作完,还是晚饭后出门散步。”袁佳龙笑着说,“小时候因为分不清衣服下是谁,我还曾闹过叫错爸爸的笑话。”

袁佳龙曾经问过父亲:“这衣服有什么好?”父亲告诉他:“这套衣服就是一个标志,代表着归属。穿着这身衣服,可以随时回到厂里工作,不耽误时间。”如今,袁佳龙的父亲的许多厂服,都因沾满胶液或是破损被丢进了回收站,但留给袁佳龙的一身厂服,是

他早些年保存的唯一一套比较好的厂服了。“父亲把这套厂服交给我,也是希望我能够像他一样在岗位上坚守自己,为企业创造价值。”袁佳龙表示。

身穿有年代感的旧工装,袁佳龙迅速融入团队,全力投入工作。入职后的第三个月,他申请参加中国石化重点项目、年产5万吨热塑性橡胶SEBS工业化装置建设并获得批准,连续65天在现场进行高强度的工作,直到装置一次开车成功。

“我还记得我妈曾多次‘吐槽’,有个公司给我父亲发了人才引进的邮件,可他一次都没理人家,每天上班下班,平静得很。”袁佳龙说,“当时的我不懂,为什么父亲在接到橄榄枝后一笑而过。现在,我逐渐体会到了,我在

这里看到了许许多多像父亲一样默默无闻却饱含艰苦创业热情的石化人。他们创新不止,奉献无悔,相互扶持,共同前进。”

“小时候,我常常会因为父亲加班加点不回家而闹脾气,现在,却是父亲经常打电话问我什么时候有空回家。每次回家,我脱下蓝色工装,父亲都会帮我挂在衣架上,掸去灰尘。”袁佳龙说,“一身工装,两代传承,走得再远,都不能忘记来时路。”



条设计。在口袋上沿用了黄色的警示条,袖子上做了很大的改进。为方便员工巡检及时记录,设计了两种笔袋。口袋以前是暗扣,现在用内置拉链,裤子大腿部位有口袋方便携带小工具。

这套工装的新款式新功能新作用,被员工称为“爱心温暖牌”。

“现在工装更好了,先让我们体验,再选择合适的。”周晓波说,他得知安全管理部建立了新工装体验群,自告奋勇当新工装“第一个吃螃蟹的人”。

微信群里,安全管理部职业健康组组长许明珠一下子拉进来造纸线、制浆线、保全工、焊工、热电厂员工、质检员、抄浆工,涵盖岳阳分公司各条生产线、各工种员工。新工装选择面更宽,既可以选面料,又可以选材质。他们做“代表”,及时反馈体验感受,为员工选择更满意的新工装。

“公司越来越重视安全,重视员工获得感,选择新工装就是一次为员工办实事。”许明珠说。

彭展

近日,在中石化巴陵石化公司“青春心向党、建功新巴陵”主题团日活动中,来自橡胶部的2020年新入职员工袁佳龙,身穿一套老旧厂服,讲述了一个两代人的传承故事,给大家留下了深刻的印象。

袁佳龙的父亲是巴陵石化橡胶部橡塑中心的一名科研人员。20多年来,他一直坚守科研一线,潜心绿色热塑性橡胶新产品新技术开发。“因为受父亲的影响,我在大学本科选择了高分子材料专业,为的就是有朝一日能像他一样从事新材料的科研工作。”袁佳龙说,“大学所学的知识并未让我满足,于是在父亲的支持下,我出国留学。”

毕业在即,袁佳龙与父亲有过一次简短的深夜“越洋电话”,话题是他毕业之后的去向选择。“父亲简要跟我介绍了公司的发展规划,给了我慎重考虑的建议,那一通电话点醒了我:我的家在巴陵石化,这儿曾是我

变的是工装,不变的是“安全”



吕胜明

8月10日,湖南岳阳林纸股份有限公司安全管理部里,13位员工成为新工装的体验者——他们要为即将发放的新工装提意见。

“我好像领过四种工装,以前发工装,都是发什么穿什么,没得挑也不能挑。”特种纸事业部保全班员工周晓波说。

周晓波1988年进入公司,发的第一套工装是啥样的?他摸摸脑袋,愣是没想出来。“这么久了,谁还记得?不过,这几年发的工装还是蛮好的。”

2017年,公司又发了新工装,新工装在前胸、后背、裤腿等部位采用银灰嵌条反光