

从五彩缤纷消博会看中国消费新潮流

第三届中国国际消费产品博览会正在海口市举行,展览面积、品牌数量等指标更胜往届。这场聚焦消费精品、国家品牌,集中反映了当前市场对优质供给的巨大需求。

“新华视点”记者采访发现,消博会上各种商品琳琅满目,五彩缤纷,“中国红”“黑科技”“绿消费”“粉展台”尤为引人注目,为观察中国消费潮流提供了一个窗口。

国货走俏撑起“中国红”

在2万平方米的消博会国内展区里,全国各省区市组团参展,一大批老字号、国货精品以及非物质文化遗产精彩亮相,推动更多中国优质消费品走向世界。

北京展馆雍容大气的“中国红”色彩格外抢眼,馆内既有王致和、一得阁等中华老字号亮相,也有泡泡玛特、小狗电器等新国货展出,引来众人观看。一家瓷器品牌参展商负责人说,通过消博会上的产品展示,可以让世界进一步了解中国的优秀传统文化。

位于8号馆的漳州片仔癀展区也凸显“中国红”元素,仿古建筑外形的展台内,药品、化妆品、保健品等产品纷纷亮相。“大众可能觉得片仔癀是传统中成药,很‘老’,但我们正在通过不断创新,塑造品牌年轻化形象。”片仔癀展区负责人林靖宜说,消博会聚集全球消费资源,是其进入全球市场的一个重要通道。

国货走俏,凭借的不只是深厚的历史底蕴,更有时尚的原创风格和全新的“澎湃动力”。在湖北馆,一款外观硬朗的新能源越野车频频“被合影”。作为东风汽车推出的新款高端豪华新能源越野车,该车还没正式上市就已经在全国收获800多台预订单。“中国的新能源车在世界上也是领

先的,我们对未来发展充满信心。”该车展位负责人雷子健说。

中国品牌的竞争力、美誉度与日俱增,向外不断走向世界,向内不断“俘获”新一代的消费者。新华网以“得物App”为研究样本发布的《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示,近10年,“国潮”热度增长超5倍,78.5%的消费者更偏好选择中国品牌,“90后”“00后”贡献了74%的“国潮”消费。

创新时尚彰显“黑科技”

突出科技创新一直是消博会的鲜明特色。四肢灵活、能扫地会做饭的人形机器人;可识别气味、能走路爬坡的AI巡检“机器狗”……本届消博会上,众多“黑科技”产品赚足眼球。

许多产品与寻常百姓生活并不遥远。首次参展消博会的德国知名清洁品牌卡赫带来了多款新产品,如高温灭菌蒸汽清洁机、可“压扁”的旅行用清洁机等,引领家庭深度清洁风尚。“现在人们更加追求健康的品质生活,为产品创新提供了机遇和动力。”卡赫贸易(中国)有限公司品牌经理李倩说。

不仅消费产品越来越注重科技创新,消费服务的手段也随技术进步不断变革。

在美团展台,一块“零售大屏”展示了美团在本地生活服务领域的数字化能力,旁边摆放着无人机、自动配送车等设备。美团区域发展合作中心负责人马婧说,前不久,美团无人机城市低空物流解决方案通过中国民航局审定,由此具备了城市级货运航空公司的资质,并初步开启商业化运营。

毕马威中国联合穆迪戴维特在本届消博会期间发布的有关报告指出,科技进步是影响中国消费行业的核心趋势之一,数字技术被广泛融入日常生活中,线上和线下之间的边界正在变得模

糊,更多先进技术被用来提升客户的购物体验感。

健康低碳激活“绿消费”

从沙滩露天原生态时装T台秀场,到会议活动绿色屏幕及手册封面;从模拟野外空间的绿色布景,到一系列主打低碳环保概念的产品陈列,本届消博会上绿色元素随处可见。国内外参展品牌通过琳琅满目的商品实践绿色环保理念,让低碳意识进一步深入大众生活。

在1号馆,泰山体育品牌展位里的一抹绿色为观展者带来别样的清新感受。从浅绿到深绿,这片“释放负氧离子”“100%可回收降解”的人造草坪是从“外”到“内”真正的“绿色”展品。“10年后还能整体回收,重新制造,对环境非常友好。”该品牌展台负责人宋坤说。

透过消博会可以发现,在“双碳”目标背景下,绿色消费正全面融入生产生活的方方面面,各行各业品牌都在积极探索适合自身的可持续发展之路。

首次参展的某电器公司带来一款纯电动“移动便利店”,不仅搭载了节能厨房设备、保温节能材料,还可以作为移动试点,减少因频繁开闭店装修而产生的大量碳排放。另一家参展商展示了采用植物纤维和可回收聚氨酯生产的可降解新材料,可减少动物皮毛使用……

海南国际经济发展局副局长官起君说,依托消博会这一绿色消费的创新试验平台,可以促进更多海内外企业加快绿色转型,推动绿色发展。

在消博会期间举行的“推动以竹代塑 促进绿色消费”论坛上,商务部副部长盛秋平视频致辞时表示,商务部将会同有关部门加快培育绿色消费市场,引导商贸流通主体与竹制品龙头企业产销协同、供需对接,同时加强宣传推

广,传递绿色发展理念,鼓励绿色消费,在全社会推动形成绿色生活方式。

“她经济”带火“粉展台”

消费强劲复苏势头下,国内消费市场尤其是女性消费在旅游、餐饮、教育、美妆、家居、服饰等领域的消费主导地位愈发凸显,“她经济”正深刻影响着消费市场的变革和发展趋势。

粉色的广告牌、粉色的花树点缀、粉色的产品包装……在以女性为主要客户群的产品区,特别是化妆品、奢侈品等展台前,女性观展人群络绎不绝。

“要不是因为疫情,前面两届我就想来了。”专程从上海来观展的李女士,是从事美妆产品销售的个体户。在消博会首日,她就把所有美妆类展台全部逛了一遍。“‘悦己’人群逐渐扩大,‘悦己’型消费渐成‘刚需’,我已经有初步意向,准备和一家品牌签约进货。”

“未来美妆、珠宝市场前景广阔。”安永大中华战略与发展主管合伙人谢佳扬说,近年来,女性消费者呈现出年轻化、较强的用户黏性,女性购买珠宝首饰奢侈品以及美妆护肤更多的是满足“悦己”需要,而且随着互联网技术的发展,消费场景日趋多元化。

参展消博会的多位国外嘉宾表示,中国女性消费力量为全球消费市场增添新动能,多个国际品牌愈发重视开发中国女性消费市场。泰佩思琦&蔻驰亚太区副总裁钟秋娟说,集团旗下多个品牌,在三八妇女节、母亲节等节点开展特色主题活动,不断完善客户消费体验。

新华社“新华视点”记者 吴茂辉 袁睿



浙江安吉余村

“美丽乡村”焕发新活力

春到余村。走进该村“全球合伙人”共创基地,“90后”新村民张航正忙着剪辑视频,他和团队在浙江安吉余村打造了一个独立工作室,以短视频业务为主攻方向。

“只要有网络和电脑,我就能工作。从城市来到余村,是因为向往这里的绿水青山。”张航说,“背靠青山、面朝田野,在这样的环境中工作,敲键盘的节奏都更轻快了!”

青创基地、咖啡馆、露营地……近年来大量新业态出现在余村。优美环境吸引下,一批批新村民和返乡人纷至沓来,在此创业发展。余村积极建设“美丽乡村”,努力将当地“绿水青山”的环境优势转化为建设“金山银山”的现实生产力,让小小的余村焕发新的活力。

在“85后”民宿业主葛军的记忆里,他从小成长的余村并不是现在这般山清水秀的模样。“小时候,村里有矿山、水泥厂,父亲就在村里的石灰窑当矿工,总是一身的尘土,村子也常年笼罩在烟尘中。”葛军说。

转变发生在2003年。这一年,浙江在全省启动“千村示范、万村整治”工程,推动了事关千万农民的农村人居环境建设大行动。借着“千万工程”的东风,余村停掉了矿山,关掉了水泥厂。

在“绿水青山就是金山银山”理念指引下,余村通过复垦复绿、治理水库、改造村容村貌等举措,从炮声隆隆、粉尘漫

天,变得山清水秀、竹海连绵。如今,美丽生态已成为余村的一张金名片。

“村民们开农家乐、办民宿、卖特产,尝到了乡村旅游带来的‘甜头’。”葛军说,他和父亲也将自家居住的小楼打造成一座以奇石、文创为特色的民宿,受到游客欢迎。

“近年来,余村在发展中进一步意识到,要实现高质量发展,产业迭代升级是必答题。”浙江省安吉县余村村党支部书记汪玉成说。2022年7月,余村启动“全球合伙人”计划,并携手上墅乡、天荒坪镇、山川乡3个乡镇的17个行政村,引进人才和资本,统筹发展“余村大景区”。涵盖10万平方米创业空间、2万余平方米厂房、近6万亩竹林和田田的发展蓝图应运而生。

2022年,50余个“全球合伙人”项目入驻,上千名大学生来到余村及周边村庄工作生活。在新村民和返乡人的影响和带动下,余村本地村民也主动提升业态、拥抱发展,乡村发展内驱力更加强大。这一年,余村全年村集体经济收入达1305万元,其中经营性收入突破800万元。

“从靠山吃山到富山养山,绿水青山是我们的幸福靠山。”汪玉成说,未来余村将向着“高能级、现代化、国际范”的目标,全力推进乡村振兴。

新华社记者 朱满 郑梦雨

乡村振兴



4月12日,在江西省广昌县甘竹镇罗家村,村民在绘制工艺扇。近年来,江西省抚州市广昌县甘竹镇罗家村依托传承多年的香扇制作技艺,大力发展工艺扇产业,产品远销西班牙、日本及东南亚等地,年产值超5000万元,带动周边村民2000多人实现“家门口”就业。 新华社记者 万象摄

五部门印发《2023年数字乡村发展工作要点》

中央网信办、农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、国家乡村振兴局近日联合印发《2023年数字乡村发展工作要点》。工作要点部署了强化粮食安全数字化保障等10个方面重点任务。

工作要点提出,到2023年底,数字乡村发展取得阶段性进展。数字技术

为保障国家粮食安全和巩固拓展脱贫攻坚成果提供更加有力支撑。农村宽带接入用户数超过1.9亿,5G网络基本实现乡镇级以上区域和有条件的行政村覆盖,农业生产信息化率达到26.5%,农产品电商网络零售额突破5800亿元,全国具备条件的新型农业经营主体建档评级基本全覆盖。乡村

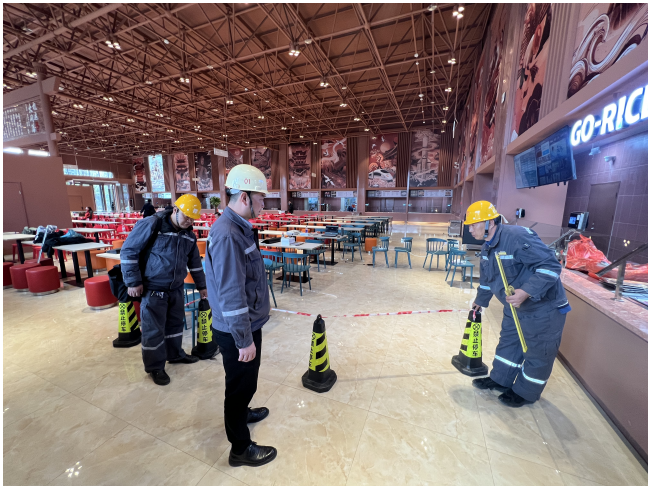
治理数字化水平稳步提高,乡村数字普惠服务不断深化,农民数字素养与技能持续提升,数字乡村试点成效更加凸显。

工作要点部署了10个方面26项重点任务。其中,夯实乡村数字化发展基础方面,将加快补齐乡村网络基础设施短板、持续推动农村基

础设施优化升级、稳步推进涉农数据资源共享共用。强化粮食安全数字化保障,推动粮食全产业链数字化转型,运用数字技术保障国家粮食安全。同时,因地制宜发展智慧农业,加快农业全产业链数字化转型、强化农业科技和智能装备支撑。

据新华社

大同“华润”:精心为民服务 保障用气安全



安全第一,预防为主。大同华润燃气有限公司坚持开展群众性燃气安全宣传活动,发现事故隐患及时整改,时刻拧紧燃气“安全阀”,守牢安全“生命线”,全力营造“人人熟知燃气常识、人人关心安全用气”的良好社会氛围。

近日,大同华润燃气有限公司工商中心工作人员深入大同大学,在全面、仔细地完成安检后,及时为文昌餐厅开通通气,借此机会还精心为餐厅工作人员上了一堂内容丰富的“安全用气课”。

在活动现场,工作人员悬挂起醒目的燃气安全宣传条幅,并精心制作了展板、宣传单,内容包含燃气知识、安全用气常识、燃气事故案例等,图文并茂,既有警示作用又通俗易懂,大家纷纷观看学习。同时,大同华润燃气有限公司工作人员还



给食堂工作人员进行了现场授课,指导他们正确使用燃气灶,提醒使用燃气时注意保持室内空气流通;停止使用燃气时,要随手关闭灶前阀、关闭表前阀;外出时,要检查并关闭燃气及炉具开关,养成“人走火熄”的良好习惯,从根本上杜绝燃气安全事故的发生。

这是大同“华润”切实保障广大用户生命与财产安全,实施燃气设施设备安检常态化、安全用气知识宣传常态化的一个小小缩影。大同“华润”燃气公司全面强化企业安全生产主体责任,大力推进“安全责任全员化、制度建设规范化、现场管理精细化、教育培训常态化”等“四化”班组安全建设,设立安全生产示范岗,推动安全工作深入人心。同时,持续组织工作人员深入社区、企业、学校、商业综合体等场所开展燃气安全知识宣传,精心服务,让广大用户认识到自身安全主体责任的重要性,齐抓共管,构筑起坚固的城市燃气安全堡垒。该公司还全面开展隐患排查整治,对不符合规定的用户开具《隐患整改通知单》,责令停气限期整改并按时接受复查;并持续强化与社区、小区物业之间的沟通联系,共同推进燃气安全,夯实燃气安全社会化工作网络基础。