

扩内需不妨用好跷跷板效应

□遯海涛

在企业家属谈会上,习近平总书记要求逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,并强调必须充分发挥国内超大规模市场优势。

扩大消费只是激活内需、推动双循环的一个方面,但国内超大规模市场的能量不可小觑。企业如何从中寻觅消费新机遇、推动双循环?最近,有人总结出疫情以来消费领域的跷跷板效应,颇有启示。

比如,疫情以来,口罩遮住了人们的脸庞,彩妆没有了用武之地,化妆品行业整体低迷,但是其中的美甲和香水消费却强劲上扬。有数据显示,在杭州,今年暑期美甲店的客流量比往年同期增长了近1倍。天猫数据显示,疫情发生以来,国内指甲油销售额同比上升179%。当

然,这一现象不止在中国出现,日本、韩国的指甲油、香水等消费也同样增长迅猛。

这是个颇有意思的现象。在一个行业之内,有几类商品销售下降,但另外几类商品销售却剧增;而在整体的消费领域,某些行业受到了冲击,但另一些行业却迎来机遇。比如说,疫情以来,餐饮业、旅游业、电影业受到了一定影响,但是智能家居、方便速食、移动办公、线上教育、在线娱乐等相关服务需求激增。这多么像是一个跷跷板。“按下葫芦浮起瓢”,疫情阴影之下,有些消费确实萎缩了,而有的则萌生、扩展、放量。推动双循环新格局之下,读懂跷跷板效应的启示,或许能撬动更多需求。

撬动新需求,首先要有敏锐的市场嗅觉和提前布局的意识。这次不少站上

“风口”的行业,看似意外走红,其实早有预兆。如一家上市的食品企业上半年实现净利润1.3亿元,同比增长近1倍。“我们之前就看到‘宅生活’的趋势,因此对产品重点作出调整,推出了小面包、酸辣粉等系列新品。花大价钱改造的智能制造‘无人工厂’,也在疫情期间凸显优势;加上这几年大力发展电商业务,上半年业绩飘红在意料之中。”从公司负责人的话里,我们不难看出他们为什么能。新需求和新“风口”其实早就有迹可循,就看鼻子灵不灵、身手是否敏捷了。

撬动新需求,要更加注重细分市场。近年来,随着国内消费升级,人们的消费需求进一步细分了,小众化、个性化、社群化……以往大水漫灌、忽略个性的粗放供给模式已经不适应新的消费时代。疫情之下,这种趋势越发明显。怎么

才能创新更多的消费场景?商家需要对人们的需求进一步深入细分,把更加分散和隐蔽的用户“痛点”找出来,变成自己的赢利点。电影院复工之后,面对人气不足的状况,省内有院线就另辟蹊径,针对细分市场推出“电影暖场活动”,用文艺片、魔幻片、经典老片等个性化场次,吸引不同观众,积极止损,助推影业复苏。

大势所趋,机会所在。正是在“指甲油效应”影响下,今年4月,著名手表生产商卡西欧联手日本美容集团Kose发布了一款美甲机原型Nail Printer,正式进军美甲行业。而庞大的中国市场无疑有更大的机遇。随着经济发展逐步恢复,中国定会诞生更多新消费。企业能否撬动内需、站上“风口”,抓住机遇,归根到底取决于自身眼力、魄力和实力。

(转自《浙江日报》)

让梦想之光照进现实

□周言

高考之后,志愿填报对家长和学生来说是又一场考试,选专业,是从心所愿还是从“薪”所愿,这在许多人心中,是梦想与现实之间的距离。

近日,湖南来阳的农家女孩以全省文科第四名的优异成绩选择报考北大考古系,一时成为新闻话题。读什么专业、选择什么职业,原本只是非常个人化的事件,但是之所以能成为一个热点,是因为在许多人看来,在人生的价值序列里,经济考量无疑是最重要的。前段时间,清华大学宣

布计算机与金融双学士学位启动本科招生,有网友调侃这是为各省的高考状元铺就了一条通向未来的“黄金之路”,因为这是当下高职高薪的职业选择。

北京大学考古文博学院是未名湖畔最具人文气息的一个学院,近百年中国的重大考古工程中,从来不少北大人的身影,那是史学的圣堂。但在现实中,人文学科日渐式微,惯性思维中,人们习惯以经济理性为考量,以显达于世为坐标。可是,也许

我们都忘记了还有一样重要的东西,那就是梦想,从心所欲、学你所爱,最后抵达的目的地都不会太糟,往往还出人意料。

青春年少,未来可期。可也正因为年少可期,就有太多的诱惑和选择。心性未定之时,人并不是那么确定自己的热爱到底是什么?但是在拥有无限可能的年纪,何妨为了当下的热爱去试错一次。不过分看重一次选择的错误,很多时候就是给梦想一次孵化成长的机会。

为了地球不“管”了

□子陌

今年1月,国家发改委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》,规定到2020年底,全国范围餐饮行业禁止使用不可降解的一次性塑料吸管。

这种塑料吸管使用可能只有短短几分钟,但是要实现完全降解却要花500年。据统计,2019年全国塑料制品累计产量8184万吨,其中塑料吸管近3万吨,约合460亿根,人均使用量超过30根。

惯性思维中,吸管是现代饮料的标配,无数流水线上的塑料吸管,以极其低廉的成本流入市场,渗透进餐

饮业的角角落落。它微小如尘埃,但却因为大水漫灌式的使用,似乎成为了一种必须。哪怕面对后期巨大的环保消耗与降解压力,也很少有人会去思考,如何去寻求一种替代方式?

吸管并不是现在才有的产物。六七十年代卖橘子汽水的国营店就会提供用纸做的“麦管”秸秆。再追溯历史,《长安十二时辰》中主人公张小敬就用麦秸吸管吃火晶柿子。一次性塑料吸管被禁止后,纸质吸管将重新回归。这种回归或许会带给许多人一种怀旧的情怀,但是“限塑”不是靠情怀就能坚持下去,公众和商家

都要面对习惯改变和成本增加的问题。

首先纸质吸管的耐用度和使用体验都不如塑料吸管,其次纸质吸管以及其他的可降解材料吸管生产成本都明显增加,且保存条件更高、保质期更短。正因为比照塑料吸管的特质,其他的“替代者”都各有缺陷,所以尽管环保大如天,但是落实到具体的商家和人,执行还是个难题。

每一次我们选择绿色环保,就意味着要与一些旧习与利益告别,既要靠“禁”也要靠“疏”,而且这是一个全

链条治理的体系。对消费者来说,克服对方便好用的贪恋,尽量减少吸管的使用量,毕竟无论是水还是饮料,人类除了“吸”,还可以本能地使用“喝”。对商家来说,要能从社会担当出发适当承担环保的成本,主动行动、自觉配合。对生产企业来说,要从技术层面寻找更加完美的替代方案,制造出既便宜又好用的环保吸管。

“为了地球,我不‘管’了”,这是一家餐饮连锁企业的傲娇声明,或许也应该是我们每一个人对地球的承诺。

防洪排涝工程为百姓遮风挡雨

□小井

据近日出台的《舟山市普陀区城区防洪排涝能力提升三年行动计划(2020—2022)》,我区计划投资3.79亿元,实施防洪排涝项目28个,全面提升城市防洪排涝能力和应急管理水

平,确保人民群众生命财产安全。这些项目将为百姓遮风挡雨,无疑是刻不容缓的民生工程、民心工程。在刚刚过去的超长梅雨季,全国各地频发洪涝灾害,我省同样面临大敌,千岛湖排洪史无前例地“七孔全开”。令人欣慰的是,普陀在连续降雨中安然度汛,许多原先动辄水漫金山的大街小巷未见排水不畅。这一切,得益于全区上下一丝不苟的防汛抗灾工作,其中防洪排涝工程功不可没。当然,前期的管网改造只是起到了疏通经脉的作用,接下来的三年行

动计划更具整体性、系统性,有望在提升城区防洪排涝能力方面更上一层楼。

由于地势原因,展茅区块易发生洪涝灾害。眼下,展茅街道防控排涝项目——长峙山西闸配套泵站工程主体建筑完工,如果遇上台风天已具备抽水运行条件,排涝能力相比以前翻了一倍多,东西两侧的泵站可以一定程度排除大展河涝水喝工业园区涝水,并预留茅洋河排涝能力。该工程计划今年9月底10月初全面完工,当地民众和企业将吃下一颗定心丸。

事实证明,一座城市的风雨无忧更应靠统筹谋划、科学施策。人类历史也是一部治水史。中国古代留下许多闻名于世的水利工程,也涌现了无数为民治水的仁人志士。三顾家门而

不入的大禹,就是因治水而名垂青史。宋代的苏东坡不仅设计、改造了西湖,还在杭州疏浚运河、完善排水系统,他充分利用当时的先进制陶技术,用烧制的陶瓷替代易腐烂的竹管,使地下管道更加可靠。由此可见,排涝提升工程从古到今一直在进行。

现如今,高温等极端天气增多,虽有大气候因素,但也与城市规划建设不当,加剧热岛效应有关。原有的风口堵了、曾经的湖泊干了,生态环境怎能不恶化?海岛城市得益于大海调节气候宜人,但也常受台风等灾害袭击,引发内涝。这就需要因地制宜地制定城市规划、疏通排放路径,通过完善设施来抵御天灾。实施防洪排涝能力提升三年行动计划,就是为了尽快补齐防洪排涝能力的短板,

使城市在变高、变大的同时变得更

强。科学技术已是今非昔比,现代城市更有条件通过科学规划、合理布局来营造“风水”趋利避害,更有助于打造更加恢弘、更加智能的地下工程来防洪排涝。近年来极端天气多发,去年舟山就遭受3次强台风袭击,特别是第18号台风“米娜”正面登陆,强降雨造成城区大面积洪涝,给人民群众生产生活带来严重影响。没有可靠的“里子”,城市总有一天会丢“面子”。秉持以人民为中心的城市治理理念,就要“面子”“里子”一起抓,让老百姓生活得更舒适、更安全,从而更有获得感、幸福感。我区防洪排涝能力持续提升,必将给民众撑起遮风挡雨的安全伞。

对酒店一次性用品说“不”!

□音律

据7月31日《舟山晚报》报道,我市宾馆(酒店)行业“不主动提供一次性消费用品”行动已经吹响号角。8—9月,全市宾馆(酒店)行业全面开展“不主动提供一次性消费用品”行动,到今年11月前,覆盖面达到100%。

多少年了,人们住宾馆(酒店)习惯免费使用由宾馆(酒店)提供的牙膏、牙刷、梳子等一次性用品。但这些用品往往用过一次就扔掉,既造成很大浪费,增加酒店成本,又产生大量垃圾,带来环境污染。我市宾馆(酒店)行业全面开展“不主动提供一次性消费用品”行动,契合当下绿色消费观,有利于减少浪费、保护环境,值得肯定和提倡。

但让宾馆(酒店)对一次性消费用品说“不”,说说容易,做起来却难。早在去年8月,市文化和广电旅游体育局就发布《关于推进旅游饭店行业限制使用一次性消费用品工作的通知》,要求全市四星级及以上宾馆(酒店)不得主动提供一次性消费用品,同时鼓励其他类型宾馆(酒店)参与一次性消费用品限用行动。后据记者报道,全市只有20多家宾馆(酒店)参与这一行动,即使参加行动的宾馆(酒店),仍然给起码70%以上的消费者提供了一次性用品。

为什么宾馆(酒店)告别一次性用品这么难?一则是消费者强大的习惯使然,多年来用习惯了,倘若一下子断供,往往难以适从;二则是市场大环境使然,宾馆(酒店)提供一次性用品是普遍现象,如果因此遭到消费者反映投诉,宾馆(酒店)会考虑市场竞争而自动妥协;再则是行动基本靠自觉,缺乏严厉的惩治措施,难以形成对使用一次性消费品行为的有效约束。

让宾馆(酒店)告别一次性用品,就要认真总结上阶段工作得失,破除这些难点。比如,宣传、引导工作再加强,要在醒目位置做好宣传、顾客入住时及时告知、有疑问时做好耐心解释等。又如,约束措施配套再完善,将宾馆(酒店)行业“不主动提供一次性用品”与绿色发展工作考核、评优评奖、政府采购等挂钩,更有必要考虑提出将“不主动提供”变为“不提供”的时间表,以倒逼宾馆(酒店)做好整改落实。还如,服务工作进一步跟上,即便取消了一次性用品供应,宾馆(酒店)还要准备好应急用品,以备顾客不时之需,并且价格要亲民,不能像现在酒店内供应的商品比市场上贵好多。

宾馆(酒店)“不主动提供一次性消费用品”,也需要广大旅客的理解和支持。或许有人觉得这样会给自己带来诸多不便。其实,宾馆(酒店)一次性用品常常不好用,去掉这个“鸡肋”也无妨。何况,能为节约资源、减少环境污染做出自己一份小小的贡献,也是件挺有意义的事。大家坚持下去,就能摆脱对一次性消费品的信赖,慢慢习惯成为自然。

温馨告别一次性消费用品

□月湖

根据《全市宾馆(酒店)行业“不主动提供一次性消费用品”行动实施方案》,今年8—9月,全市宾馆(酒店)行业将全面开展“不主动提供一次性消费用品”行动,倡导绿色消费,到11月前覆盖面达到100%。对限制使用一次性消费用品要求执行不力、落实不到位的宾馆(酒店)将适时通报,并在优惠政策、评优评奖、政府采购等环节中取消入围资格。

一次性消费用品在为顾客提供便利的同时,也造成了大量的资源浪费和垃圾增量,实在有些奢侈。在试点基础上全面开展“不主动提供一次性消费用品”行动,这无疑是件大好事。这种绿色消费模式最终能成为舟山旅游的一大亮点。当然,作为宾馆(酒店)在执行中也要做到少些瑕疵、多些完美,用温馨方式告别一次性消费用品。

“我们倡导您自带个人洗漱用品,请带它们一起旅行……”相信这样的温馨提醒对谁都会有触动,没能自带洗漱用品的顾客说不定还会心存遗憾。接下来,当缺少相应服务,或被要求有偿使用时,难免又会有人心生反感。别忙着吐槽“个别顾客”觉悟低,如此抵触并非毫无道理,因为宾馆(酒店)倡导环保的口号虽然漂亮,但事关利益算计是否公平合理确实值得存疑。疑心一起,再好的事情也就有了“异味”。

宾馆(酒店)的一次性消费用品也好,免费早餐也好,其实都是羊毛出在羊身上的。不菲的房费可不是单纯用来睡觉的,还包括各种各样的免费服务、免费享受。现在,提倡绿色环保的宾馆(酒店)不主动提供一次性消费用品,理直气壮的前提应该是重新核算一下房价。别以为洗漱用品之类只是“毛毛雨”,一旦做了乘法就会是个不小的数字,否则也就无需在意这“一点点”浪费了。那么省下来的这笔钱,该不该回馈顾客呢?

凭着经营者的精明,应该不难想出更加公平合理的限供方式。比如,可以让自带洗漱用品的顾客享受房价优惠或得到额外奖励。这样做,对宾馆(酒店)而言可谓毫发无损,而对于顾客来说却是一种回馈,而且能起到四两拨千斤的正向激励作用。

再有意义的事情也离不开细节的完美和程序的正当,否则很可能导致事倍功半甚至功亏一簣,这样的事在现实生活中并不鲜见。宾馆(酒店)不主动提供一次性消费用品刚刚起步,很有必要在公平合理上多加斟酌,在激励措施上多想办法,这样才能引领风尚并且行稳致远。

(本报署名文章不代表本报立场)

把文明定格在一瞬间



你的一个文明举动，或许就会定格在这“最美一瞬间”里！