



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

抓住消费观转变的新契机

商超、餐饮人气回归,实体消费逐步升温;“云直播”“宅经济”方兴未艾,线上消费生机勃勃;“地摊经济”“夜经济”繁荣起来,街头巷尾升起人间烟火气……

今年数据显示,社会消费品零售总额5月份同比名义下降2.8%,降幅再次收窄4.7个百分点,市场销售连续3个月好转。这表明,随着生产生活秩序逐步恢复,被抑制许久的消费需求正有序释放出来。然而经过疫情,人们的消费心理和观念也发生了改变,对经济社会发展将产生更加深远的影响,一些新的机遇诞生。

经历疫情冲击,不少人健康理念升级更新,愈加注重“健康消费”;实体

商店关门闭户,新型线上消费模式不断涌现,网上下单成为大众的消费习惯;更多年轻人重新审视自己的消费观,主动摒弃盲目攀比心理,回归理性消费……凡此种种,既反映出疫情对生活方式的影响,同时也折射出人们消费观念的嬗变。不久前复旦大学管理学院等机构联合发布的报告显示,消费者目前更倾向选择能够提供安心、健康、高品质、可持续性服务的商品。在某种程度上,一种更健康、理性、可持续的消费观念正逐渐形成。

近些年,随着物质生活水平不断提高,消费需求持续增长、规模不断扩大。人们的消费观念对“量”的追求日益转向对“质”的提升,对聚焦短期

满足转向重视长期实际需求,绿色消费、理性消费、可持续消费等消费趋势显现。疫情期间,人们重新审视生活的本质需求,这种新的消费观念也逐渐得到认可与巩固。正因如此,疫情缓解后消费稳步回升,但所谓“补偿性消费”并未汹涌而至;“努力存钱”成为很多人的理财计划,但升级类商品消费依然表现活跃。

消费观念的变化,会促进供给侧的创新和发展。“哪里有需求,哪里就有商机”。作为生产的最终目的和直接动力,消费偏好的改变,不仅能够推动企业转型升级,还有可能创造出一片新的蓝海。比如,为满足疫情期间的消费需求,“宅经济”“云生活”应运

而生。另外,消费者新诉求的实现也依赖于供给创新。只有供给侧同步发力,增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性,才能更好满足人们的消费偏好。正是在这个意义上,消费与生产如同一枚硬币的两面,二者相辅相成、相互促进。

在疫情防控中产生的新的消费观念和模式,也将随着疫情防控常态化而进一步巩固和发展,这对社会来说是一个新机遇。如何满足新的消费观念和模式,是下一步众多企业、商家需要思考的,也只有抓住了新机遇,才能抵御住疫情冲击,逆势上扬,活得更好。

(姜忠奇)

科学系统推进垃圾分类工作

垃圾分类,事关千家万户。习近平总书记强调:“实行垃圾分类,关系广大人民群众生活环境,关系节约使用资源,也是社会文明水平的一个重要体现。”对基层来说,做好垃圾分类工作,既是提高基层治理水平的重要抓手,又是升级垃圾处理系统的重要牵引,更是促进循环经济发展的重要契机。近年来,北京市朝阳区以创建生活垃圾分类示范片区为切入点,坚持目标导向、系统思维、科学谋划、循序渐进,有效推进了垃圾分类工作的开展。

推进垃圾分类工作,重在推动“全社会治理”,促进习惯养成。垃圾分类是一项长期、艰巨的社会系统工程,需要政府、单位、企业、居民、物业等利益相关方深度协同,形成治理合力。垃圾分类工作的启动期具有“攻坚战”的性质,需要政府发挥统筹作用,推动垃圾分类从行业管理向社会治理转变。朝阳区各级党委把垃圾分类纳入地区党建工作内容,形成了党建引领、居民自治、居委协调、物业参与“四位一体”的工作格局。区政府及下属各街乡分别成立了垃圾分类工作领导小组,完善制度规范、协调部门联动、深入社区基层,通过人性化服务带动精细化管理,提高垃圾分类的社会参与度和精准投放率。

推进垃圾分类工作,难在建立“全分类体系”,加强科学管理。垃圾分类是一个复杂的系统工程,从分类投放、分类收集到分类运输、分类处理,环环相扣,缺一不可。健全垃圾分类全过程管理系统,应补齐短板,通过垃圾管理对策前移来促进源头减量,规范中间分类收运以杜绝混装混运,完善终端处理设施以增强终端处理能力。为此,朝阳区首先确定了“三降三升”的总目标,即降低垃圾的源头产生量、中间清运量和最终处理量,提升可回收物回收量、厨余垃圾利用量和有害垃圾处置量;根据总目标制定了可量化的多级评价指标,并以此为导向,通过完善政策措施、提升技术能力、布局垃圾处理设施,逐步完善全品类全流程的垃圾分类体系。

推进垃圾分类工作,关键在于打通“全产业链条”,形成长效机制。垃圾分类是准公共物品,必须通过政府“有形之手”和市场“无形之手”同向发力,打通垃圾分类和资源回收之间的全产业链条。换言之,垃圾分类既是一种环保活动,也是一种经济活动;既要环保目标,也要符合经济规律。政府需要引导企业,围绕垃圾管理的全流程,根据自身的比较优势,结合服务区域的特点,投入到上游的分类投放、中游的分类收运、下游的分类处理等商业领域。朝阳区的探索和实践表明,打通全产业链条不但有利于实现再生资源回收产业的规模化经营和可持续发展,而且有利于通过反哺机制降低垃圾分类和处理的成本。目前,垃圾收运、厨余垃圾处理等领域存在巨大的应用市场和提升空间,企业创新与产业的培育、发展和升级还有待同步推进。

今年5月1日,修订后的《北京市生活垃圾管理条例》正式实施,标志着北京市的垃圾分类步入了法治化、系统化、常态化轨道。以此为契,科学统筹、集聚力,久久为功地抓下去,确保垃圾分类工作落地落实,就能让良好生态环境成为人民幸福生活的增长点。

制造变智造 企业加速跑

改造升级后,江苏常州智能车间产值提高约70%

4年时间,超过6000家企业用上云平台,实施智能化改造,建设省级智能车间100个、市级智能车间243个。这样的智能转型速度,来自江苏常州。常州实现高速度智能转型的奥秘是什么?以龙头企业为主导,形成供给、应用同步发展,推动产业智能化转型。”常州市工信局有关负责人一语道破。

抽样调查数据显示,企业智能化改造后,智能车间产值提高约70%,单位产值成本下降约20%,单位产值用工下降约50%。常州的智能制造发展模式有何特点?龙头企业怎样带动上下游企业共同走上智能发展之路?

裂变式推广,全套服务带动发展

走进宿迁市沭阳县新东旭纺织科技有限公司经编车间,300多台智能经编机在数据指令下,有条不紊地运行着。大功率转速的机器,传来有规律的轰鸣声。近期,每天都有100多吨的坯布从这里生产出来,运送到下游企业和世界各地。“幸亏我们进行了智能化改造,相比普通车间,只需要一半左右操作工,疫情防控期间的生产没有受到过多影响。”公司负责人陈云说。

“建厂之初,我们只有22台传统经编机,发展到今天已有300台智能设备。我们的快速发展源自常州龙头企业五洋纺机有限公司的带动。”陈云说。

新东旭与五洋纺机结缘于2012年。“当时,管理水平低,一个工人只能看管一台机器。”陈云回忆,五洋纺机进行升级改造,在普通纺机上加装了智能设备,产能和质量都大幅度提升,管理人员坐在办公室就能看到每台机器的运行情况,“我们也决心这么做。”

于是,新东旭组织技术人员来到五洋纺机学习,着手进行经编智能化生产项目改造。在对方工程师的指导下,他们从原料采购入手,到面料、服装加工生产经营,最终形成全面信息化管理。

五洋纺机在智能化改造方面的优势何在?记者看到,最新一代经编机上

均有可视化屏幕,清晰显示着各种参数并可进行调整。工作人员介绍,软件的配置、操作系统的应用,属于数字化、“傻瓜”式的,便于学习和操作。这种“连机器带软件”的全套销售服务模式,已推广到国内2000多家企业、国外40多个国家和地区。

说到智能化升级后的企业发展,陈云很满意:“工人劳动强度大幅降低,还减少了原料库存率,企业效益显著提高!”

这种智能制造细胞裂变式推广模式还在持续。自2018年新东旭经编车间被宿迁市工信局批准为智能车间以来,通过经验交流、人员培训等手段,企业所学经验已与当地及周边的同行业厂家分享。在沭阳,以新东旭公司为龙头,集聚了20多家中小企业的针织产业园已初具规模。

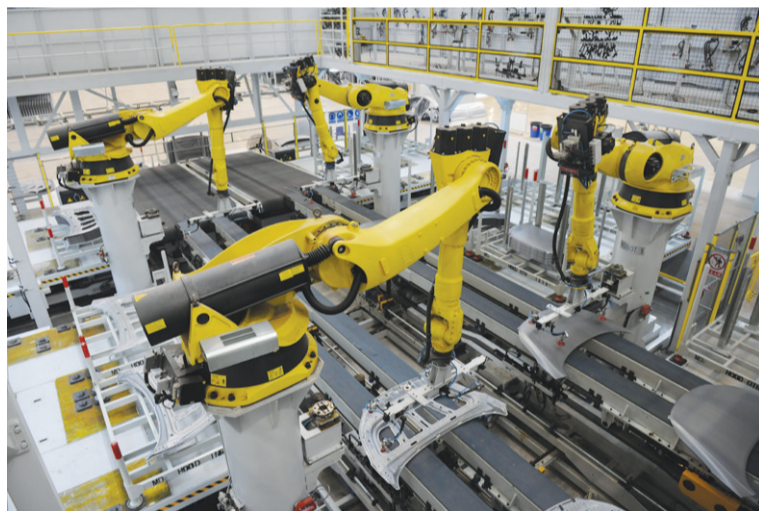
合作研发,上下游协同转型

作为一家研制、生产、销售汽车车灯的专业厂家,常州星宇车灯股份有限公司与配套供应商合作、互补研发,助力供应商一起闯市场。“当前,我国车灯生产数字化、信息化管理系统相对落后,生产效率较低、质量不稳定,无法满足客户对产品性能和质量的要求。”谈到投身智能制造的原因,公司技术专家潘明清告诉记者。

转型意愿迫切,如何转型成为摆在企业面前的重要课题。星宇的选择是合作研发、协同转型。

伟通工业设备(江苏)有限公司是星宇的设备供应商,刚开始主要给星宇供应生产线传送链。“灯具涂装线技术是汽车车灯的核心工艺,但其主要的防雾涂装设备几乎被外国公司垄断,不仅价格昂贵,售后服务也难以及时跟进。”潘明清说。

凭借对车灯工艺技术的认识和理解,星宇与伟通公司开始共同研发灯具涂装线。经过5年共同努力,在接连攻克了涂装效果评估、系统集成技术研发等难题后,伟通公司掌握了涂装线的关键技术,开始给星宇等业内客户提



供配套先进设备。

如今,走进伟通承建的自动化生产车间,几乎看不到操作工。11台各种型号的六轴机器人,挥舞着灵巧的机械手,在不同的工位上进行搬运、涂装、去毛边等工作,每一道工序环环相扣。

“伴随着星宇生产规模的不断扩大,我们也取得了快速发展。在原先半自动的涂装线基础上又进行技术改造,于2018年研发出全自动涂装线。”伟通公司副总经理徐志刚说,目前,每一道工序都能实现远程在线监控,每一个数据都有总服务器搜集分析,自己在办公室的大屏幕上可以实时了解最新情况。

信息联动,有效利用剩余产能

达讯电器是常州市一家从事塑料件加工的小型企业,有十几台设备,年销售额在300万—500万元。2017年以来,业务总量开始下降,而且订单越来越不稳定。“订单多时,需要工人倒班干活,运营不算顺畅。”总经理宋立说。

如何破解产能利用不充分难题?一次偶然的契机,宋立看到隔壁厂的车间主任在使用一款名叫“工业矩阵”的手机应用。通过这款应用,不仅能看到自己厂内设备的运行情况,还能根据周边设备的产能高低,相互介绍订

单。宋立非常感兴趣,联系了应用服务商天正工业发展股份有限公司,将厂内所有设备都连入了网络。

“我们引进了天正工业关于智能化改造和大数据采集的先进技术,采购了安装在机器上的数据采集设备,手机端就可以读取所有设备的信息,清楚了解运作状况。”宋立介绍。

设备联网之后,宋立突然发现很多原来模糊的信息一下子清晰起来:过去,厂里的十几台设备,每天有效工作时长也就4个小时左右;设备联网后,根据每台设备的实际数据,工序和排班得以调整,效率提高近20%。

这样的效率提升源自天正工业的“生产力征信”模型,该模型以设备运行数据为基础,从生产力的角度为企业画像。不仅能给中小微企业提供智能化改造建议,还能描述企业的信用状况,提供融资依据。

“平台通过数据分析,能挖掘出企业在技术和服务上的需求,有效解决了产学研过程中研发机构和工业企业信息不对称的问题,帮助中小企业进行智能化改造。”天正工业董事长张群昊说。

现在,宋立的工厂每天热火朝天。“最近又接了10多笔订单,有效利用了厂里剩余产能。从来没想到,我们这样的小企业也能走上智能化之路。”

中国今年快递业务收入有望超8600亿元 年中快递业迎来小高峰

据国家邮政局统计,5月中国快递业务量完成73.8亿件,同比增长41%,快递业务收入同比增长25%。快递业在疫情后期逆势增长,业务量增速超40%,创2018年2月以来新高,快递业复工复产快于预期,好于预期。有相关专家认为,时令农产品集中上市,电商直播热潮以及年中促销活动,是推动快递业务创新的重要原因。

服务农村促增长

年初以来,电商和物流行业为各地农产品销售提供了重要帮助。同时,对乡村新业务的挖掘也带动快递物流业迎来新的增长点。

百世快递在防疫期间推出“农产品优行”助农项目,为全国30余个地区的农产品提供销售渠道和运输便利,收获了大量运输订单。该助农项目收益已超4300万元。

5月以来,大批农产品集中上市,时令水果、蔬菜、鲜花等需求旺盛,物流需求也随之激增。

德邦快递近日与南航签约樱桃业务包机项目。为了让果农安心、消费者省心,德邦把快递代收点开到果园内,通过定制水果标签、采用吸水纸、保鲜冰袋等来保证果品新鲜,以包机、空陆联运、陆运直发等方式大幅提升运输时效。面对海南大量热带水果的寄递需求,中通快递开通了海口直发上海、杭州、济南等近20个城市的冷链专线运输通道,助力当地果农和商家复工复产。

业内人士称,当前中国消费模式正加速转型,疫情防控期间积压的大量消费需求在线上释放,快递业发展的动能得到进一步增强。随着快递网络覆盖率不断提升,服务质量不断优化,末端投递方式日益多元,网络消费的体验也大幅提升。

借力直播抢机遇

伴随直播带货风潮的兴起,今年“五一”期间,电商直播场次和直播商品数量同比分别增长1倍和4.7倍,促进了消费市场升温,也让快递物流业受益。

艾媒咨询数据显示,预计2020年中国直播电商行业的总规模同比将翻一番,超过9000亿元,将带来更大的快递需求。国家邮政局预计2020年快递业务量将超740亿件,快递业务收入超

8690亿元。物流行业也在积极探索直播带货。中通快递近日携手知名演员直播带货,助力地方特色农产品的销售。此前,中通董事长赖梅松在中通云仓现场直播,销售总额达1500万元。

京东物流通过开展直播带货,带动合作商家订单量的增长。据统计,京东近日为烟台樱桃在中通云仓现场直播,产出近2万单订单,交易额近百万元。

而针对直播电商商家遇到的发货难、揽件慢等问题,近日,中通快递特别推出了面向直播电商的“五重保障”,从揽件、收货、供应链金融、客服保障、物流追踪五个部分对服务质量作出承诺,为直播电商保驾护航,提供更具针对性的服务。

年中促销业务忙

多种多样的购物节点点燃了消费热情,为经济注入更多活力,也拉动快递业高速增长。

商务部、工信部、国家邮政局等日前联合举办“双品网购节”,参加的平台及企业达109家,不仅有“小而美”的网络品牌,也有中华老字号、优质家电产品等,带动实物商品网络零售额逾3800亿元。

为应对年中电商促销活动带来的物流高峰,快递物流业“各显神通”,纷纷采取多种措施。

据顺丰速运相关负责人介绍,年中促销期间单日业务量最大增幅超过150%,收件压力集中在华东、华南等地区。该负责人表示:“为保障业务高峰期的服务,顺丰通过智能仓储、智能终端、智能语音、智能地图等科技手段,实施全流程智能化管理和实时监控,提高运营效率与质量。同时,顺丰还根据不同快件的时效需求分别搭建了运营网络,实现差异化保障。”

为了让消费者更早收到网购的产品,申通快递推出年中促销预售极速达项目,从3月起就开始了筹备。大促期间,预售订单的下沉中心集中设置在山东、河南、湖南、四川、重庆等地。据该项目负责人透露,通过预售极速达,6月1日尾款支付后的订单,次日达签收率可达96%。

交通运输部推进交通运输与旅游体育产业融合

日前,为促进消费扩容提质,推动形成强大国内市场,交通运输部印发了《关于做好交通运输促进消费扩容提质有关工作的通知》,提出要改善交通基础设施条件,激发消费潜力;提升交通运输服务质量,服务消费升级;推进交通运输跨业融合,培育新消费;营造放心的交通运输消费环境,提升消费满意度。

通知提出,推进交通运输与旅游体育产业融合。加强高速公路与景区交通的衔接,在高速公路规划、建设中

充分考虑与重点景区道路的连接,完善交通引导标识设置。推动高速公路服务区因地制宜拓展旅游、消费等功能,结合地域特色配套房车车位、加气站、新能源汽车充电桩等设施。鼓励创建以交通资源为特色的自主品牌体育赛事活动。

通知要求,鼓励各类互联网平台和市场主体参与交通、旅游服务大数据产品及增值服务开发,以移动互联网为载体,为公众提供多样化出行、旅游、体育赛事等综合信息服务。

为规范校外培训机构服务行为,推动化解校外培训收费纠纷,日前,教育部和市场监管总局联合印发《中小学生校外培训服务合同(示范文本)》(以下简称《培训合同(示范文本)》)。

校外培训有了标准合同

《培训合同(示范文本)》为行业首个全国性示范文本,共11条,充分考虑了中小学生在参加校外培训过程中,各环节必须明确的当事人双方责、权、利关系,涵盖了培训项目、培训要求、争议处理等内容,尤其对培训收费及违约责任作出了详细规定,旨在

有效规范培训合同当事人签约、履约行为,从根本上保障当事人的合法权益。

两部部署各地,要充分认识到推行《培训合同(示范文本)》的重要意

义,采取多种措施引导合同当事人使用《培训合同(示范文本)》。同时,要求各地加强政策宣传解读,使当事人特别是中小学生家长能够更加充分了解关于规范校外培训的法律法规和政策,提高学生家长的防范意识和鉴别能力,理性签订培训服务合同。