

“国潮”风起 “短路经济”能否赋能中国品牌？

□ 本报记者 王洋

37岁的上海日用品品牌“蜂花”也许做梦都没有想到，自己会因为网友担心其倒闭而被送上热搜。从其微博、抖音和淘宝直播间内可以看到，“蜂花”在收到不少消费者关心的同时，销售额也迎来了明显的跃升——仅11月13日当天的GMV就达到1039.6万，占到其半个月来总GMV中的89.6%。甚至有媒体抛出了“蜂花是否是下一个鸿星尔克”的论调。

抛开一夜爆红的“鸿星尔克”和“蜂花”，其实，对于我国大部分的中小型制造企业来说，尽管它们有生产、设计和研发能力，但勤勤恳恳为大品牌代工挣辛苦钱依旧是其“主营”业务。而随着我国经济进入双循环发展新阶段，以C2M模式（短路经济）将更好地赋能中国制造，为我国制造业转型升级找到新出路。

“国潮”仅仅是催化剂

据《百度2021国潮骄傲搜索大数据》报告显示，“国潮”在过去10年关注度上涨528%，2021年国货品牌关注度达到洋货品牌的3倍。手机、服饰、汽车、美妆、食品、家电依次成为国货关注度增长最快的六大品类。

有专家表示，“国潮”兴起并非偶然，而是有着鲜明的时代背景——我国经济发展到一定阶段、民众消费观

念转变、大国崛起背景下文化自信提升、制造创新能力提高等原因共同引发的。由我国经济实力、人均消费水平和文化自信提升做基础，政府、媒体、企业以及消费者都成为了催热“国潮”的驱动力。

而随着新国货理念深入人心，一些国产品牌单纯打着“国潮”旗号却缺乏自主创新的浮躁行为也露出水面，形成了生拼硬凑、蹭热度的乱象。以最受“国潮”产生化学反应的美妆行业为例，前不久某主打民族风的国货品牌“双11”销量大幅下跌，“换汤不换药”“价格高却没提升品质”等成为消费者吐槽的重点。此外，在电商平台上搜索“中国风口红”，即可看到上千件相关产品，涉国产品牌达数十个，但在设计上却大同小异——仅在口红外观或唇膏膏体加入了仙鹤图案或云纹浮雕等中国元素。更收获了消费者“不看品牌商标，几乎看不出它们有何不同”的评价。

笔者以为，“国潮”热对我国制造业是重大利好，如果国产品牌或中小企业能够把握好机会，将会为它们提供一次逆袭。但同时值得注意的，“国潮”的利好是有条件的，它仅仅是催化剂——仅能改变反应物的化学反应速率而不改变化学平衡。而企业真正的平衡是品牌和产品质量过硬、拥有自主知识产权。蹭热度、抄袭以及粗制滥造的“伪国潮”产品必将遭到淘汰。

C2M因势利导赋能中国品牌

当消费者越来越理性，国产品牌靠情怀与营销获得的“一夜暴富”如何才能持续为“夜夜暴富”；如何让“国潮”真正赋能中国品牌和文化，避免浮躁喧哗甚至造成资源浪费，成为值得我们思考的问题。

归根结底，制造型企业还是要在消费末端为消费者提供有价值的产品，在供应链端积极转型升级。

即便是“蜂花”和“鸿星尔克”这样的老国货，出圈也只是偶然。纵观我国大部分制造企业，它们的名字依旧不为人所知，受困于没有自己的品牌，即便拥有生产、设计和研发能力，却只能靠大牌做代工，挣辛苦钱。在国际经济形势与逐步升高的贸易壁垒的背景下，国内制造业产能过剩的问题愈发突出，令更多的中小制造企业面临严峻考验。

今年6月，国务院发布关于支持出口产品转内销的实施意见，帮助外贸企业纾困，鼓励外贸企业拓展销售渠道，促进国内消费提质升级。在此背景下，必要商城为代表的C2M平台，通过提供线上销售渠道、营销支持、新品研发建议、数字化改造赋能工厂为主要方向，促进制造业供需匹配，助力国内制造产业升级。

那么，C2M概念到底是什么？又为何吸引各大平台纷纷入局？

笔者了解到，C2M是英文“用户直

连制造”的缩写，这一模式是最早由必要商城提出并实践。作为新型的工业互联网电子商务的商业模式，又被称为“短路经济”，即短路掉库存、物流、总销、分销等一切可以短路掉的中间环节，砍掉了包括库存在内的所有不必要的成本，让用户以超低价购买到超高品质的产品，同时让中国高端制造业直接面对用户需求。

C2M模式下，消费者直接通过平台下单，工厂接收消费者的个性化需求订单，然后根据需求设计、采购、生产、发货。从消费者角度看，这种模式为其去掉了中间层层加价的环节，让他们只花买“大牌”费用的零头，就能买到相同品质的产品；从工厂角度看，制造企业按需求生产，用户先下单，工厂再生产，能做到“无单不生产”，从而杜绝浪费，消除“库存顽疾”。基于企业成本控制得当，从而降低产品价格。除此之外，C2M模式能够将消费者的数据及时反馈给制造商，通过数据分析，反哺制造商快速迭代产品、升级制造工艺，有助于制造企业成功打造自主品牌。

为了保障品质，以必要商城为代表的C2M平台对合作工厂有着严格的筛选机制，并设立多项考察标准。笔者以为，随着越来越多的平台入局C2M，会相关工厂和企业提供更多机会，同时形成C2M相关的电商之间的竞争，帮助促进行业健康发展，有利于整体经济上升。

每个年龄层对于零食的偏好都有自己的标签，而逐渐成长为零食主力消费人群的“Z世代”更是“旗帜鲜明”。近期，咪哩咪哩联合尼尔森IQ发布的《食品饮料行业Z世代人群洞察白皮书》显示，颜值控、好零卡、爱“国潮”成了年轻消费者主流的“零食观”。

买零食像“进货”

“草莓球还有两盒，鸡爪吃完了，要补充点。”趁着周末，95后蒋云洲和女友小柯一起盘点了家里的零食“库存”。小柯是个“零食狂人”，平时家里零食、水果不能断，还专门在公司弄了个存零食的柜子。

“一般我们都会先在社交平台或者电商平台看好好吃的东西，批量买回来，两个人买一分消化掉。”蒋云洲说，他们购买的频次不定，什么东西吃完了就进新货，喜欢论“批”买，价格更实惠些。饼干、糖果、坚果、饮料、速食、膨化食品、卤制小食都有。“我们的婚房正在装修，专门设计了一个储藏室用来存放零食。”

“在抖音上看到那种流蜜的柠檬蜂蜜水，马上下单了，尽管价格不便宜。不过，因为是健康饮品，所以想尝尝。”蒋云洲表示，他平均每个月会花费六七百元买零食和饮料。

无独有偶，在宁波工程学院上大二的女生欢欢表示，她每个月在零食上至少要花费350元。

“我会在网上买零食大礼包，周末

出门看到喜欢的也会买。”欢欢说，她对那些颜值高的零食特别喜欢，有时候也会为精美的包装去购买。

热衷“种草”和“拔草”

除愿意安排一定比例的“零食专项资金”，“Z世代”的零食消费倾向也有明显的标签。

鼓楼步行街是宁波“Z世代”出没的核心区之一，这里很多餐饮店、便利店、小吃店的主流消费人群就是20岁左右的年轻人。

“我们店里的顾客，差不多有七成以上是“Z世代”。”罗森鼓楼店店长胡慧林在接受采访时表示，相比70后、80后消费者的中规中矩，“Z世代”们的消费偏向明显。

“三四十岁的消费者，购买饮品时就是冲着单品去的。但“Z世代”会同时购买好几样，然后混搭在一起DIY出一份新的饮品。例如，他们会购买一份明治牛奶、东方树叶的普洱茶，再加一份布丁，把三者混合成一份布丁奶茶。或者在甜辣炒年糕里加一份蟹棒。”胡慧林说，这种个性化的“创作”在年轻人的社交圈里特别火。

容易被小红书、抖音等平台“种草”，是这一群体的消费特点。

颜值控、好零卡、爱“国潮”

年轻消费者这些零食消费观你知道吗？

“网上流行的爆款，在实体店就会卖得很好。特别是一些面对女性消费者推出的甜品、棒冰等，来打卡的人很多，有些被炒火的网红产品甚至出现被集体代购的情况。”胡慧林说，店里的饼皮月亮蛋糕、珍珠奶茶味冰面包、葡萄冰杯等商品，都是需要经常补货的爆款。

“节假日，店里的休息区经常爆满，很多年轻人会一边堂食，一边发圈安利。”胡慧林表示，店里受欢迎的商品集中在10元左右，这与年轻群体的人均可支配收入相关。

在零食连锁店“老婆大人”里可以看到，年轻消费群体同样占据了店里客流的大半。一名正在铺货的工作人员表示，小姑娘们对于那些包装精致、热量低的小零食最喜欢，比如魔芋、海苔卷、一品蛋酥、鸡爪、鱿鱼丝等。

线上“种草”线下“拔草”也很流行。两位带着清单来采购的女生表示，清单是从大众点评和小红书上综合得出的。“我们寝室大概半个月会集中买一次，每次每个人预算五六百元。”

年轻人的消费观鲜明

作为当下社会的新生力量，“Z世代”是新消费浪潮中最不容忽视的一

个消费群体。他们勇于表达观点，在品牌挑选上追求自我身份认同，拥有独立个性的身份标签，拒绝被定义。

《食品饮料行业Z世代人群洞察白皮书》显示，在“Z世代”的观念中，消费是个性表达、社交谈资、悦己犒赏的多元体现。他们还注重消费质量、注重个性化体验，并且乐于体验新品。

作为“国潮风”的掀起和参与者，他们对于“国潮”品牌的偏好比较明显。受访者中，有71%的“Z世代”消费者偏好中国本土化元素。最近3个月，54%的受访者购买过国产新兴或网红饮料品牌，其中78%在过去一年内增加了此类品牌的购买频次。

他们对于新品类和品牌的接受程度更高，消费现制奶茶茶饮、气泡水、果味水等新兴饮品细分品类的比例显著高于非“Z世代”群体。

而对于零脂零卡的追求，也是“Z世代”的标志。京东超市携手keep发布的《Z世代健康食品消费趋势报告》显示，低脂低卡食品深受年轻消费者喜爱，“双11”期间，低脂低卡食品新品实现近20倍增长。

面对年轻消费群体这一潜力股，行业已经开始做好为他们量身调整产品线的准备。（东南商报）

《智能交通》正式出版发行

12月2日，《智能交通：影响人类未来10—40年的重大变革》一书（以下简称《智能交通》）由人民出版社出版。该书是国内首部系统阐述中国智能交通发展现状和前景的专著，立体化、全方位分析了智能交通“中国模式”，助力高水平科技自立自强和交通强国建设。

《智能交通》作者为百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏、中国科学技术协会主席万钢、中国科学院院士白春礼、中国工程院院士潘云鹤作序。全书共33万字，分为12章节，涵盖智能交通主要领域，包括智能交通运营、智能信控、智慧停车、车路协同、智慧高速、智能汽车和自动驾驶、地图、MaaS出行即服务、智能交通与碳中和、人机混合时代等。

该书首次系统性地提出中国智能交通领域六大创新理念和模式，即智能交通运营新模式、车路协同自动驾驶、自适应的智能信控系统、L4级以上高级别自动驾驶的技术难点与突破、MaaS出行即服务模式、地图ETA通行时间智能预估和预约出行。

该书还对智能交通的未来做了预测：由新技术、新理念、新模式构建的智能交通系统，有望降低90%交通安全事故等。

李彦宏表示，我国有着领先的科技人才红利，有着丰富的人工智能应用场景，有着无可比拟的良好政策环境，中国智能交通建设必将走在世界前列。本书既是对百度8年多来深耕智能交通领域积累的总结，更是对智能交通的未来展望。

日前，以“塑料回收和再生的黄金时刻”为主题的第25届中国塑料回收和再生大会举办，太太乐塑料软包装智能回收项目荣获创新回收模式的金苹果奖。金苹果奖旨在表彰国内为行业进步、创新、环保做出努力和改变的企业，提升中国企业可回收塑料产品、技术、人物在全球的影响力。此次获奖是对太太乐秉承环保减塑理念，以引领创新为支撑，走可持续发展之路的充分肯定与鼓励。

此次太太乐获奖项目为更好地

解决日常生活中产生的低值塑料废弃物的回收利用难题，提供了一个可广泛借鉴的创新模式。即通过智能回收机加持回收项目荣获创新回收模式的金苹果奖。金苹果奖旨在表彰国内为行业进步、创新、环保做出努力和改变的企业，提升中国企业可回收塑料产品、技术、人物在全球的影响力。此次获奖是对太太乐秉承环保减塑理念，以引领创新为支撑，走可持续发展之路的充分肯定与鼓励。

可持续发展是当今社会的重要议题，推进可持续发展是解决各类全球性问题的根本之策。作为调味品行业的领军品牌之一，太太乐也在可

持续发展的探索中力争前列，支持碳中和目标在行业的落地。据了解，继斩获金苹果奖后，太太乐又在第十一届中国公益节中获得2021年度责任品牌奖，并通过了由卓越职场®研究机构颁发的“卓越职场认证”®大陆地区机构认证。该项认证对太太乐卓越的公司文化以及“太太乐，让生活更美好”这一企业愿景的落实给予了充分的肯定。太太乐所获得的各种奖项及认证，均表明了其在调味品行业乃至整个食品行业中的标杆和引领示范作用。

生活中常见现象背后的原理，还层层深入，将知识点落到物理公式上。他通过第一宇宙速度、第二宇宙速度、库仑定律、简谐运动等，层层递进，逐步演算，得出了瑞利散射、单摆、物理摆、理想气体状态公式。课后，网友还可通过“直播白板”复习，也有“课代表”将每堂课的笔记，发布在搜狐新闻客户端“关注流”上，便于网友查漏补缺。

计算出马斯克的飞船和中国空间站每日绕地飞行的圈数；第三、四课的内容则一脉相承，和“振动”相关，科普了可见光的基本知识，解释了早中晚太阳颜色不一样的原因，以及天空呈现蓝色的秘密。第五、六课，则引发了关于音速和温度的大讨论。第七节课则重温19世纪“经典力学遭遇的第一次窘境”，带领网友首次触摸量子力学。

《张朝阳的物理课》不仅解释了

重温“经典力学遭遇的第一次窘境”

《张朝阳的物理课》第七期开讲

11月28日12时，搜狐创始人、董事局主席兼CEO张朝阳坐镇搜狐视频直播间，通过对双原子气体的理想气体方程、KT与气压和内能关系的演算，带领网友重温“经典力学的第一次窘境”，科普了“两朵乌云”，由此引入20世纪相对论和量子力学的概念。

自11月5日开始，《张朝阳的物理课》已直播七期。在第一、第二课中，张朝阳科普了“力”和“速度”，并现场

全球疫情反复，人们每天在室内的时间占全天时间的80%以上。对此，中国工程院院士钟南山呼吁关注室内空气健康，他表示，全社会应该扎实推进室内空气净化器行业标准化规范化建设。

近日，“关注室内环境·构建全民防疫人类命运共同体”高峰论坛举办，论坛将防疫健康焦点关注到室内环境。钟南山院士建言空气净化行业需标准化。在论坛上，天猫、中国室内空气净化品牌集群、奥维云网联合发布《空气净化行业洞察白皮书》（以下简称“白皮书”），关注室内环境净化设备，探索空气净化行业发展新趋势。

钟南山院士在该会上表示，目前我国空气净化器市场参差不齐的验收标准、价格等都不利于行业发展，也不利于消费者正确了解室内环境、行业动态。这需要全社会扎实推进标准化规范化建设。

随着经济发展与消费水平提高，室内空气净化器成为不少消费者的居家必备。每年进入秋冬季节，天猫上的空气净化器都会迎来销售高峰。在今年“双11”期间，优质空净榜单浏览量同比增长超200%。

根据奥维云网天猫平台监测数据，2020年11月至2021年11月，空气净化器品牌数量从234家下降至222家。市场竞争加剧，投机品牌逐步被淘汰，品牌质量得以提升。

《白皮书》显示，在空净市场鱼龙混杂状况逐步改善的情况下，产品结构和用户结构也在发生变化，并出现一些新的趋势。

产品趋势方面，除了颜值越来越高，空气净化器的产品性能越来越专业化、精细化，比如降低运行声音，强化消杀病毒。功能也更加复合。有的空气净化器与茶几跨界组合，增加实用性；有的则和扫地机组合，实现移动净化。

针对使用场景的多元化，出现了不同的空净产品。有适用个人使用的空气净化器，比如烟灰缸净化器，减少二手烟的扩散。也有特定空间的空净产品，比如车载空净、冰箱除味器等。

此外，智能化也成为空气净化器发展新趋势。部分品牌空气净化器通过连接智能中控，实现语音控制，在线监测室内环境、滤芯更换提醒等功能，推动产品智能化，完善全屋智能产品联动。

据悉，目前空气净化器与不同场景的家电实现互联互通，APP联网渗透率已达75%。比如，厨房油烟机一启动，净化器同时开启，让消费者在做饭时也能保持空气清新。（央广网）

声音

整治教育乱收费要搭起一条看得见的“高压线”

根治乱收费顽疾，的确非朝夕之功。

治理教育乱收费，必须保障教育经费，教育各项投入，严格落实普惠性民办幼儿园财政补助标准，以及义务教育阶段民办学校生均公用经费补助等，从源头铲除这些乱收费项目得以“巧立名目”的借口。针对隐蔽性强的新特点，需要明确收费项目，强化收费公开，做到“未经公示，不得收费”，通过清晰的红线，明确哪些费用可以收，哪些费用不可以收，让教育收费置于阳光之下。同时也要畅通投诉举报渠道，对群众反映的问题及时响应、认真核实，对发现的问题严格查处，提高乱收费的违规成本。四川省此前就出台了“十条禁令”，明确禁止“强制学生购买平板电脑或教育APP”。

很多教育乱收费行为的背后可能已经涉及腐败。一些学校领导、教师，违背了教书育人的初心，忽视了教育的公益性原则，玷污了教育育人的高尚使命，与企业形成利益共同体，利用教育资源谋取私利。

一方面，不仅要继续强化师德师风建设，严格规范教师从教行为，形成廉洁自律的良好氛围，另一方面，更要加大对乱收费行为的查处力度，日常监督与定期检查同时展开，一经查证，必须严惩。严格执行“收支两条线”的管理规定，加强对教育收费资金的管理与监督，严禁账外设账、私设“小金库”和公款私存，斩断乱收费的利益链条。更要强化问责机制，对收费管理责任履行不力的相关负责人追责到底，搭起一条看得见的“高压线”，保持对教育乱收费治理和打击的高压态势，营造风清气正的育人环境。（人民网）

丰台区市场监管局之窗

丰台区多措并举推动药店“四类药品”购买信息全流程闭环管理

为充分发挥药店疫情防控“哨点”作用，购买“四类药品”的实名信息登记工作数据横传流转，信息闭环管理到位，丰台区市场监管局抓住信息流转关键环节，全流程做好信息闭环管理工作。一是小程序添加新功能，解决“上游”信息登记不全问题。“药登记”小程序增加全区药店选药功能，对每日5000余条购药信息迅速匹配，药店登记信息情况一目了然。重点督导检查上报数据为零的药店，区分停业、不经营四类药品和四类药品不登记的药店三种情形，对登记四类药品不规范的药店责令停业。二是明确发热等信息报送途径，建立紧急响应机制。对购药人或代买人购药时出现发热等11种症状，药店通过流行病学史综合研判，停止销售“四类药品”，立即向其居住的社区进行报告，引导至全区17家发热门诊就医。三是优化信息闭环流程，加强购药人健康随访力度。积极与区卫健委紧密配合，建立街镇联络员共享机制，由丰台区市场防疫组制作《零售药店销售“四类药品”信息闭环管理流程图》，明确部门职责，建立街镇核实回访、社区管控、重点排查三类日报制度，优化对购药人随访分类处理流程。（张悦）

太康县人民法院关于豫PL1418路政发现牌汽车的拍卖公告 河南省太康县人民法院将于2021年12月16日10时至2021年12月17日10时止（延时除外）在河南省太康县人民法院司法拍卖网上（网址：http://sf.taobao.com，户名：太康县人民法院）进行公开拍卖：豫PL1418路政发现牌汽车。起拍价：321160元，保证金：50000元，增价幅度：2000元。
太康县人民法院关于太康县高贤乡南北街聚源鑫房产拍卖的公告 河南省太康县人民法院将于2022年1月1日10时至2022年1月2日10时止（延时除外）在河南省太康县人民法院司法拍卖网上（网址：http://sf.taobao.com，户名：太康县人民法院）进行公开拍卖：河南省太康县高贤乡南北街聚源鑫房产13号楼06号商铺一套。起拍价：468427.5元，保证金：50000元，增价幅度：2000元。
太康县人民法院关于太康县毛庄镇行政村房产拍卖的公告 河南省太康县人民法院将于2022年1月1日10时至2022年1月2日10时止（延时除外）在河南省太康县人民法院司法拍卖网上（网址：http://sf.taobao.com，户名：太康县人民法院）进行公开拍卖：河南省太康县毛庄镇行政村房产一套。起拍价：893500元，保证金：100000元，增价幅度：2000元。
太康县人民法院关于郑州市水文化区文化路1号路南瀚宇广场拍卖的公告 河南省太康县人民法院将于2022年1月1日10时至2022年1月2日10时止（延时除外）在河南省太康县人民法院司法拍卖网上（网址：http://sf.taobao.com，户名：太康县人民法院）进行公开拍卖：河南省郑州市水文化区文化路1号路南瀚宇广场A座1号楼1单元17层1724号。起拍价：1991171.3元，保证金：200000元，增价幅度：5000元。
法院公告 河南省叶县曹店乡高底村大张南组守军：本院受理原告曹立诉原审被告曹守军一案，于2021年11月15日公开开庭审理（2021）豫1103民初4346号民间借贷纠纷案。原告曹立诉讼请求：1、判令被告曹守军偿还借款本金10000元，利息（自起诉之日起按6%日利率计算，逾期利息按罚息利率计算，可在公告期满后15日内向本院提出书面异议及副本，上诉于河南省叶县人民法院。逾期将发生法律效力。 河南省漯河市郾城区人民