

既有基础功能,更要品质赋能 创新供给,“清凉产品”热度高

本报记者 王伟健 窦瀚洋 王永战

探访·暑期消费

天气炎热,消费市场热度不减。中国百货商业协会抽样调查显示,6月下旬至8月初,百货、购物中心、奥莱业态的周度客流环比持续回升。暑期旅游带来的人群流动、暑假期间的亲子消费需求增长,带动暑期消费乘“热”而上,释放强劲活力。

这个暑期,有哪些实用又新鲜的“清凉产品”出圈?记者走进商超、小商品批发市场,探访网络直播间、企业生产车间,感受涌动其间的科技感与创新力。

研发材料、升级工艺,家居产品迭代提质

“家人们,这是加了蚕蛹蛋白的凉席,一触即凉,像把冰棒敷在身上一样……”江苏南通碧美家纺有限公司直播间里,主播苗苗正在推荐新款床品。直播间已经涌入1万多人,远在四川绵阳的张女士下单并留言:“期待凉席到货,让全家在高温天里睡个好觉!”

“带科技属性的凉感产品常常一上链接就被抢购一空。”苗苗说,从7月开始,公司主播团队三班倒,24小时不间断直播,直播间单日成交额最多达70万元。

这个暑期,越来越多消费者被主打“凉感”“冰丝”等新概念的家居产品“圈粉”。由“清凉”引起的消费热潮背后,是家纺市场不断创新供给,推动产品提质升级。

“就拿这款蚕蛹蛋白凉席来说,在材料、工艺等方面已申请了8项专利,不但拥有抗菌透气性能,还能实现‘一触即凉’效果。”碧美家纺有限公司生产部负责人郭鑫宇说,公司生产线开足马力生产,以满足火热的市场需求。

在南通庄周纺织科技有限公司,传统的老粗布床品也靠“凉科技”走出了新路子。展厅里,一件件老粗布床品花纹简洁、线

条明快,还是记忆里的模样。伸手一摸,却不是粗糙硬挺的手感,而是细腻顺滑的触感,还带着丝丝凉意。

企业负责人朱宏升介绍,企业改进工艺,在恒温恒湿的生产车间里,用高压喷气织造工艺替代传统剑杆织机,织出的布料更细密均匀,手感更自然细腻;同时加入自主研发的凉感因子,既保留了老粗布透气吸湿的特点,又新增了清凉体感。“情怀加科技,让老产品成了新爆款。”朱宏升说。

在家纺产业根基深厚的南通,科技创新正让传统家纺产业焕发新生。

走进南通富玖纺织品科技有限公司的“睡眠体验馆”,研发人员正在测试凉感新品“黑金护颈凝胶枕”。“该产品表层的凝胶颗粒用的是退烧贴的同类材料,接触皮肤时能持续传导热量,实现‘头凉颈不凉’的效果。”企业营销负责人房武超说。

“消费需求持续升级,家纺已从满足基础实用的刚性需求,向健康舒适的高品质睡眠体验迭代延伸。”南通大学纺织服装学院教授刘其霞说,持续深耕功能性纺织材料研发与纺织工艺迭代升级,才能推动家纺产业加快从规模扩张向高质量价值升级,更好回应消费者期待。

注入创意、融合文化,日用品带来个性化体验

走进浙江义乌全球数贸中心,一家文创店内十分热闹。一名来自杭州的直播电商从业者正在咨询一款创意驱蚊贴,从起订量、香型到驱蚊效果,问得格外仔细。“这是今年暑期‘卖爆’的新款创意驱蚊贴,来进货的客商很多。”文创店经营者周宁宁说。

拿起一款锦鲤驱蚊贴,约10厘米长,造型精致,其中藏着4颗植物爆珠,轻轻一捏,淡淡的草本清香弥漫开来。“这种特殊造型驱蚊贴,我们推出了100款,每片含4颗爆珠,留香驱蚊效果可持续48小时,还可根据客户需

求增加爆珠数量。”周宁宁说,创意驱蚊贴上市以来销量已突破20万片,成为海内外采购商竞相订购的“明星单品”。

谈及创意灵感,周宁宁说,观察到暑期年轻人依旧喜爱户外活动,同时结合人们对个性化香氛体验的追求,她与设计团队将香茅、天竺葵、薰衣草等植物中的天然驱蚊成分与花果香调巧妙融合,制成爆珠,嵌入驱蚊贴中。在外观设计上,融入动漫IP、潮流元素,采用醒狮、锦鲤等精巧造型,兼顾实用性与美观度。

来自河北的采购商夏丽萍一口气下单了10箱创意驱蚊贴。“不仅能防蚊,捏爆香珠的动作解压又有趣,很多年轻人喜欢。”夏丽萍说。

为形成差异化优势,周宁宁打造了驱蚊贴、冰箱贴、挂件三大系列驱蚊产品,将驱蚊需求延伸为有审美、有温度的生活体验。

“目前,我们的工厂正开足马力生产,订单量还在不断增加。”周宁宁说,适逢暑期消费旺季,自家店铺也通过限时折扣、组合套装等多样化营销策略,满足即时性采购需求。

在义乌市中国小商品城日用百货行业商会会长黄洪鸣看来,创意驱蚊贴的走红,在于它超越了功能属性,成为能够提供情绪价值、满足悦己需求的生活装饰品,体现了日用百货行业发展的新方向。“科技引领新风尚,创新带动新潮流,结合个性化创意,融合优秀传统文化,越来越多刚需日用品将以更新鲜的形态出现在消费者生活中。”黄洪鸣说。

智能生产、丰富品类,健康饮品满足市场需求

烈日炎炎,四川都江堰市的一家连锁超市门店里,购买饮料的顾客络绎不绝。“我来给家里采购饮料,买了红豆薏米水、金银花雪梨水等,既能降温解暑,也不会过多增加糖类摄入量。”市民刘先生

说。

“这个暑期,养生饮料销售愈发火爆。”门店的一名工作人员说,一方面,大家都更注重健康饮食,偏好低糖、无糖的饮料;另一方面,越来越多厂商推出健康饮品,消费者的选择更多了。

“我们围绕健康饮品进行产品研发,将枸杞、金银花、红豆等大家熟悉的食材巧妙搭配,开发了丰富的‘新中式’品类。”元气森林联合创始人王璞说,这些产品契合中国人传统的饮用习惯,受到消费者的好评。

来到元气森林都江堰生产基地,自动化生产车间正高效运转。熬煮、高温瞬时灭菌、无菌冷灌装……一系列工序井然。元气森林(四川)饮料有限公司总经理冉兵介绍,为推出养生水产品,企业将熬煮工艺融入生产线,经过多轮反复调试,建成了现有的智能化生产线。

“想要养生水好喝,原料很关键。”王璞说,以红豆薏米水为例,需要专门选择出沙率偏低的豆子,才能保证汤色清亮,同时实现入口有淡淡甜香。

为寻找合适原材料,研发团队耗时数月跨越多个产区,筛选出40多款红豆和小红小豆开展盲测。最终,通过统一熬煮工艺,对比豆香释放度、口感绵密感和余味留存时间,团队选定了东北“珍珠红”红小豆作为原材料。“我们还与中国农业科学院相关机构签署合作协议,围绕杂粮品种筛选等展开合作,寻找更合适即饮产品的原料。”王璞说。

除了熬煮类饮品,无糖气泡水等饮料也备受消费者青睐。“今年上半年,中粮可口可乐饮料(四川)公司无糖品类销量同比增长11%,健康化产品的增长势头强劲。”中粮可口可乐饮料(四川)公司市场总监董哲青分析,畅爽口感叠加无糖无负担,精准呼应了消费者从“好喝”到“喝得更健康”的需求转变。“公司正加紧研发,推出雪碧益生元无糖气泡水、美汁源清爽功能果汁等健康新饮品,加速迈向健康饮品赛道。”董哲青说。



海南海口永兴镇荔枝种植户王明华——

火山石缝里种出致富果

本报记者 孙海天

追梦路上

海南海口永兴镇,空气里满是荔枝的清甜。钻进果园,脚下是凹凸不平的火山岩,坡陡路窄,种植户王明华却步履稳健。他穿梭于林间,熟练地修枝、除草、清理落叶残果。

满是石头、几乎看不到泥土的地方,怎么种得出水果?

1994年,王明华考入南京农业大学植物保护专业。毕业后,他辗转大半个中国,始终没离开农业。走了一大圈,最终回到永兴老家。

永兴镇地处海口西南的火山岩地貌区,是火山荔枝的核心产区。火山岩地给荔枝带来独特风味,个头大如鸡蛋、果皮艳红的品种“荔枝王”(学名“紫娘喜”)母树就长在这里。“荔枝的香甜是小时候最难忘的味道。”王明华说。

王明华的舅舅吴开茂,曾是永兴远近闻名的“荔枝大王”。他带头开发火山岩地,筛选特色品种,推广矮化栽培和换冠嫁接,还发现了南岛无核荔枝品种。“这些品种资源是上一辈人的心血,不能砸在我手里。”回到家乡的王明华决定,深耕荔枝种植。



为便于果园管理,他把乱石一块块扒下来铺平整;为了浇灌果树,他打了口180米深的井……守着火山石缝里那薄薄的一层土,王明华为了种出“童年的味道”而努力。

王明华重点种植的特色品种“新球蜜荔”,果肉脆嫩、耐储存、抗逆性强。“新优品种高产稳产,市场认可度高。但归根结

底,品质才是第一位的,得先把种植的‘内功’练好。”王明华说。

周边的种植户以前习惯进口农药,成本较高,王明华结合多年从业经验帮大家筛选出更适合的国产农资,保住效果的同时压低成本。“种地本就利润薄,假如每亩每年能省100元,对农户而言就很可观了。”王明华说。

日子久了,王明华也从种植者变成了连接农户和市场的“经纪人”。果商来永兴收果,他帮着选果、把关品质和农残;乡亲在种植上犯了难,也来找他问药、问肥。碰上实在拿不准的事,他便找当年的老师同学求助,“让好果卖上好价,才对得起大家的汗水。”

5月到7月的荔枝成熟季是王明华最忙的时候。按200亩投产面积粗算,采摘期约20天,高峰期每天上百名工人进园采摘、分拣、打包,可带来约3000个工次、50余万元季节性务工收入。收购、运输、电商等延伸环节也带来了收果、打包、发货等工作岗位。一颗荔枝,带动就业增收,串起了乡亲们的好日子。

目前,王明华经营着400余亩基地,部分仍处在开发和投产初期。“搞农业,不是面积越大越好。”王明华给自己定了规矩:基地距离控制在一小时车程内,每天进园巡看,疏果、停药、采收的时机,依靠一次次观察决定。“走进果园,看到果子长得大、长得好,心就敞亮了。”王明华说。

王明华给自己种的荔枝起名“童年的味道”。他说,小时候荔枝熟了,孩子们往地里跑;长大后在外奔波的人,一到季节就惦记家乡那口甜。若能在异乡吃上一口永兴荔枝,也就尝到了家乡的味道。

(赵广欣参与采访)

左上图为王明华在荔枝园中。

赵广欣摄

新场景里看活力 暑期消费新看点

“158,159,160,哇!”观众齐声计数,秦腔经典剧目的吹火表演定格在160次,引来惊叹声一片。

这个暑期,陕西西安的城墙边、老巷里、酒吧阳台上,一处处空间变身“露天舞台”——几平方米的场地内“跨界”联动,梆子一声响,秦腔吼起来,赢得阵阵喝彩。

“酒吧里唱大戏,这种‘混搭’第一次见,很潮!”山西游客刘浩辉是个“秦腔迷”,专程前来“打卡”。

老戏正青春,秦腔为古城西安的文旅热再添“一把火”。

车水马龙的西安市中心,与闹市一街之隔的,便是以秦腔文化为主题打造的易俗社文化街区。

“呼喊一声梆场外,不由得豪杰笑开怀……”街区戏台上,秦腔吼得热气腾腾。戏台前的小广场聚起200多名戏迷,口中和着曲调。不时有游客驻足听戏,频频举起手机相机,定格精彩瞬间。

“不同游客,多样选择。”西安易俗社运营中心负责人蒲国伟说,除了可以欣赏地道秦腔的街区戏台,我们还携手商圈、Live-house(音乐展演空间)等,推出轻量化潮流演出。”

不光观演,还能亲身体验。

走进白鹿原影视城,古戏台前正举行一场秦腔旦角“慢卧鱼”全民挑战赛。

压腰、俯身、慢沉、定格……在专业演员指导下,参赛选手依次排开,体验这一经典身段技巧。戏台前挤满各地游客,不少人自告奋勇上前尝试。

“看起来简单,其实很考验腰腹力量、身体平衡,得下苦功才行。”游客薛涵颇为感慨,“第一次亲身感受,对秦腔艺术的理解更深了。”

位于长安区的西影风雷年代影视基地里,不少游客穿上戏服,与扮演秦腔名伶的景区NPC(非玩家角色)对戏,过足“演戏瘾”。

这个影视基地由一座厂房改造而来。大礼堂的长条凳、供销社的老算盘、邮电局的旧信件……老物件“穿越”时空,让“追剧人”变成“戏中人”。

“通过‘影视拍摄+沉浸体验+文旅消费’模式,这里正成为文旅深度融合的新载体。”影视基地策划推广中心负责人肖家亮介绍。自今年“五一”假期开园以来,这个影视基地已接待市民游客超15万人次,综合收入600余万元。

咖啡馆里,“秦腔+咖啡”的新潮碰撞受到年轻人热捧;华清宫景区,秦腔演员互动巡游,吸引了众多游客驻足;以秦腔为主题的热门影视剧《主角》取景地,戏曲研学线路十分火爆……文旅部门乘势而上,系统谋划,推出“看《主角》 赏秦腔 游陕西”主题活动。“引导旅游方式从‘追剧’走向‘追景’,实现影视艺术流量向文旅‘留量’的有效转化。”陕西省文化和旅游厅相关负责人介绍,今年暑期以来,西安累计推出各类秦腔表演530余场,覆盖市民游客超20万人次。

暮色渐浓,华灯初上。城墙根、公园里、广场上,古城西安的大街小巷,游人如织,秦腔阵阵,余韵悠长。

全国总工会推出“工间太极操”

本报北京8月12日电 (记者易舒冉)记者从全国总工会获悉:近日,全国总工会推出“工间太极操”(又名“经络养元操”),“职工之家”APP、全总视频号及各地工会宣传平台,每周三中午同步更新一期教学视频,并开设线上跟练直播课堂,指导职工规范习练、培养长期健身习惯。

据介绍,“工间太极操”汲取了太极拳、五禽戏、八段锦、古法导引术、养元操等传统养生功法核心精髓,筛选适配各类生产生活场景的舒缓动作,经科学整合、规范编排而成,兼具深厚传统文化底蕴与现代职场实用价值。“工间太极操”合计24式,全程无需任何健身器械辅助,职工可结合自身工作节奏、身体状态灵活分段练习,碎片化时间就能舒展筋骨、调养身心。

我国脑机接口强脑技术取得突破

本报北京8月12日电 (记者谷业凯)记者近日获悉:国防科技创新研究院常超团队联合首都医科大学附属北京天坛医院何江弘团队、杨艺团队,完成意识障碍患者太赫兹波修复脑功能临床试验。该试验也是国际范围内首个成功开展的太赫兹增强脑意识临床试验,为意识障碍患者促醒、脑创伤认知修复提供了全新技术方案,填补了该领域临床应用空白。

本次临床试验依托神经外科脑深部电刺激(DBS)植入手术开展,团队在精准手术定位与术中监护体系保障下,对患者中央丘脑及大脑皮层精准实施太赫兹波定向照射刺激。通过术中实时监测与术后数据分析证实,太赫兹波刺激可有效提升患者大脑多脑区功能连接度,而太赫兹波与DBS联合刺激模式下,脑区功能连接改善效果更为显著,可高效优化脑部神经环路活性,为意识障碍患者神经功能重塑、意识恢复创造了有利条件。

目前,患者术后生命体征平稳,神经功能恢复态势良好,验证了术中太赫兹波神经刺激技术应用于人体神经系统疾病治疗的安全性及可行性。据悉,常超团队已提出太赫兹特异性非热调控神经离子通道和精确操控生物分子构象的新原理和方法,并开展相关试验,实现神经功能的靶向调控,有效改善创伤后应激障碍模型动物的认知能力。近期,相关团队又研发出全新微创、非接触太赫兹经脑机接口强脑技术,开辟了太赫兹波提升脑认知、修复脑创伤认知障碍、治疗阿尔茨海默病、帕金森病的技术路径。相关成果已在《自然—通讯》等学术期刊发表。

本版责编:管璇悦 张伟昊 翟钦奇

陕西西安打造文旅融合新形态

跟着秦腔游古城

本报记者 高炳