

# 寻找“国潮”蝶变的密码

本报评论员 吴迪

土品牌消费市场,也展示出文化产业发展的多种可能性。

“国潮”好物立潮头,未来的成长空间值得期待。有报道显示,近年来,“国潮”关键词在网络上的搜索量不断攀升,与“国潮”相关的服饰等商品销售额更是以惊人速度在增长,甚至个别品牌的多种商品出现一货难求的现象。而这只是众多“国潮”品牌崛起的缩影。

同时,我们也应看到,还有相当一部分老牌国货正在经历艰难求生、发展的考验,“全国尚在运营的老字号品牌约3000家左右,但人们心心念念的老字号品牌甚至不超过20个”。据报道,有的老字号商家不把心思放在提升产品质量与消费体验上,以高傲、冷漠姿态对待消费者,口碑一路下滑;有的产品质量良莠不齐,甚至利用“国潮”的热度生产劣质产品,影响了国货声誉;一些品牌躲在老字号“护身符”下,一味沉浸于讲故事、拼情怀,产品及服务没有实质创新。

无疑,寻找“国潮”蝶变、生生不息的密码,对于更多老牌国货谋求新生,有着重要的

借鉴意义。

比如,紧跟时代潮流,以不断创新赢得市场。“国潮”多有着共同的“得分点”——新、奇、特。“新”体现在创意新、产品新、营销新等,产品及服务充满潮流流感,契合年轻消费群体的喜好;“奇”是改变消费体验,推陈出新,像冷饮与考古携手、服装与影视IP联名等;“特”是在差异化竞争中拿出自己的“杀手铜”,诸如口感、观感、触感等更加追求多元化、个性化。

在“酒香也怕巷子深”的当下,主动拥抱消费趋势、深度开发IP,是很多“国潮”焕发生命力的重要因素。以某品牌服饰为例,早年的产品只在性价比上占据优势,如今,将消费群体喜欢的体育、刺绣、汉字等元素作为主打IP,配合限量、直播、团购等营销方式,已经成长为业界翘楚。多年前,“埋头生产、等待上门”是很多企业的常态,如今,精准对接市场需求、“出海”开辟市场等成了制胜法宝。

还有,可靠的质量与优良的体验才是“王道”。“守得住经典,当得了网红”需要给“温情

牌”“旧时光”等情怀坚实的依托,让情感共鸣能落到实处——注重产品质量,不断改善消费体验,否则,往往会让消费者产生“买椟还珠”之感。

说到底,国货的生命力与竞争力,根本在于品质与创新。在竞争激烈、注重消费体验的当下,国货要赢得生机,在挖掘本土文化、讲好品牌故事的同时,把握消费市场的脉搏,加快转型升级,用品质说话,才是至关重要的。这是老品牌蝶变的密码,也是新品牌闯市场、谋发展、立潮头的关键。

我国是世界上唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家,高端新兴产业蓬勃发展,传统制造业不断升级改造,产品质量、生产工艺、管理水平与技术水平不断提升……以这样的产业基础和体量为根基,期待借“国潮热”的契机,有更多企业和品牌能够顺势而为、推陈出新,打造更亮眼的国货创新发展业绩,为消费者提供更加丰富多元的商品与服务,进一步提升消费者对国货的信心,让中国品牌成长为人们心目中的世界潮牌。

责任编辑：韩韬超  
E-mail:grrbpb@sina.com

下午 3:52

工人日报

工人日报

网评

龚先生

给耳朵注射玻尿酸等针剂,实现“招风耳”效果,达到显脸小目的——一个名为“精灵耳”的整形项目冲上热搜。“原来就是‘招风耳’换了个名字而已!”

爱美之心人皆有之。但是,一些人对美的追求正在走向极端和畸形。整形市场长期缺乏有效规范、监管乏力,某种程度上让整形乱象借助网络不断扩大影响。脚踏实地,凭实力说话,才是一切竞争中最靠得住的。社会风尚尚在,审美标准也会与时俱进。然而,当畸形审美观给社会造成潜在负面影响时,就必须警惕。

网友跟帖——

@老么:心地善良比什么都美!

@五味子:我们急需一股正能量的审美浪潮。

阅读全文请扫码  
“工人日报e网评”

## 公布不良反应数据有多重积极意义

冯海宁

中国疾控中心近日发布我国新冠疫苗接种不良反应监测情况。2020年12月15日至2021年4月30日,31个省、自治区、直辖市以及新疆生产建设兵团报告接种新冠病毒疫苗2.65亿剂次,报告预防接种不良反应31434例,报告发生率为11.86/10万剂次。我国新冠病毒疫苗的一般反应、异常反应发生率均低于2019年我国其他各类疫苗的平均报告水平。

对疫苗预防接种不良反应进行监测,一次性公布近5个月的监测结果,反映出职能部门对公众知情权的尊重、对疫苗接种工作的审慎和重视,以及对国产品苗质量的自信。这对于做好今后包括疫苗接种在内的相关疫情防控工作,必要且重要。

接种疫苗是预防新冠疫情的有效手段。为了让公众顺利接种新冠疫苗,各地以多种方式进行科普和宣传,同时优化服务方式和细节,施行多点位、就近接种,收效显著。截至5月28日,全国疫苗接种剂次已超6亿剂次,但这与建立群体免疫屏障,尚有距离。要想加快实现这一目标,相关部门还需多一些耐心、多一些举措。

时下,仍有一部分人接种意愿不高,原因之一便是担忧疫苗的安全性,担心出现严重不良反应。如今上述监测结果的公开无疑有助于进一步消除担忧和顾虑,提升接种意愿,进而提升接种率,促进群体免疫屏障早日建立。某种角度上说,这种公开透明、开诚布公的态度和方式更有说服力。

同时,上述监测结果可以进一步提升国际、国内对国疫苗的信心,有助于国际社会和国内公众对疫苗整体安全性有更全面的了解。

此外,中国疾控中心对不良反应监测结果进行了全面解读,这有利于公众准确理解、消除误读,从而对疫苗、对相关工作有更科学、理性的认知,这种做法同样值得肯定。

公布疫苗不良反应监测信息可谓多赢之举。钟南山院士日前指出,到今年年底,我国新冠疫苗的覆盖率能够达到80%。人们期待,公开透明的信息发布助力这一目标早日实现。



图说

## “怀旧消费”

去张贴着“小虎队”怀旧海报的饭店就餐、吃着带着童年记忆的“小淘气”……据《新晚报》报道,时下,不少“中年儿童”比孩子还盼过“六一”,而当怀旧不再只是一种情怀,一些商家也不断推出新的营销手段,他们利用这些商品与消费者的回忆“对接”,通过唤醒消费者的记忆激发其购买欲。

小到零食、日用品,大到复古商店、景点,老物件、旧场景,当怀旧物品成为新时尚,消费似乎变得更加顺理成章。怀旧经济,本质上追求的还是那份情感共鸣,说白了是一种感情消费,但感情消费不等于感情用事,有些“中年儿童”动辄花费数万元购买老物件,有的商家以远高于成本的价格售卖相关商品,这些行为已然令怀旧情怀变了味。如何为旧时物件融入现实元素、提高怀旧格调,或许是商家更应用力之处。

李法明/图 弓长/文

## 野象群一路逛吃,人象冲突如何化解?

胡建兵

据新华社报道,5月29日晚,原本栖息在云南西双版纳的一群野生亚洲象,一路逛吃、北迁,迁徙近500公里,几乎跨越了半个云南省后,进入玉溪市红塔区境内,离昆明城区已不到100公里。40余天里,该象群共肇事400多起,直接破坏农作物达842亩,初估直接经济损失近680万元,对当地群众的生产生活造成影响。

1972年,亚洲象就被世界野生动物保护组织列为一级保护濒危动物。生态好转,吉象归来,然而人象“混居”的状态逐渐加大了人象冲突的风险。野生亚洲象迁徙过程中,给沿途各地造成了巨大经济损失,但截至目前,尚未有更有有效的措施能够阻止这种侵扰。

我国的野生亚洲象,主要分布在云南西双版纳傣族自治州。近年来,随着保护力度不断加大,亚洲象种群数量已从上世纪70年代的100头增加到目前的300多头,地区分布也有进一步扩大的趋势。

然而,一些问题随之出现,最突出的就是野象损坏庄稼、伤害人畜,人象冲突加剧,许多村寨的村民闻象色变。虽然我国《野生动物保护法》明确,野生动物肇事由当地政府补偿,但现实中通过州县市筹措资金难度很大,百姓拿到的补偿费往往不足以弥补实际损失。

面对野生象的频频干扰,许多地方的村民不得不想办法减少损失。有的村民在高树上搭瞭望哨,用于观察野象出没,并采取敲锣打鼓、放鞭炮等方式驱赶;有的地方挖了“防象沟”;有的架上电围栏,防止野象进村。这些措施效果有限,且难以长久,还浪费了不少人力物力和财力。一些村民甚至对亚洲象产

生了厌恶、恐惧情绪。

解决人象冲突,既要保障野生动物的生存,又要防止野生动物对人类的侵害。

作为管理部门,一方面要加强对野生动物生存区域的保护,坚持合理开发的原则。通过做好防火防盗、防止乱砍乱伐、防止滥捕滥杀工作,形成人与野生动物之间的“楚河汉界”;另一方面要完善野生动物侵害救助具体细则,让相关损失和纠纷得到及时、妥善的处理。

同时,可以考虑在保护区内建立食物源,通过人工种植亚洲象喜食的植物,吸引亚洲象到基地取食;调整受野象侵害较重的村寨的种植结构,减少象群对其它村寨农作物的侵害;积极寻找更合适的安置点,把保护区内部及周边的寨子搬迁出来,尽量扩大野象栖息地的范围。

但愿类似的人象冲突早日得到化解,人与动物能够和谐共生。

同中有“霸王条款”,可能会被市场监督管理部门单处或者并处警告、3万元以下罚款;如果双方对合同理解各执一词,应作出有利于消费者的解释。

此外,如果经营者跑路,需一次性返还余额;“预付费”将由存管银行制定接入标准统一监管,等等。

可以说,围绕预付式消费事前、事中、事后环节,征求意见稿构建起了全流程预付式消费监管闭环,形成了政府监管、银行托管、商家守规、消费者监督“四位一体”的监管制约模式,这有望压制住商家的任性,堵住其打擦边球的路径。

当然,鉴于一些消费者维权难的问题,建议相关部门引入法律援助机制,通过集体诉讼、消费公益诉讼和惩罚性赔偿等,进一步维护消费者的合法权益。期待上述条款的出台,能够助力消费者权益的保护,助力更规范有序的消费行为和交易、竞争,也为其他地方带来更多可供借鉴的经验。

## 媒体声音

### ◇消除名校光环,打破职业偏见

“清华、保姆阿姨、35K、管家”。日前,家政公司在网上发布了一位名校毕业生的求职信息,随后,“清华毕业做家政是人才浪费吗”的话题登上热搜。

澎湃新闻评论说,清华毕业生选择做家政,外界不应戴着有色眼镜,予以过多评判。网络对于此类话题的热议,一方面说明了需要对名校毕业生祛魅化。每当人们对名校的想象与现实中的情况不符,往往会引发舆论争议。另一方面,这也说明了当今职业选择的多元性。消除名校光环,打破职业偏见,方能实现职业的自由选择,获得职业的幸福感和满足感。

### ◇飞机上闯舱追星,疯上天了?

近日,一架由杭州飞往北京的航班在落地滑行时,有不少人起身从后舱向前冲跑,秩序混乱。原来是前舱坐着某位偶像明星,粉丝在机上疯狂追星。

人民日报客户端评论认为,飞机落地安全并且滑行完毕后,乘客才可解开安全带,这是众所周知的常识。人身安全和公共秩序无小事。没有造成伤害固然值得庆幸,但要提前预防这种潜在的伤害。对这种不顾底线的非理性追星行为,绝不能等闲视之。追星是个人自由,但绝不能不顾公共秩序和他人权益。文明理性追星,应是一个合格粉丝的基本操守。

### ◇论文“降重”成生意,排雷还是埋雷?

又是一年毕业季,对毕业生来说,论文通过是一急。为防止抄袭等学术不端行为,很多高校将重复率作为论文审核的一道硬杠杠。于是,一些商家推出有偿“降重”服务,有的一天能接150单,生意兴隆。

新华社评论指出,“降重”是把重复内容改头换面,而当枪手的很多是高校老师。这就需要高校加强监管,杜绝老师参与其中。提供渠道的电商平台也难辞其咎。执法部门不妨主动作为,铲除此类毒瘤。毕业论文是毕业生获得学位必须翻过的山,靠“外挂”通过,保不准哪天就会“爆雷”。(嘉潮整理)