

抗“疫”推动新文娱消费

热播剧同款美食边看边吃

□ 本报记者 李豪悦

据国家广播电视总局节目收视大数据系统(CVB)统计,1月25日至2月9日,全国有线电视和IPTV较去年收视总时长上涨41.7%,电视剧收视时长提高15%,电视机前每日户均观看时长近7小时。毫无疑问,疫情的出现让消费者被动在家延长了看剧时间,这让不少商家看到了利用网络电视剧联合外卖app,达成消费者“边看边吃”的商机。

3月份在家追网剧《人间烟火小厨》的王女士告诉记者,她发现在看这部美食剧的同时,播到一些做菜的关键节点时,屏幕会弹出来商品相似产品。“有的美食弹框点进去竟然是外卖,可以随叫随到。”王女士表示,这类“广告”形式对于她这种容易被美食种草的消费者很受用。“去年看《长安十二时辰》的时候,里面男主角吃的火晶柿子和水盆羊肉,看得我特别馋,如果当时也有这个送外卖的功能,我肯定会马上下单。”

优酷开放平台内容商业化中心总经理谷芳芳在接受记者采访时表示,这款让用户备受好评的产品,就叫“边看边吃”,是由优酷和饿了么联合运营的。《人间烟火小厨》播出一个

个月来,“边看边吃”连接了2000万观众和7000余户商家。

谷芳芳告诉记者,不同地区、不同时间观看这部剧的消费者,能看到的美食推送是不同的。“虽然我们主推的是商家和外卖,但如果达不到用户中间可配送的情况下,我们会拉出来中间可配送的和这个外卖相关的其它的商家。比如在弹幕里,里面有很多用户在疫情期间看这个剧发弹幕说想吃火锅,我们会看用户的可配送范围是否有这样的火锅配送。如果没有的话,就会选择其他相似产品推送。”谷芳芳表示,“边看边吃”不同于普通的广告对单一品牌的推送,涉及到对不同地区的用户,以及外卖配送范围的选择,这项服务更像依托消费者的喜好,变成“深入的内容+美食匹配”。

值得一提的是,疫情的出现让大量餐饮行业受损的情况下,“边看边吃”的服务帮助了不少餐饮业避免食物变成库存,也让许多无法出门的消费者能吃到饭馆里的半成品菜。据了解,通过“边看边吃”的模式,眉州东坡疫情期间,一周的订单量提升了24%。

此外,“边看边吃”的模式似乎并不仅仅局限在一个视频平台,而“边

看边吃”也正升级为“边看边买”。王女士告诉记者,除了在优酷看《人间烟火小厨》会弹出美食,最近在爱奇艺观看《鬓边不是海棠红》,也会受到关联商品推送。“男主角在城头唱戏的时候,电视就给我推送了‘黄氏响声丸’。”

而在商家大量需要搜集用户“弹幕”收集信息的情况下,B站作为“弹幕大户”也早早加入了让用户“边看边买”的行列。已经在B站充值了三年大会员的赵女士,作为B站的资深用户告诉记者,如今的B站无论是宠物up主,还是美食up主,打广告的形式都不像过去那么单一了,他们甚至在视频里不会提到企业的名字。“我之前看得一个宠物视频,主人在喂猫吃罐头的时候,视频里就弹出了罐头的广告,那个up主在视频里甚至没有提到罐头的名字。但我们看到这个广告弹窗,感兴趣的就会点进去买了。”

视频、弹幕、广告凑在一起会形成什么样的消费效果?业内人士表示,多屏时代给消费者带来了更多“买买买”的理由,而相关数据也显示“弹幕+外链”的组合,能够为商家增加200%的转化率。此外,根据谷芳芳的介绍,未来看剧会推送的商品也会更加多样,判断用户看剧时的反应



和情绪,都会有可以关联的商品。“比如说男女主角这对情侣在很甜蜜的瞬间,我们认为用户看到甜蜜瞬间可

能会感觉到幸福,感觉到甜的状态,就很容易关连一些这方面的商家的合作。”

黑龙江虎林迎春镇:村村有产业 户户有项目

本报记者 佟强 张楠
□ 周睿 吴奇

“小康不小康,关键看老乡”,2020年是脱贫攻坚决战决胜之年,黑龙江虎林市迎春镇为打赢脱贫攻坚战,全面建成小康社会,牢牢把开发建设扶贫产业项目抓在手上,同时引导镇内贫困户提升自主创业意识,真正实现村村有产业,户户有项目,2019年,全镇建档立卡贫困户共43户84人,全部实现脱贫,进入巩固收入阶段。

姜文2015年被确立为迎春镇建档立卡贫困户,为切实帮扶姜文实现脱贫致富,迎春镇及时和帮扶责任单位研究扶持项目,在市里和镇里的各类产业项目中,为姜文选择适合他的庭院经济、木耳基地投资和带资入股企业的合作投资,通过多方扶持,2016年底,姜文的年均收入达到脱贫巩固户标准,摘掉了贫困户标签,姜文也对脱贫致富有了更多的梦想,他积极创业,走大棚蔬菜种植道路,在帮扶单位和乡镇指导下,现已拥有两个蔬菜大棚,一个育苗温室,年收入不断攀升,2019年他家的人均纯收入达10391.86元。

“现在我们贫困户一年比一年强了,国家政府以及各级领导干部单位都给我们帮助,我们自己再努力,就更有信心了,去年收入就觉得挺好,今年比去年还得好。”虎林市迎春镇西村脱贫贫困户姜文感觉自己距离真正的脱贫致富又进了一步。

姜文的脱贫之路是迎春镇建档立卡户的缩影,2015年以来,迎春镇牢牢把开发建设扶贫产业项目抓在手上,先后发展小额贷款项目、木耳基地项目、庭院种植项目等多种扶贫产业项目,同时积极联系市内企业,成立社会扶贫基金,为镇内各贫困户筹措启动资金,全心全意为贫困户增收想办法。

2020年,迎春镇在镇西村投资建设了6栋现代化蔬菜大棚,贫困户只需缴纳1700元,即可租用360平方米的现代化蔬菜大棚,收取的费用将统一上交至村支部,并对村内贫困户进行再分配。租用蔬菜大棚的贫困户在种植蔬菜的过程中将全程由镇种植专业技术人员一对一指导,为他们的蔬菜种植提供保障,扶贫责任单位将为贫困户产出的蔬菜进行市场对接,确保贫困户的产品销售有门路。

“我们迎春镇在落实虎林市市级扶贫产业项目的同时,积极争取扶贫资金实施蔬菜大棚、木耳基地、合作投资等项目,实现了村村有产业,户户有项目。下一步,我们将在产业项目推进上下功夫促增收,坚决打赢脱贫攻坚战。”迎春镇党委书记于天源对于全镇打赢脱贫攻坚战信心满满。

2019年,迎春镇扶贫项目产业增收共计8大项146小项,平均每户3.39个扶贫产业项目,全年带动贫困户增收73万余元。迎春镇还扎实开展虎林市光伏发电、无人机产业、扶贫合作投资等产业项目深化落实,全力带动迎春镇贫困户增收,截至目前,全镇的43户建档立卡贫困户人均收入全部超过了5000元,其中一户年收入超3万,3户超2万,14户超1万元。

踏青自驾游 车载用品、户外用品成交量攀升

□ 本报实习记者 暴梦川

近日,一则《“春季踏青”消费趋势》在网上发布,报告显示,“家庭自驾游”和“增强户外活动”成为消费者今年的春游踏青方式主要方式。数据显示春季踏青相关商品的成交额环比增幅达75%。与自驾游相关商品中车载冰箱成交额环比增幅达302%,行车记录仪成交额环比增幅达167%,导航仪成交额环比增幅达241%。而户外装备中,便携桌椅床的成交额环比增幅达到了320%。

疫情过后 自驾游加速发展

清明节假期第一天,来自河北定州的曹浩和朋友开启了自驾游,他们此行的目的地是位于河北保定的白洋淀。像曹浩一样在清明节假期外出自驾游的消费者不在少数。随着我国经济的快速发展,不少有车一族开始选择在假期和周末驾车旅行,有数据显示2018年中国国内自驾游人数就已达到5.8亿人次,同比2017年增长了35.5%。2019上半年,有82.6%的车主有过自驾游经历,其中近八成车主选择周边自驾游,另有



近六成车主有过长线自驾游的经历。

受疫情影响,考虑到乘坐公共交通的风险性,很多消费者会选择短途户外露营等旅游形式。国际旅游也遭受疫情的重大影响,境外游目前也是限制多。但随着疫情在我国逐渐得到控制,各行业复产复工的脚步逐渐加快,在经历了两个月居家生活后,伴随着春季的到来,人们纷纷选择出门踏青,短途自驾游和周边的一日游或者周末游成为消费主流方式。

浙江工商大学城乡规划与旅游学

院教授乔光辉在采访时表示:“近年来自驾游本来就越来越多地成为目前近郊或者短途旅游的出行方式,尤其是亲子家庭游,考虑到便捷度,往往会选择自驾游,而当前的疫情,考虑到安全、卫生、少和公众接触的原因,又加速了自驾游的发展,推动自驾游逐渐成为主流出游方式。”

自驾游带动相关商品销量大涨

伴随着自驾游的火热,与自驾游相关的商品销量也迎来爆发。曹浩告诉

记者,他们为这次旅行准备了不少物品,“除了之前买的烧烤用的东西,还从网上买了帐篷、躺椅、吊床、户外工兵铲、户外桌椅和防潮垫,为了一些食物还专门买了一个小的车载冰箱。”

记者在电商平台搜索发现,车载冰箱、车载电饭煲、车载气垫床等车载用品销量十分可观,一些商品的月销量已经过千,甚至接近一万。而在户外用品方面户外桌椅、帐篷及防潮垫等商品受到消费者青睐,从销量排名来看,一些商品都已月销过万。记者在商品评价中看到,不少消费者表示购买这些商品是为了外出游玩而准备,甚至有的消费者晒出了游玩时的图片。并且记者还发现,大部分的消费者是于近期购买的。

《“春季踏青”消费趋势》中显示,适用于外出出游的汽车类商品取得了较高的增长,如车载冰箱成交额环比增幅达302%,行车记录仪成交额环比增幅达167%,导航仪成交额环比增幅达241%,车载充电器和车载音响的成交额环比增幅也分别达到99%和86%。而户外装备中,野餐用品、帐篷、烧烤用具、便携桌椅床的成交额环比增幅分别

达到168%、109%、70%、320%。

未来需求呈现稳定态势

不难发现,各种车载用品、户外用品销量的暴涨,都是疫情得到控制后,消费者能够走出家门进行各种消费的结果。一定程度上是体现了疫情对抑制消费的影响,而未来优惠呈现出怎样的趋势呢?

上海文旅产业研究院执行院长李萌分析认为,这是补偿性的一种反弹到恢复性增长。“本身中国的旅游消费,每年都是一个快速增长的情况。疫情过后,是需要经过一段时间补偿性的反弹。”

乔光辉则表示,近郊游和周末户外休闲、家庭的郊游和野炊,户外踏青,这些旅游休闲活动在疫情期间以及疫情过后都会继续成为家庭出游活动的内容和方式。为了达到自驾游和户外活动更好的体验效果,一些自驾必备的仪器和设备,自然也就成为了必不可少的购买商品,比如车载冰箱、行车记录仪、车载音响等等。疫情期间以及2020年,对这些产品的需求会急速增长,一段时间之后,会呈现稳定需求态势。

吉林靖宇:培育“红色脊梁”助力打好脱贫攻坚战

本报记者 王春宝 □ 董建伟

吉林省靖宇县秉承“抓优质党建、促赶超超越”的核心理念,遵循“凝聚人才、服务企业、助推发展”的总体要求,探索推出一系列加强和改进非公党建的新方法、新措施,初步实现了党建工作与非公企业、社会组织发展有效融合、互促共赢。

筑牢“红色堡垒”培育“红色脊梁”

改变以往党建工作注重打造“盆景”、忽视构建“风景”的传统思维,紧扣“基础牢固”“全面过硬”两个关键,持续推动和壮大“两个覆盖”。

筑牢“红色堡垒”,扩大组织覆盖。探索实行每个非公企业和社会组织一个包保单位、一支帮扶队伍、一名党建指导员、一张党建服务卡的“四位一体”工作模式,深化实施“四段十法”党组织孵化流程,即在调查摸底、建档立卡、集中攻坚、巩固提升“四个阶段”,统筹派驻帮

建、园区领建、指导包建、行业统建、区域联建、商圈合建、党群共建、激励助建、典型引建、谈心促建10项组建方法,大力推进组织覆盖。目前,全县党的组织覆盖率和党建工作覆盖率分别达100%。

培育“红色脊梁”,强化队伍建设。发展壮大党员队伍,深入实施“火种计划”,在符合条件的非公企业和社会组织出资人、生产经营一线优秀职工、管理人员中培养发展党员60余名。注重“红色动力”,推进工作落实。坚持以激励保障推进非公党建标准化建设。建立财政投入、党费返还、税前列支“三位一体”经费保障体系。

在服务引领中不断扩大党组织凝聚力号召力充分运用“大党建”思维,充分发挥职能部门资源优势,充分调动和激发全县各单位的积极性、主动性,举全县之力为非公企业发展壮大注入强大红色动力。

服务融合,帮扶护航。不断延伸服务触角链条,让服务功能尽其广。实行

“一站式”服务,依托县非公党建指导服务中心建立。综合服务站和党建指导站,设立组织建设、政策咨询、法律援助、综合服务“四个”窗口,在全市率先公开招聘5名非公党建专员,推行一窗受理、一次办结服务。制定政策强化引领,整合县非公党工委成员单位108项涉企政策资源,累计编发《靖宇县非公企业和社会组织党建帮扶政策汇编》《靖宇营商环境》400余本。推行“下沉式”服务,开展非公党建需求大走访大调研,梳理建立22项服务清单,明确责任单位、责任人和完成时限。年初以来,累计为300余名企业职工提供网上登记、咨询答疑、集中宣讲等服务;为靖宇县跑山人特产商会等协调解决产品销售难题10余件,办实事好事100余件。

党建引领 助力打赢脱贫攻坚战

吉林省靖宇县紧紧围绕“抓党建促脱贫攻坚”总体思路,积极探索非公党建与脱贫攻坚工作结合点,探索实施

“三种模式”,最大限度将非公企业党的政治优势、组织优势转化为精准扶贫的强大动力,在打赢脱贫攻坚战中彰显党组织和党员作用。

项目带动模式,在产业发展上精准施策。充分发挥非公企业在市场经营、技术技能等方面优势,结合贫困村产业布局,采取“企业+贫困户”的模式,引导农业龙头企业与贫困户结成发展共同体。由企业提供技术指导,并以保底价收购果业或成品,有效化解贫困户经营风险,增加经济收入。吉林北佳林业科技开发有限公司等6个企业带动630户贫困户1800余人,发展蓝莓订单种植500余亩、黑果花楸种植700余亩、母鹅养殖2800余只,户均增收10000余元。

资源入股模式,在集体经济上精准施策。按照“宜工则工、宜商则商”的工作思路,有效发挥城郊村资源优势,注重“村”“企”协作,合力发展集体经济项目,全力增强贫困村“造血”功能。采取“企业+贫困户”模式,引导贫困村利用

集体闲置的荒地、荒山、房屋等资源,与企业参股或合作经营,盘活固定闲置资产,增加集体经济收入。靖宇镇保安村、靖安村等3个贫困村党组织分别以集体土地、空闲房屋等资源入股到靖宇县生态林业科技开发有限公司等非公企业,平均每年可实现集体经济收入30余万元。

公益帮扶模式,在扶贫助困上精准施策。组织开展“社会公益扶贫行”和“贫困村对口帮扶”工作,协调动员近100户企业以“一对一”、“一对多”的形式,与全县56个贫困村结成共建对子,助力抓好基础设施建设、就医等民生工程。吉林省兴宇路桥建设有限公司为4个贫困村700余户困难群众,修建桥梁涵洞10余座(个)、文化广场1600余平方米、围栏近6000延长米,提供款、物帮扶价值100余万元。吉林泉成律师事务所等社会组织累计深入一线开展法律援助、健康义诊20余期,受益群众900余人次。

审合市场监管局之窗

丰台市场监管局

“五原则”统筹食品安全监测工作

为全面提升丰台区食品流通环节的食品安全水平,及时预判、排查食品安全隐患,最大限度地预防、减轻、消除食品安全风险及危害,丰台区市场监管局食品流通科坚持五项原则统筹辖区食品流通环节食品安全监测工作:一是覆盖全面,突出重点。以与群众关系密切的、社会舆论高度关注的、问题反映集中的食品为主要抽检对象,同时涵盖其他类食品。二是均衡分布,整体监测。根据各街道、乡镇的食品销售经营者主体数量分布情况,合理安排各街道、乡镇的抽检地点和数量。三是点面结合,分级监管。按照风险度和历年监督抽检合格率情况对食品进行分级分类管理,增加“高风险”食品级重点地区的抽检频次,抽检数量和检测项目。四是科学严谨,强化标准。检测工作中抽样、检测、判定等具体事项都应严格执行国家标准、程序和规定。五是风险控制,执法联动。食品安全监测工作和风险控制应有机结合,加强高风险食品的有效控制,完善不合格食品追溯体系建设。

(张建树)