

## 螺蛳粉热卖

# “臭味”食物为何惹人“上头”



□ 本报实习记者 解磊

这两天,“螺蛳粉自由”登上社交媒体热搜榜,成为网络流行语。上个月,“我买的螺蛳粉怎么还没到货”同样在社交媒体刷屏。记者在某电商平台搜索“螺蛳粉”发现,某著名网红品牌螺蛳粉销售量已高达54万份,而且已经没有现货,记者询问客服人员得知,现在只能预售,发货要排到一个月之后了。数据显示,螺蛳粉日销量约为疫情前的2.8倍。

以臭闻名的螺蛳粉为何让人“上头”

螺蛳粉的臭是出了名的,家住北京市西城区的消费者葛先生告诉记者:“煮螺蛳粉的时候,满屋子都是不可描述的酸臭味,之前朋友让我吃的时候我是万分拒绝的,但是捏着鼻子吃了一口之后,就‘真香’了,从此欲罢

不能,让人‘上头’。”

明明是臭的食物为何能让人“上头”?美食博主李先生从科学的角度告诉了记者原因,辣味是一种痛觉,辣椒素和口腔内的痛觉神经受体蛋白结合刺激痛觉传导神经通路,大脑为了解缓这种痛觉刺激会分泌内啡肽,内啡肽的作用是止痛,“副作用”则是让人兴奋,这就是人为什么爱吃辣。人体没有合成维生素C的能力,需要从食物中获取,而酸和维生素C划上等号,所以人爱吃酸。鲜味的来源是各种游离氨基酸,氨基酸的来源则是肉类,所以人对鲜味的喜爱就是对肉类的喜爱。“臭”就是氨类物质在鼻内的嗅觉感受,但受氨基酸影响,人类的基因并没有极端排斥臭味,甚至会吧臭味和鲜美等同起来,很多情况下,对于我们的鼻子来说,香味与

臭味的区别并不在于气味分子本身,而是分子的浓度。所以当一种食物同时兼具“酸”“辣”“鲜”“臭”四种口味,就很难不让人“上头”了。

“三驾马车”推动螺蛳粉成为美食霸主

螺蛳粉的火爆也是有迹可循的,记者了解到,2010年,广西省柳州市选择螺蛳粉作为城市名片,柳州市政府制定了柳州螺蛳粉食品安全地方标准等一系列政策推动螺蛳粉产业升级并进行推广,2012年,《舌尖上的中国》将螺蛳粉带入了消费者的视线,三年后,得益于螺蛳粉袋装工艺的成熟,螺蛳粉从“线下”走到了“线上”。家住北京市丰台区的张女士告诉记者:“以前大郊亭桥底下有家螺蛳粉店,我经常去买,后来这家店搬到柳州改为网上销售了。”电商平台的数据显示,螺蛳粉的订单在十年内增长了9235倍。

美食博主李先生告诉记者:“螺蛳粉本身作为食物的优秀素质,加上极具视觉冲击力的产品卖相,天生就自带网红基因,互联网也喜欢特立独行的产品,这就让时代的味蕾和螺蛳粉不谋而合。在直播行业兴起的近几年,螺蛳粉也凭借极具穿透力和画面感的‘臭’,成为了美食博主们的吸粉利器,受他们影响,上亿消费者成为螺蛳粉的拥趸。螺蛳粉趁着网红经济迅速出圈,登上了电商平台美食霸主的宝座。”

可以说,当地政府的扶持推广,螺蛳粉自身的特质和互联网成为了螺蛳

粉产业飞速发展的“三驾马车”。柳州螺蛳粉协会会长倪铤阳预测今年柳州袋装螺蛳粉产值有望突破100亿大关。

疫情之后方便食品产业路在何方

最近这段日子里,不单是螺蛳粉,还有如自热火锅、酸辣粉、热干面、速冻食品等方便速食也在持续畅销。以传统速食方便为例,2月份以来,“方便面”热词在电商平台的搜索量就激增了200多倍。但随着复工复产后社会的正常运转,如何跟传统餐饮、外卖平台及同类竞品“抢生意”,如何满足日益挑剔、喜新厌旧的用户需求,将是方便食品厂商最头疼的事。业内人士表示,包括螺蛳粉在内的众多速食产品都需要在口味、营销上多下功夫。

业内人士告诉记者,近几年,方便速食食品企业都在集体“苦练内功”,纷纷提高自己的“内容质量”,形成了产业内的良性竞争环境。一个突出的成果,就是方便速食类走向了品类多元化、口味差异化。在超市货架或者电商平台上不难看出:从油炸面到非油炸面,从鸡精调料包扩充成荤素搭配的配菜调料包,更丰富、更健康、更高端。“干干的”“酸酸的”“臭臭的”……这些在味蕾上绽放不同滋味的产品,给予了消费者更多的选择空间,也满足了消费者日益多元化和差异化的需求。

柳州螺蛳粉协会会长倪铤阳表示,螺蛳粉争取在产品脱销缺货的窗口期“夯实产品品质、快速调整、加快迭代”,则是进一步赢得市场、做大做强关键。打铁还需自身硬。决定任何品牌竞争力的,始终是产品或服务。企业乃至产业能走多远,都在于产品自身,而这也是赢得消费者青睐的关键。那么,人无我有,人有我优,如果大家都很优秀了,自己就需要追求下一个创新与卓越了。



## 小天鹅超微净泡水魔方斩获2020艾普兰“优秀产品奖”

4月16日,素有“中国家电奥斯卡”之称的AWE2020艾普兰奖优秀产品奖在线发布。小天鹅超微净泡水魔方洗衣机TD100-14366W-MUDD一举斩获“优秀产品奖”。

此次由于疫情影响,AWE组委会只评选“AWE艾普兰优秀产品奖”,而非直接沿用6+1奖项体系。所评选出的优秀产品,无不是当前市场关注度高、有利于消费者应对疫情防控以及提升生活品质的优秀产品。

在此趋势下,小天鹅超微净泡水魔方洗衣机以其健康洗护的产品特点受到专业评审的一致好评。这款产品搭载独创的超微净泡发生器,通过专利技术,将水和空气转化为亿万级微纳米气泡,直击衣物纤维,带走洗涤剂残留,物理去渍,更少残留更健康。

此外,小天鹅超微净泡水魔方洗衣机还拥有众多领先黑科技。在呵护健康方面,从纳米银离子到高温抗菌除螨,营造健康洗涤环境;ACP抗菌门封圈,防霉抗菌,给人全方位防护。

在衣物洗护方面,冷水洗涤技术结合水魔方传统水流、揉搓水流以及澎湃水流,实现揉搓、摔打、挤压、冲刷等多种模式,带来更加洁净的洗衣效果。不仅如此,小天鹅超微净泡水魔方洗衣机还打破空间限制,用户通过手机下载美的美居APP,即可对洗衣机进行智能远程操控,再也不用担心被家务束缚。正是凭借对人体、对衣物的用心呵护,小天鹅超微净泡水魔方洗衣机最终从同类产品中脱颖而出,获得“优秀产品奖”殊荣。

AWE组委会负责人刘登表示,在这样一个特殊的时期,不管是家电企业还是消费

者,都需要一个具有公信力的奖项和标杆来引导和推动市场消费。一方面,疫情期间消费者对家电产品健康、除菌功能的关注度大幅提升,健康类家电品类的搜索量和销售量占比均出现显著增长。另一方面,家电企业也迫切希望将优质产品推荐给消费者,以帮助消费者应对疫情防控、提升生活品质。

本次小天鹅超微净泡水魔方洗衣机获得“优秀产品奖”,既是消费者对小天鹅品质的信赖,也是行业对小天鹅技术实力的充分肯定。这也用事实证明,能够给消费者带来切实利益的好产品,才能称为“优秀产品”。



## 春城热力:为民生改善筑牢根基 抓民生也是抓发展

本报记者 王春宝 □ 董建伟

吉林省春城热力股份有限公司(简称“春城热力”),是长春市热力(集团)有限责任公司控股的全世界首家也是唯一一家在香港上市的热力企业。

2019年,面对复杂多变的外部形势和日益激烈的市场竞争环境,春城热力坚持以质量和服务中心,以改革创新为动力,以节能环保为导向,大力发展“智能科技+清洁能源”供热产业模式,着力优化产业链生态环境,精心打造更具影响力的供热品牌。今年春城热力将重点围绕“新基建”的发展,谋划了一批具有引领性、带动性和标志性的智慧供热项目,为智慧城市建设按下了加速键。春城热力的供热服务质量稳步提升,建设、维护及设计服务规模不断扩大,经营业绩再创历史新高。

民生连着民心,民心关系国运。只有把人民放在心中最高的位置,从发展全局的高度看民生,才能更深刻地认识到,解决好人民群众普遍关心的突出问题,是践行新发展理念的重要支点,是深化供给侧结构性改革的重要抓手。破解民生热点难点,既是百姓受益的过程,也是创造新的增长点、提高增长潜力、推动经济发展的过程,是利国利民的好事。党中央之所以多次强调“抓民生也是抓发展”,其现实意义正在于此。春城热力在供热中,不断加大民生投入力度,着力提高民生保障水平,春城热力的一系列实实在在“硬核”举措,增强了人民的获得感,凝聚了人心,坚定了信心。

春城热力2019年业绩公告显示,截至2019年12月31日止年度的收入比2018年同期增长8.4%;净利润比2018年同期增长30.5%;每股盈利为人民币0.35元,比2018年同期增长20.7%。业绩增长的背后,是春城热力坚持智能化、多元化发展结出的硕果,是“新基建”加快智慧建设、补足传统供热短板的有效改善,同时也体现了政府的大力支持和百姓的高度认可,为吉林省供热企业创新发展起到了示范作用。

## 广发卡联合广东广电网络 为1400万家庭提供综合金融服务

近日,广发信用卡联合广东广电网络首次发行广发广东广电网络联名卡,进一步强化在媒体行业异业联盟的布局。该卡依托广东广电网络生态及广发信用卡移动支付平台,覆盖日常生活、金融消费等诸多场景,将为1400万家庭用户提供金融服务、影音娱乐、吃喝玩乐等多重权益。

如今,中国视频付费市场已进入亿级会员时代,调查显示7成以上观众有过线上付费观影经历。为满足消费者对影音娱乐和线上购物的需求,广发广东



“云计算”助推智慧供热

为民生改善筑牢根基,随着社会的飞速发展,科技的不断创新升级,春城热力不断加大技术研发能力,与清华同方、工大科雅深度合作,共同研发的智慧热网系统代表了国内供热行业智能控制管理的先进水平。该系统以智能科技代替传统人工,借助芯片传输、云计算实现了换热站的大数据收集与分析、供热参数远程调控等功能,将先进技术融入到供热生产中,彻底改变了传统供热模式,助推企业飞速发展。

如今的智慧热网系统已经进入了2.0时代,配合多热源联网系统,能够根据用热需求,精准调度大唐热电厂、华能热电厂、国电投热电五厂供热管网的热源,实现了热源相互备用、相互补充,以节能、高效、环保、安全的供热模式,向长春市主城区3950万平方米区域提供供热服务。

“云服务”点亮智慧生活

春城热力以行业领先的智能供热技术,打造舒适便捷的“智慧供热”全新体验,满足广大用户对于现代供热品质的实际需求,客户数量逐年增加,截止2019年底用户达到32万户。

民生无小事,枝叶总关情。在新冠肺炎疫情爆发期,公司全力以赴抗击疫情,每天500余人坚守在生产一线,提高热源输出温度提温供热不计成本,全力保障疫情期间居家用户温暖过冬。公司客户服务中心,实行供热期内24小时全天候服务机制,并利用微信群组、公告栏、海报条幅等渠道,随时与用户保持紧密沟通,以最专业的服务,全面满足广

大用户咨询、报修等诉求。公司积极优化用户“云服务”体验,持续升级微信、支付宝等便捷缴费模式,推出掌上智能客服微信小程序,增添了网络报修服务和视频维修指导服务,用户只需一部手机,便可轻松办理热费缴存、咨询报修及线上维修等业务,极致畅享“云服务”带来的创新智能服务体验,有效保障了疫情期间的社会稳定。

“新基建”带动传统基建

“新基建”的到来改变了传统基建发展模式,春城热力拥有完备的供热上下游产业链,在供热工程设计与施工过程中,全部采用高精度电子测量仪器,配合工业数据和行业参数,有效保证了工程建设的高效、节能及安全。此外,在管道安装方面,春城热力积极尝试在管网中加入防腐芯片,以提升供热管道的科技含量和使用寿命。通过数据中心传输及无人机探测,能够精准探查管道漏点,提高供热抢修效率,降低热量损失成本。

“新能源”推动清洁供热

春城热力积极响应国家号召,高度重视环境保护,加强环保设施建设,合理利用资源,有效进行废物、废水处理,确保环保水平符合国家标准。公司不断加大对热电联产供热规模,积极探索生物质能源供热技术,通过深度分析新能源供热技术,因地制宜开展最具成本优势的新能源供热模式,打好蓝天保卫战。未来,春城热力将秉承企业、社会和环境共同发展的理念,搭载“新基建”的快车,加速推动企业创新升级,用更加便捷的服务,助力城市发展,温暖春城百姓,让全面小康的梦想照进现实。

节目内容,是以视频传输为主业,以文化服务为特色的综合智能信息及融媒体服务提供高。同时,办理有线电视套餐的用户以家庭用户为主,此次双方合作,既是面向广东省内1400余万户家庭进行全方位的合作营销,也是广发信用卡营销进入社区、家庭场景的良机。

未来,双方还将在场景获客、创新金融、业务终端渗透等方面开展全方位合作,联合投入共同拓展用户,通过全业务整合营销覆盖精准客群,为用户提供更多元的综合服务。

## 开售1小时全网销量破10000台 TCL·XESS旋转智屏京东正式开售

4月13日晚八点,备受瞩目的全球首款“横竖都有新看法”的TCL·XESS旋转智屏在京东平台正式首发,B站、优酷、今日头条、花椒、一直播等平台同步直播。TCL实业控股CEO王成、TCL全球品牌代言人汤晶媚以及8位短视频达人共同揭开了TCL·XESS旋转智屏硬核黑科技的神秘面纱,从而开启了刷屏体验时代的到来。当晚,京东直播间在线观看直播人数高达83万人,点赞量高达145万,在晚九点正式开启购买通道后,直播现场达到高潮,短短1分钟,全网销售量破3000台,开售仅1小时,全网销量破10000台。

黑科技加持“家居美学”

从去年8月TCL发布此款新品后,“55英寸巨屏手机”、“没有开机广告的未来智屏”、“国内首款可旋转大屏”这一系列亮眼标签为TCL·XESS旋转智屏赚足了眼球。用“从里到外都蕴含着黑科技的身影”来形容TCL·XESS旋转智屏恐怕并不为过。

从外观来看,TCL·XESS旋转智屏以“家居美学”的艺术风格为设计理

念,是科技与家居艺术结合的全新突破。整机采用了屏幕和主机分离的设计架构,以纯粹的几何形态互相搭配,形成了独特的产品布局。而自动旋转的屏幕设计,打破了传统电视的固有形象,可以实现横竖屏两种形态的自由切换,让屏幕不再刻板单调。横屏时看似一台电视,竖过来则能更好的与手机屏幕关联,更适合显示短视频等相关内容,让人们不再拘泥于手机屏幕的方寸之间,以更大的视野来享受屏幕。摄像头巧妙隐藏在屏幕边框中,使用时自动升起,科技感十足,并配有单独控制的开关,可以更好的保护用户隐私。

从“内容”来看,TCL·XESS旋转智屏在画质、音质、配置、功能等方面正在突破传统大屏的界限。TCL·XESS旋转智屏不仅完整地配备了安桥HIFI音响、杜比全景声、杜比视界、原色高色域、魅丽珑调色芯片、Q画质引擎等优质的音画技术,并且还颠覆了传统的电视横屏形态:手机一摇就能实现屏幕从横到竖的AI自动旋转,其视觉效果更可达5.5英寸手机的100倍。此外,旋转智屏还加入了非常多样的场景内容,比如:摇摇屏、家庭便签、场

人视频通话等。这些创新应用也将再一次颠覆人们对大屏使用场景的想象。

新物种凸显“物联生态”

作为集创新性和科技感于一体的完美集合体,TCL·XESS旋转智屏的首秀可谓是“叫好又叫座”。这场堪称“综艺秀”的线上发布会吸引了众多网友的积极参与,仅“一直播”直播平台上观看人数就高达1600万,在京东、B站、优酷、抖音等平台总播放量突破1796万。

直播热销的背后,也引发了人们对TCL·XESS旋转智屏进一步的讨论:到底它是智能大屏,还是巨屏手机?但无论争论如何,TCL·XESS旋转智屏显然是“物联生态”时代的一个全新物种。

直播现场,拥有千万粉丝的抖音达人“大魔王吓”“科技公园”,与线上众多直播达人对TCL·XESS旋转智屏这款充满黑科技的全新物种进行了分享。人们可以体验到TCL·XESS旋转智屏玩游戏、看直播、刷剧、健身、上网课、通话的“横竖”新姿势等等丰富场景化的应用。

定位于智慧科技的TCL,出于对家庭全场景的理解,对未来的“物联生态”进行了提前布局。此次发售的TCL·XESS旋转智屏,在首创竖屏状态播放视频的同时,也提供了丰富的竖屏生态内容,支持用户愉快地观看UGC短视频、新闻资讯、图片等;在拓展了用户使用场景的同时,让TCL·XESS旋转智屏作为AI+IoT战略落地的重要组成部分,成为智慧家庭的核心入口,承担起连接全场景智慧生活的角色。

据悉,目前,TCL·XESS旋转智屏现已在全国线上平台同步开售,统一零售价5999元,超级新品首发限时立减700元,仅需5299元。

