

从露营徒步到围炉冰茶,从在自然中探寻内心到享受舒适居家环境——

“氛围感经济”解锁消费新场景

扩内需促消费在行动

本报记者 时姗姗

邀上好友体验围炉冰茶,享受精致的露营、潇洒的旅行,回归温暖的居家环境……近年来,大众消费逐渐呈现出更加在意自我、关注内心世界的特征,氛围感、情绪价值和内心舒适度日渐成为消费体验中的重要指标。

今年以来,氛围怡情成为撬动消费增长的一个新支点。消费者不断追求沉浸立体的氛围感,商家大胆创新搭建各种情境空间,供给侧与需求侧合力推动之下,“氛围感经济”正不断解锁出各种新的消费场景。

追求氛围感成新趋势

一壶热气腾腾的暖茶在炭火的炙烤中沸腾,上下翻动的茶叶缓缓舒展,阵阵茶香扑面而来……去年冬天,围炉煮茶一经推出,便成为茶饮消费市场的新宠。如今,盛夏已至,围炉“冰”茶代替“煮”茶登场。清幽的环境、爽口的茶水,围炉冰茶于干冰带来的雾气缭绕间,给消费者带来一抹夏日清凉,对抗抗火骄阳。

“店里从6月中旬开始,将围炉煮茶迭代为围炉冰茶,套餐中茶饮有冷泡茶和酒酿奶茶,以及配套的甜点、水果、坚果,并且还会赠送一把手工团扇。”位于北京市西城区的大内·宫保咖啡负责人程雅琴介绍,围炉冰茶套餐一经推出就受到了消费者青睐,目前已经成店内主推的产品。趁着干冰营造的氛围感拍照,几乎成了每位客人的固定动作。而后,

阅读提示

近年来,大众消费逐渐呈现出更加在意自我、关注内心世界的特征,氛围感、情绪价值对消费体验而言尤为重要。从露营徒步到围炉冰茶,从在自然中探寻内心到享受舒适居家环境……追求氛围感,正成为一种日渐盛行的消费方式,解锁更多消费新场景。

人们慢慢品味畅享,享受惬意夏日。

在社交平台上,不少网友在分享中用“氛围感满满”“仙气飘飘”来形容围炉冰茶的体验感,精致的摆盘、唯美的照片吸引了更多潜在消费者询问“哪里的店”“如何预约”。

在食品产业分析师朱丹蓬看来,无论是围炉煮茶,还是围炉冰茶,都是商家不断将产品进行迭代创新,以满足新生代消费者消费需求的做法。用煮茶或冰茶的方式对场景进行创新后,饮茶更具有社交属性和话题感,容易受到年轻群体的认可乃至追捧。

知萌咨询机构发布的《2023年中国消费趋势报告》显示,2023年,氛围怡情将是一大消费趋势,提升产品氛围力,创造出新氛围空间,成为产品升级和开辟新赛道的切入点。

沉浸式体验需求催生消费新形态

“大自然是有治愈功能的。”最近,在成都工作的陈女士利用周末时间到附近的大邑县白石河谷尝试了徒步,不禁发出这样的感慨。

翠绿的树林、清澈的林间小溪,是自然馈赠的景色,远离城市喧嚣呼吸到的每一口新鲜空气,都让陈女士找到了一种久违的放松之感。她告诉记者,自己是经朋友推荐通过公众号参加的活动,组织方负责包车、安排路

线、购买保险,还提供零食,在现场煮了咖啡,而她只需支付158元的费用。“这钱花得值。”陈女士说,自己已经迫不及待开始计划下一次徒步。

通过亲近自然追寻内心的宁静氛围,是近年来人们在工作之余追求精神“治愈”的一种方式。城市里的公园、家门口的草坪、近郊的露营基地,都成为人们亲近自然的场地,带有氛围感的消费场景逐渐催生出新消费形态。

不仅在户外,越来越多的人也在追寻更具氛围感居家环境,营造一方独属于自己的小小天地。电商平台上,氛围灯、香薰、音箱等“氛围感好物”销售热度快速上升。《2023零售行业消费新趋势白皮书》指出,“氛围升级”是零售行业消费的一大趋势,消费者希望能打造更“超感立体”的沉浸式体验倾向,从美好小物扩展到全方位的情境营造与搭建。

“如果能够精准地满足消费者需求,从某种意义上说,追求氛围感的消费就是一种高层次的消费。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授表示,氛围感消费当属体验消费的范畴,其火热折射出我国消费层次由实物消费向服务消费、体验消费的升级发展态势。

氛围感消费激发经济新活力

从露营徒步到围炉冰茶,从在自然中探寻内心到追求舒适居家环境,氛围感消费背后是人们对情绪价值的关注。情绪价值促成的感性消费决策及其所引发的相关消费行为,正在创造出一个又一个新的消费增长点。

以露营为例,《2022—2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》显示,中国露营经济核心市场规模呈现逐年上升的趋势,并带动汽车、家具家电、食品以及户外电源等相关产业发展。预计2025年,中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元,带动市场规模将达到14402.8亿元。

这个夏天,一场氛围感十足的“村超”狂欢在贵州榕江上演。球场内人山人海,欢呼声雷动,球场外“夜间经济”“地摊经济”“周末经济”也随之繁荣。

据了解,5月13日开赛后的1个月左右时间里,榕江县累计接待游客42万余人次,实现旅游综合收入超1.3亿元。仅6月9日至11日,因“超级星期六足球之夜”的带动,榕江县在大众点评、美团等平台的餐饮、宾馆、超市的搜索量同比增长74%,便利店、水果店的即时零售订单量环比增长50%。

“无论是围炉冰茶等城市体验消费,还是‘村超’等农村文化体验消费,通过氛围感的营造,都使得消费更具有立体感。”在洪涛看来,“氛围感经济”能够形成一种经济模式和消费时尚,背后必然有充分的消费信心作为支撑。“从某种意义上讲,‘氛围感经济’是一种可持续、高质量发展的经济形态。”洪涛说。



海口江东新区快速通道主线桥完成桩基施工

近日,由中铁上海工程局承建的海口市江东新区快速通道项目主线桥1902根桩基施工全部完成,为项目实现功能性通车目标奠定了坚实基础。

该项目工期紧张,为保证工程进度,中铁上海工程局抽调精兵强将迅速开展工作,项目部以技术引领全力以赴促生产。截至目前,该项目已连续3个月单月产值突破2亿元,施工总体进度完成近68%。

郭伟娜 李泉泉 摄

市场监管总局部署开展专项行动

经营主体严重失信行为将遭严打

本报北京7月2日电(记者杨召奎)记者今天从市场监管总局获悉,该局近日印发《关于开展经营主体严重违法失信行为专项治理行动的通知》,决定开展经营主体严重违法失信行为专项治理行动(以下简称专项行动)。专项行动将持续至今年12月。

据悉,专项行动聚焦线上线下食品安全、假冒伪劣、虚假宣传、虚假违法广告、出具虚假检验检测报告、未经许可生产特种设备和销售未经许可生产的特种设备、无证出厂销售CCC目录内产品等社会舆论高度关注、群众深恶痛绝的经营主体严重违法失信突出问题,坚决出重拳、下猛药,加大整治力度。对存在“屡禁不止、屡罚不改”情形的经营主体予以集中曝光,形成强大震慑。

市场监管总局有关负责人表示,通过为期半年的专项行动,重点排查一批严重违法失信案件线索,集中查处一批严重违法失信案件,有力惩戒一批严重违法失信经营主体,集中曝光一批典型案例,形成一批制度机制成果,促进经营主体信用水平整体提升,深入推进经营主体信用体系建设,建设完善全国统一大市场,加快构建新发展格局,助推经济社会高质量发展。

2021年7月发布的《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》明确,当事人违反法律、行政法规,性质恶劣、情节严重、社会危害较大,受到市场监督管理部门较重行政处罚的,由市场监督管理部门依照本办法规定列入严重违法失信名单,通过国家企业信用信息公示系统公示,并实施相应管理措施。

打造4个万亿级产业集群

上海发布推动制造业高质量发展三年行动计划

本报讯(记者裴龙翔)上海近日出台《上海市推动制造业高质量发展三年行动计划(2023—2025年)》,提出到2025年,上海现代化产业体系不断夯实,工业增加值超过1.3万亿元,占地区生产总值比重达到25%以上,集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业总规模将达到1.8万亿元。

根据计划,上海将实施强链升级、强基筑底、数字蝶变、绿色领跑、企业成长、空间扩展等6大行动,涵盖22项重点任务。打造电子信息、生命健康、汽车、高端装备4个万亿级产业集群,先进材料、时尚消费品2个五千亿级产业集群,培育一批细分领域千亿级产业;加速布局“四大新赛道”和“五大未来产业”,推动先进制造业和现代服务业融合共进。

上海将加快传统制造业数字化改造,提高制造业数字竞争力。实施智能工厂领航计划,打造20家标杆性智能工厂、200家示范性智能工厂;实施“工赋上海”行动计划,打造30个行业性工业互联网平台,梯度培育40家“工赋链主”企业。

“争取到2025年,上海将再添一批科技型企业,市级专精特新企业达1万家,每年新增规模以上工业企业约1000家。新增15家左右产值超过100亿元的制造业企业,动态培育50家左右的头部企业……”上海市经信委主任吴金城介绍说,上海将持续举办大中小企业融通创新对接活动,为各类优质企业提供政策服务包。例如,面向首次“小升规”和“新建入统”工业企业发放“成长券”,最高50万元,支持企业采购数字化管理、技术创新、法律咨询、检验检测等专业服务。

鼓励“链主”企业做强做优

山西重金奖励引导培育重点产业链

本报讯(记者刘建林 李彦斌)日前,记者从山西省工信厅获悉,2023年山西重点产业链培育奖励资金申报工作正在进行当中。根据该省今年出台的《重点产业链培育激励方案》,山西将聚焦产业链企业培育、关键环节招引、协作配套强化、公共服务能力提升等4大领域,从省技术改造专项资金中统筹安排资金,对重点产业链培育给予支持。

为推动产业链企业培育壮大,山西对认定为省级“链主”企业的,给予认定奖励100万元。认定当年,“链主”企业产业链年度营业收入达到10亿元、50亿元、100亿元、500亿元、1000亿元的,按相应档位给予100万元、500万元、1000万元、2000万元、3000万元奖励;后续年份,“链主”企业产业链年度营业收入提升,再按相应档位进行奖励。

为加快产业链关键环节招引落地,山西强化“政府+链主企业+产业园”招商引资作用,对“链主”企业所引进落地企业项目固定资产投资额在1亿元以上,给予“链主”企业最高不超过500万元的一次性引荐奖励。对重点产业链上新引进落地的企业,项目固定资产投资额在1亿元以上,且在投资建设期限内全部建成投产的,一次性资金奖励最高不超过1000万元等。

去年以来,山西着力推进重点产业链发展,推行产业链“链长制”,其目的在于“链主”企业做强做优,“链核”企业提质增效。力争到2025年,培育形成6条千亿级产业链、4条500亿级产业链。去年,全省10大重点产业链累计营收3885亿元。今年前4个月,全省10大重点产业链累计营收1588.2亿元,超过预期目标。



“盐光互补”助力能源结构转型

7月1日,在光源天津海晶盐光互补项目现场,国家能源集团光源电力天津公司工作人员在进行箱变低压侧送电作业。

近日,位于天津市滨海新区的光源天津海晶盐光互补项目逐步并网发电。据介绍,该项目位于天津长芦海晶集团有限公司盐

场内,总装机容量580兆瓦。项目建成后,年平均上网电量约7.7亿千瓦时,相当于可以满足32万户家庭一年的用电量,对助力天津能源结构转型和减少大气污染具有积极作用。

新华社记者 赵子硕 摄

自贸区自贸港的“新尝试”将带来什么?

经济观察

本报记者 北梦原

近日,国务院印发《关于在有条件的自由贸易试验区和自由贸易港对接国际高标准推进制度型开放的若干措施》(以下简称《若干措施》),从6个方面提出33条具体措施,率先在上海、广东、天津、福建、北京等5个具备条件的自贸试验区和海南自由贸易港主动开展试点。

在国新办近日举行的国务院政策例行吹风会上,商务部部长助理陈春江表示,《若干措施》充分发挥自贸试验区和自由贸易港的改革开放综合试验平台作用,将为全面深化改革开放扩大开放探索路径,为推动加入高标准经贸协定提供实践支撑。

此次发布的《若干措施》,聚焦货物贸易、服务贸易、商务人员临时入境、数字贸易、营商环境、风险防控等6个方面,提出了一系列新的试点政策措施和风险防控措施。包括支持试点地区开展重点行业再制造产品进口试点,允许外资金融机构开展与中资金融机构同类的新型金融服务,允许外商

投资企业内部调动专家的随行配偶和家属享有与该专家相同的入境和临时停留期限等。

从内容来看,《若干措施》与产业紧密结合,将有助于推动相关产业的发展。以开展重点行业再制造产品进口试点为例,近年来,全球再制造产业发展迅速,再制造产品因其经济性、实用性、节约性,在工程机械等领域备受市场欢迎,对部分技术成熟、标准明确、安全环保的进口再制造产品探索适用新机制十分必要。此次开展再制造产品进口试点,明确对符合条件的再制造产品不适用我国禁止或限制旧品的相关措施,将有助于满足国内需求,降低企业成本,丰富消费者选择。

着眼产业的同时,《若干措施》对接国际高标准经贸规则,将为推动加入高标准经贸协定提供实践支撑。

为推动货物贸易优化升级,《若干措施》在试点地区明确了空运快运货物和普通货物通关的时间标准,同时提出了一系列降低通关成本的新举措,将有利于进一步提升贸易便利化水平。为加快服务贸易扩大开放,《若干措施》明确,除特定新金融服务以外,允许内外资金融机构开展同类服务,同时压缩相关金融服务审批时限,这将有助于为中外资金融服务提供者创造更公平、开放、稳定和透明的竞争环境,

提升外国投资者跨境投资的便利程度。

在有条件的自贸试验区、自由贸易港主动对接开展试点,在规则、规划、管理、标准等方面率先与国际接轨,构建与国际高标准经贸规则相衔接的制度体系和监管模式,将为我国参与国际经贸规则制定积累有利条件,并为我国全面深化改革扩大开放作出新探索。

作为扩大开放、制度创新的高地和重要载体,自贸区自贸港不仅在推进高水平开放方面发挥着示范带动作用,同时也成为推动深层次改革的开路先锋。此次发布的《若干措施》在试点地区实施一年后,将由商务部按部署组织开展评估,对于试验效果好、风险可控的试点措施,将复制推广至更大范围进行压力测试。

当前,我国正积极推动加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)和《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)等高标准经贸协定,相关规则的要求与我国改革开放面临的重点问题契合度较高。稳步扩大制度型开放,以高水平对外开放推进深层次改革,国内国际两个市场、两种资源在自贸区自贸港更充分地交融汇聚,将为构建新发展格局、推动高质量发展增添新的动力。

人员机构不具备资质、虚假宣传等 报告显示医美行业存在三方面问题

本报讯(记者杨召奎)近日,由北京阳光消费大数据研究院、对外经济贸易大学消费者保护法研究中心等联合发布的《国内医美维权舆情研究报告(2023)》(以下简称报告)显示,1月~5月,医美行业维权舆情共计90769条,医疗资质问题以及注射类项目、吸脂手术维权舆情尤为明显。医美行业所暴露出来的问题主要集中在人员机构不具备资质、医疗效果不佳和虚假宣传三个方面。

该报告有关医美行业维权舆情的数据中,医疗资质问题的数据有30021条,占比33.1%,其中有关人员机构资质问题的数据占比26.8%,有关药品器械资质问题的数据占比6.3%;医疗质量问题的数据有28259条,占比31.1%,其中有关医疗效果不佳问题的数据占比28.3%,有关医疗感受不佳问题的数据占比2.9%;营销问题的数据有32029条,占比35.3%,其中有关虚假宣传问题的数据占比20.4%,有关价格问题的数据占比5.5%,有关消费问题的数据占比9.4%。

报告显示,因恢复期短、价格低廉而备受追捧的注射类项目舆情占比接近40%,占比在众多项目中最高。注射类项目属于非手术类项目,但在很多方面均与手术类相似,存在一定的风险。从业者不专业的执业行为可能会导致较为严重的后果,伪劣产品鱼龙混杂也导致伤害案例不断出现。

报告称,目前,医美市场上尚存在着许多不具备医疗机构执业许可证或医师执业证书的黑心机构和从业人员非法从事医美服务,加之一些生活性医美机构违规开展医疗美容服务,对消费者的身体健康造成潜在的风险。

晒责任,亮承诺,作示范

70多家企业倡议提升肉制品质量

本报讯(记者蒋茜)日前,市场监管总局主办的大型肉制品生产企业“落实主体责任企业公开承诺”活动在京举办。这是推进食品安全社会共治的重要举措,也是市场监管部门保障人民群众“舌尖上的安全”的具体行动。

我国是全球最大的肉类食品生产消费大国,人均肉类食品消费量从1978年的9.9公斤/年快速上升到2022年的70公斤/年。14亿国人平均一年能吃掉大约7亿头猪、5000万头牛、4亿只羊、1.65亿只家禽。

会上,中国肉类协会和70多家企业共同发出“提升肉制品质量 我们共同行动”倡议。据悉,2022年,全国市场监管部门监督检查肉制品生产企业共36804家次,抽检肉制品178007批次,抽检合格率达98.79%。

市场监管总局要求,要深刻认识当前我国食品安全面临的新形势新问题,强化食品领域信用体系建设,引导食品生产企业扛责任、亮承诺、作示范,着力推动食品安全社会共治。肉制品生产企业要重诺于心,践诺于行,坚持质量第一、安全至上,更好落实企业主体责任,完善制度防风险,细化责任重落实,以晒责任、亮承诺切实筑牢食品安全防线,让人民群众吃得放心、舒心、安心。