

保暖服饰持续增长,取暖小家电走俏,火锅市场也热了……

寒风吹热保暖市场

阅读提示

随着冬季的到来,与“保暖”相关的商品销量大增。今年“双十一”销售数据显示,运动羽绒服销量同比上涨108%。除了家用取暖设备走俏,“办公室御寒神器”逐渐成为保暖消费新趋势。各式火锅食材、火锅底料也进入销售旺季。

是更多网友的赞同。天眼查专利数据显示,与“保暖”相关的专利申请超万项,其中保暖内衣有990余项,保暖羽绒服也有100余项。今年,军大衣也颇受年轻人追捧,“不是羽绒服买不起,而是军大衣更有性价比”。400多元置办一件纯羊毛、皮毛一体军大衣,不仅抗风保暖全齐活,还省钱。而冲锋衣内里或加绒或加棉,既保留了中年人士的风度,更保证了温度。

白天穿暖和了,晚上也要睡得暖。在睡眠保暖方面,降温让被类爆发尤为明显。今年天猫主推鹅系冬眠新体验,鹅羽绒被订单同比增长迅猛。相关数据显示,某品牌鹅羽绒被在“双十一”开门红阶段,累计成交近3万条,销售额超过5000万元。

取暖小家电走俏

逛一逛卖场,消费者就能发现无论是专门电器卖场,还是包罗万象的超级市场,取暖电器设备都在显眼位置,暖风机不断吹出暖风,“小太阳”不停转动,展示升温效果。油汀式取暖器和踢脚线取暖器主打“省电”,“碾压地暖房”。据现场专业销售人员介绍,受气温因素影响,近期取暖家电销售骤升,每天都有不少消费者来卖场对比取暖器的功能后,购

火锅市场也热了

屋外寒风凛冽,屋内热气腾腾。在寒冷的天气吃上一顿火锅,可是太幸福了!入冬降温后,各式火锅食材、火锅底料也进入销售旺季,各大超市开始整活“火锅节”,在超市的食材销售区,鱼丸、肉丸、蛋饺、肉卷等火锅必

市场观潮

本报记者 赵昂

今年“双十一”,农村电商成为黑马,农产品销量同比增长明显,一些农产品同比增长超过100%。

商务部等九部门联合发布的《县域商业三年行动计划(2023-2025年)》就表示,要进一步推动供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行,力争到2025年建立县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。天眼查数据也显示,我国新增农村电商企业增速明显,今年1-10月新增注册企业与2022年同比上涨29.2%。

事实上,在电商平台出现的早期,商品多以服装、电子产品等为主,这是因为这些商品便于运输且无需担心腐坏变质。而今,大量农产品得以通过电商平台销售,与基础设施的提升和物流成本的降低不无关系,不仅农户接入了互联网,而且跨省的冷链快速运输让农产品可以在保鲜期内送达消费终端。

不过,这些外部环境的变化,只是说明了农村电商有发展条件,并不代表农村电商具有竞争优势。要知道,线下的农产品零售网点距离消费者居住地并不远,且很多消费者早已习惯线下购买农产品,那么消费者为何要上网购买呢?更何况,农产品本来就存在同质化现象,如何从林林总总的商铺中脱颖而出,获得销量呢?

换言之,农村电商不是只把农产品“搬到网上”就万事大吉了,线上销售只是整个农村电商产业链中的一环。对于农村电商的相关企业而言,需要提升包括供应链、服务链等在内的农村电商完整产业链条的竞争力,并以此推动产业转型升级。

构建这样的产业链条并非从零开始,而是要利用好农村现有资源,并将其有效盘活整合。农户和合作社作为生产端,其生产经营原本是分散式的,需要将分散的农户整合起来,挖掘好“土特产”资源,提高农户、合作社的积极性和创造性,并实现企业与农户、合作社之间的密切协作。

在利用好农村现有资源的同时,相关企业也要发展好农村电商品牌。在培育电商相关人才、提升网络关注度的同时,逐步实现网络流量的有效转化,实现变“流量”为“销量”,拓宽农产品营销渠道。在这一过程中,要着眼于农产品营销的特点,立足于“小而美”而非“大而全”。

其实,在发展农村电商的过程中,相关县域生产资源、物流资源和商业资源也可以得到有效整合和提升,整个产业链也将带动大量就业。而如何将资源更好地整合和利用,形成抱团合力,打造县域层级的电商品牌,考验着各地从业者的智慧。

做强农村电商需提升产业链扩大服务面

“页岩气立体开发”行业标准发布

本报讯(记者张坤通讯员黄慧刘猛)记者日前从江汉油田研究院获悉,由中国石化江汉油田牵头制定的《页岩气开发调整方案编制技术要求》行业标准于近日获国家能源局批准发布,并将于2024年4月11日实施。该标准是国内首个针对页岩气立体开发的行业标准,将有效助力我国实现页岩气的持续高效开发,保障国家能源安全。

近年来,随着页岩气陆续实现大规模开发,一些页岩气陆续进入产量全面递减阶段。为持续推动页岩气高效开发,立体开发基于地质工程双甜点优选、立足一次部署、整体动用,制定针对性开发技术政策,建立配套优快钻井、精准分段压裂和采气技术,针对单套厚层页岩或多套叠置页岩,纵向上分成多套开发层系,在多维空间改造形成“人工气藏”,实现页岩气开发的储量动用率、采收率、收益率最大化。该标准主要由10个部分构成,在编撰的过程中,主要参考国内首个进行页岩气立体开发的涪陵气田的经验,以及长宁-威远等不同地质开发条件页岩气田的开发调整经验,最终形成了一套科学规范、具有较强操作性和推广性的页岩气立体开发调整行业标准编制规范和流程,将有效指导页岩气持续高效开发。

天津市安全标准化观摩交流活动举行

本报讯(记者刘静通讯员温馨)日前,为全面提高天津市建设工程安全文明施工综合管理水平,以示范引领、创建精品工程为目标,天津市建设工程安全标准化交流活动举行。中建五局嘉里中心二期项目作为天津市标杆典型进行观摩交流,来自中铁建工、山西建工、天津二建等数十家企业的200多名企业代表参加了本次观摩交流活动。

据悉,该项目聚焦标准化工序,构建“标准+智慧+技术”相结合的管理模式,通过定型化电梯井防护平台,装配式电梯井操作平台、自提升式电梯井内模等实现设施设备标准化、智能化、智慧化实施现场设置了智慧化展区、VR安全体验馆,智慧工地云平台、AI智能视频监控、AI全高点巡检机器人、智能预警螺母、钢丝绳监测系统、青钢安全培训官系统、塔吊检测到位系统,塔吊吊钩可视化、防碰撞系统等并在智慧化展区集中展示。同时,项目积极应用BIM技术,坚持BIM应用落地,保障施工安全,为构建绿色工地创造良好的工作环境。

青海一项目获净零碳建筑认证

本报讯(记者那生祥)近日,中国绿发投资集团有限公司青海分公司海西州多能互补控中心零碳建筑示范项目,荣获国际独立第三方检测、检验和认证机构——德国莱茵TüV大中华区携手英国建筑研究院净零碳建筑认证全国首个新能源项目。

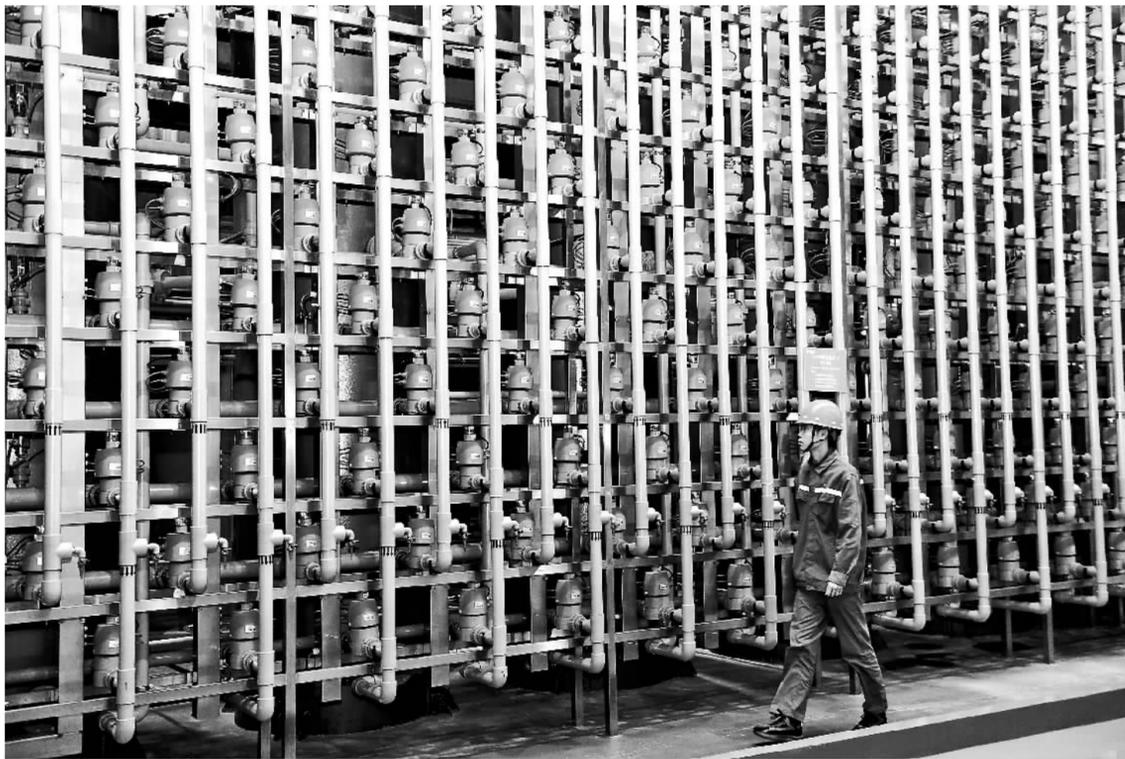
海西州多能互补控中心零碳建筑示范项目位于格尔木市东出口光伏园区内,建筑外形呈屋顶土体围护结构,由接待展示区、办公区和生活区3个功能区组成,总用地面积1.47万平方米,总建筑面积6943平方米,是中国绿发海西州多能互补集成优化国家示范工程的“中央控制室”。2022年,该项目荣获中国西北地区首个净零碳建筑卓越级认证,受到行业内外的关注和认可。该项目以“适用、经济、绿色、节能、健康、智慧”为建设理念,以零碳建筑、绿色建筑为设计宗旨,通过在建筑屋顶安装高效率单晶硅光伏组件,逆变器输出直接接入建筑配电系统,实现自给自足。此外,该项目所在的中国绿发海西州多能互补集成优化国家示范工程,是国内首个集“风、光、热、储、调、荷”于一体的多能互补科技创新项目,填补了国内“风光热储调荷”智能调度的技术空白,持续推动光热发电、储能技术的创新应用。

“链上发力” 赋能县域经济发展

11月26日,在山东香驰健康生物科技有限公司,工作人员在巡查生产线。

山东省滨州市博兴县按照“沿链聚合、打造生态”的产业组织理念,加快整体“强链”、高端“补链”、跨界“延链”,“链上发力”赋能县域经济“强筋健骨”。经过多年发展,博兴县已培育形成粮油食品加工、金属板材、商用厨具、石油化工等主导产业。今年前三季度,博兴县实现规上工业总产值1198.26亿元。

新华社发(郭绪雷摄)



微短剧火热能否持续?

本报记者 李国

近期,一款名为《蛋蛋!我被美女包围了!》的游戏火爆,刚上线好评率就达92.51%,更是连日登顶steam中国区畅销榜首。“真人互动游戏持续发酵,在资本市场掀起了轩然大波,因其游戏+情景微短剧的设定,使得传媒短剧类公司站上了风口浪尖。”业内人士日前对记者说。

前不久,国内首个聚焦微短剧的行业大会在杭州召开。会上透露,2022年全国微短剧市场规模在100多亿元,2023年微短剧规模将突破300亿元。今年1-9月通过网络备案的中微短剧约3000部。叠加后续行业市场渗透率进一步提升,预计微短剧市场明年有望达到500亿元以上的市场规模。

微短剧赛道究竟有多火?

当前,国内全平台的付费微短剧,每日充值消费已经在6000万元左右。据《2023中国网络视听发展研究报告》数据,最近半年内,我国超10亿的短视频用户中,有50.4%看过3分钟以内的微短剧、微综艺、泡面番。快节奏、高密度、夸张的剧情,是微短剧的最大特征,同时也是其吸金的法宝。天眼查数据显示,全国现存微短剧相关企业230余家,其中2023年1-10月新增注册企业30余家,与2022年同比上涨225%。

此前,小程序微短剧“以小博大”,数十万元投入撬动千万元甚至上亿元流水。短视频博主原创微短剧《逃离大英博物馆》全网热播,成为现象级微短剧作品。据字节监测数据显示,付费微短剧年充值流水达180多亿

元,其中不乏爆款。线上微短剧热闹非凡,线下同样当仁不让,重庆推出的剧本娱乐数字地图,6条线路让玩家尽情体验到不同“人生”的剧本游戏。“互动真人剧是融合微短剧和游戏的一种创新尝试,其出圈背后是细分娱乐需求体验的深度挖掘!”重庆文化娱乐行业协会会长曾礼说,目前重庆市剧本娱乐经营场所超过500家。涌现出“剧本+酒店”“剧本+旅游”“剧本+科技”等多种全新体验式文娱消费新模式。

国庆期间,重庆潼南旅游集团推出《青染·双江》沉浸式剧本杀活动,成为“文旅+剧本演艺”“文旅+情境互动”的全新尝试。记者现场看到,剧本杀让“看景”变“入景”,迎来源玩法、身份、服道化等6大维度的全面升级,对于高阶玩家,烧脑之余还可以有集章解锁更多玩法。

温泉十二金钗系列微短剧《温度》,由重庆巴南区文旅委推出,不仅通过腾讯视频、抖音、微博等传播渠道,进行全平台播放和推广。同时,还联合航空公司,在机上视频播放系统上线,让游客旅途中就能感受重庆的“温度”。

纷纷布局微短剧业务

近年来,微短剧市场呈现出爆炸性的增长,也让许多影视企业看到了商机。近日,多家上市公司密集表态,积极布局微短剧业务,探索一系列“短剧+”新业态。

“如今,微短剧是资本眼里可批量生产、高复购的好生意。”中信建投分析师杨文莉

说,一部数十万元成本的微短剧最多能撬动十倍百倍收入。

短平快的微短剧,也成为地方政府在影视产业实现弯道超车的机遇。承办杭州微短剧大会的临平区相关负责人表示,临平将全力搭建微短剧上下游产业链。投资近1亿元的“临影厂”则是临平发力微短剧赛道的一张“王牌”。

参与投建“临影厂”的杭州在水一芳影视公司董事长周伟成表示,企业在两年前就关注到了微短剧这一新兴模式,认定其具备相当的市场潜力,并最终决定以搭建平台的方式作为切入点,正式涉足微短剧赛道。

据西南证券分析师刘言的研报,一部收入在500万元~5000万元的微短剧,IP方和编剧可获得5万元~100万元的利润,拍摄方则可获得20万元~200万元的利润。就成本而言,微短剧制作平均几十万元到100万元,显著低于传统影视剧。

沉浸式微短剧《重庆·1949》自启动公演以来,不仅口碑爆棚,演出更是一票难求。除了剧场演出外,剧院还向已购票的观众推出了限时免费真人沉浸剧本杀(请回答1949),让观众更多体验到沉浸式演出的魅力。

“我们做过统计,‘00后’‘90后’占了我们观影群体的一半以上,70%的观众年龄在35岁以下,符合我们的预期和设想。”投资方重庆兴亚控股集团董事长宋晓平说。

短剧+游戏到底能走多远

在微短剧行业持续火爆,玩家不断入局的同时,微短剧赛道竞争加剧,创作题材失衡严重,版权不清晰、内容同质化等问题也不容忽视,微短剧行业挑战与机遇并存。