

消费市场绿意浓

本报记者 沈慧

在绿色发展理念深入人心的今天,绿色消费已成为越来越多人的自觉选择,渗透衣食住行的方方面面,并演变成一种生活新风尚。



上图 在首届上海国际碳中和博览会现场,参观者触摸一件使用废酒糟为原料制作的植物基皮革服装。

新华社记者 方喆摄

右图 在位于山东省滕州市西岗镇的一家企业,工人操作设备生产以秸秆为原料的可降解餐盘。

新华社记者 范长国摄



菜,蛮好。”何军说。

遏制“舌尖上的浪费”,小份菜的走红只是一个缩影。按需点餐、“光盘行动”、剩菜打包、减少一次性餐具使用……伴随反食品浪费法施行,如今的餐桌刮起了节俭风,简约适度的新“食尚”成为餐饮经营者和食客们共同的遵循。

家居吹来绿色风

趁着周末,家住南京市鼓楼区的刘岱洋准备给刚装修完的新房子添置些家电。“外形简约时尚,还节能。”在一家电器卖场,刘岱洋相中了某品牌的一款空气能热水器。它采用双级变频增焐压缩机,与普通电热水器相比节能79%,与燃气热水器相比节能61%。“听店员介绍,这款热水器为1级变频,零下15℃依旧可以稳定制热,国家一级能效标准说明它更省电。”刘岱洋说。

和刘岱洋一样,越来越多消费者将环保因素纳入消费决策。苏宁易购2023年数据显示,消费者偏爱选购带有“一级能效”标签的家电。在各地绿色家电消费节能补贴政策的带动下,一级能效产品成为用户消费首选,一二级能效家电销售占比达到80%。大家电一级能效订单占比排名前列的分别是空调、洗衣机、冰箱和电视机。

当绿色成为消费的主旋律,绿色低碳产品的供给和消费正在扩大。在供给侧,一场家居绿色革命悄悄打响。“如今,清风明月、水秀山明已成为各行各业的发展愿景,家电行业也不例外。”格力电器家用电器板块有关负责人告诉记者,响应国家号召和企业发展需求,格力电器从设计—研发—制造—服务全链路创新发展节能科技,推行清洁高效生产工艺,助力废旧产品循环再生,如今已拥有40项国际领先技术,其中38项与绿色节能相关。

在山东省枣庄市峯城经济开发区,相关绿色低碳型企业通过一连串技术创新,生产出高质量的板材产品,环保指标优于欧盟标

准,并在高端定制家居等领域不断占据市场份额。“该企业和北京林业大学开展产学研合作,成功生产了一种新型无醛板材。这种板材不仅更绿色环保,与传统板材相比,还具有更高的强度和稳定性,且表面光滑、纹理清晰,拥有良好的装饰性能,深受消费者欢迎。”山东省枣庄市峯城经济开发区管委会副主任侯磊表示。

二手交易受青睐

设想一下,“双11”忙着买买买,一不小心囤的护肤品太多,你会怎么办?随着时代变迁,如今闲置、“买二手”正被越来越多消费者青睐。艾媒咨询数据显示,2021年我国网民中有43.7%的用户会经常使用二手电商平台。

“作为一种参与门槛较低的消费模式,二手消费既可以为广大消费者节约支出成本,同时也有助于减排降耗。”转转集团CEO黄炜发现,“90后”“00后”等年轻群体是二手交易平台的主力军,在用户数、购买频次等多个指标上,其占比均在一半以上。消费理念的变化也在一些用户身上体现得更为明显。“我们的一些消费者是城市白领,他们买二手手机、电脑和包,并不完全是为了省钱,而是认为一个九成新甚至九五成新的物品能正常使用且挺好用,对于物资循环利用是有帮助的。”黄炜说。

从“大众”到“小众”,随着用户规模的扩大,二手产品涉及的品类在不断扩展。黄炜告诉记者,目前3C数码电子产品、二手奢侈品、生活日用品和图书是二手消费的主流,但更多小众商品也逐步进入二手交易平台,如高尔夫球杆、滑雪板、帐篷、登山杖、钓鱼竿等。“随着供给多样化和生活水平的提高,未来将会有越来越多出人意料的商品出现在二手交易平台上,方便用户选购。”

不过目前,大家对二手消费还存在一些顾虑。如何确定对方卖的物品价格合理、描述符合客观事实?这就涉及二手非标这一十分复杂的问题。“为此,转转自主制定了验机标准,在质检过程中,坚持一物一验,并为符合条件的商品提供质量评估,输出质检报告,从而增强买卖双方信任。”在黄炜看来,二手物品的质检和新品不一样。一方面,二手产品不是标准品;另一方面,每个质检师的裁量尺度并不完全一致。“所以,非标物品的标准化难度比较大,眼下国内外也没有可供借鉴和参考的经验,但标准化一定是行业未来的发展方向。”黄炜称。

逐渐升温的二手消费只是近年来绿色消费蓬勃发展的一个缩影。2023年中央经济工作会议明确提出,要推动消费从疫后恢复转向持续扩大,培育壮大新型消费,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费。可以预见,未来在需求端和供给端共同推动下,绿色消费将继续保持增长趋势。

50元1斤的宝宝挂面,124元300ml的辅食油,动辄几千元的婴儿推车……提起“天价母婴消费”,不少父母或多或少“踩过雷”。

作为特殊群体的婴幼儿是需要重点呵护的对象,有些母婴产品材料成本高、生产规范严格,适当提高产品售价合情合理。然而,近年来许多常见的生活用品只要贴上“婴幼儿”标签,似乎就有了卖高价的底气,不仅掏空了宝爸宝妈们的钱包,增加了育儿成本,也加剧了育儿焦虑,让时下不少年轻人对生育望而却步,“不是真的有钱,谁还敢生孩子?”

“再苦不能苦孩子”,这是中国父母对儿女最朴素的情感。随着生活条件的改善,无论吃的穿的还是用的,家长们总想在力所能及的范围内给予孩子更好的选择。于是,一些贩卖育儿焦虑的不良商家有了可乘之机,助长育儿成本水涨船高。据有关统计,目前国内超过60%的育儿家庭,每月育儿开销超过2000元,其中“95后”家长每月的母婴产品支出达到了家庭月收入的30%。

面对逐渐走向“高奢消费”的母婴产品,有宝妈自嘲,“感觉自己就像一只行走的肥羊”。可价格如此“美丽”,产品质量和效果如何?产品倘若真如广告宣传那般名副其实倒也无厚非,但现实是,当下许多婴幼儿产品虽然打着“专业”的大旗,实则“换汤不换药”,仅仅贴了个“婴幼儿专用”的标签就敢坐地起价;还有一些产品打着高品质、精细化的幌子大肆宣传,实则是为“收割”宝爸宝妈们的钱包而营销制造出来的“伪需求”。据报道,一款婴幼儿吹风机号称具有“吹头发、吹屁屁”的功能,甚至还“可以帮助宝宝改善湿疹、痱子等症状”,价格昂贵,但用户实测后发现,该产品和普通吹风机并无明显差别。

无规矩不成方圆。前不久,“天价母婴消费收割廉价爸妈”的话题冲上热搜,道出了消费者的强烈不满。正所谓人无信不立,业无信不兴。针对当前母婴消费溢价严重、虚假宣传等乱象,经营者当牢记诚信为本,提供真实、准确的产品信息,加强产品研发与品质控制,以更高更严的标准打造高品质母婴产品,确保消费者买得安心、放心、舒心。要知道,“金玉其外”的产品或许可以红火一时,但当产品过分注重噱头而忽视实质内容时,迟早会失去市场的信任。

推动母婴市场规范化发展还需有关部门和家长齐心协力。目前婴幼儿配方食品领域的国标主要针对奶粉、米粉等产品,对市面上五花八门的零食类产品并未涉及,这就给了一些不良商家钻空子的机会。为此,我们迫切呼唤更多新国标出台为消费者保驾护航。让婴幼儿产品定位回归实用本质,不仅要进一步加大监管执法力度,更需要家长们擦亮眼睛、理性消费。

大连节庆文旅市场精彩纷呈

本报记者 温济聪



大连市“光影电车”受到游客喜爱。

本报记者 温济聪摄

来庄河市采摘草莓,到普兰店区泡冰雪温泉,参加旅顺口区、甘井子区、金普新区举办的冰雪嘉年华,去西岗区、沙河口区购物……春节期间,大连市节庆文旅消费热度持续。

2月上旬,沈阳游客石颜到大连自驾游。“以前都是夏天来大连,听说今年这边的草莓采摘、冰雪温泉、年货大集不错,特意在冬天过来游玩。”石颜说。

庄河市光明山镇是重要的草莓种植基地,春节前后,光明山镇小营村村民姜晓瑜的草莓大棚成为热门景点。这不仅因为他种植技术好,草莓品质高、口感佳,更因为他头脑灵活,采取了将草莓种植与采摘旅游相结合的销售模式。

“这红红火火的小草莓,给我们带来好生活,也给采摘游客带来了节日气氛。”姜晓瑜一边带着记者查看大棚内的草莓长势一边说。

据他介绍,在农行大连庄河支行的大力支持下,不到1周时间,就以较低利率为他发放了38万元信用贷款,解决了他扩大种植品种、拓展销售模式的资金需求。“有了资金支持,未来我将增加蓝

莓、大樱桃等种植品种,优化改进采摘项目,希望给游客带来更好的体验。”姜晓瑜说。

用冰雪“冷”资源撬动冬季文旅消费热成为一大亮点。普兰店区充分发挥冰雪温泉优势,以安波街道为核心,联动周边街道,结合温泉、滑雪、采摘、微度假目的地活动,推出林海雪原“秘境之旅”、冰上露营帐篷节、良运传奇温泉养生节、“欢乐冰雪季”冬令营、“热”雪嘉年华等20余项“冰雪+温泉”文旅项目,让游客戏冰雪、住民宿、过大年。

旅顺口区文化和旅游局副局长任金波介绍,旅顺口区联合各景区推出了“欢迎回家·惠游旅顺”的优惠政策,精心设计了包含三大冰雪项目、两大温泉和五大博物馆在内的3条旅游经典线路。“让游客在体验冰雪嬉戏的同时,又能在博物馆享用文化大餐。”任金波说。

甘井子区则围绕2023—2024冰上龙舟超级联赛(大连甘井子站),启动泊霞湾冰雪嘉年华活动。这里举办海蛎子美食节,邀请知名餐饮企业大厨,制作地道的大连海蛎子全宴,宣传海蛎子美食文

化;举办开海蛎子大赛,让游客现场观看比赛并体验开海蛎子过程,有力拉动了海蛎子消费。位于金普新区的大连金石滩快乐雪世界滑雪场在春节期间持续营业,雪国过山车、快乐飞椅、雪地滑索、雪地转转、轨道小火车……超多亲子娱乐设施为游客特别是小朋友带来欢乐体验。

年节之时,逛街游玩购物是市民游客的必选项。在西岗区红红火火的新年装饰、热火朝天的买卖场景,吸引了不少游客前来购买。沙河口区组织星海湾建设集团、西安路步行街各大商超共同发力,依托“景区、商圈、园区”三大地标,围绕“潮”炫都市、“潮”涌百业、“潮”酷运动、“潮”趣新年四大篇章,推出精彩纷呈的文旅及消费促销活动,让游客充分感受节日氛围。

数据显示,春节假期前5天,大连市共接待游客455.14万人次,同比增长196.80%,较2019年同期增长131.82%;旅游综合收入61.24亿元,同比增长343.25%,较2019年同期增长236.94%。