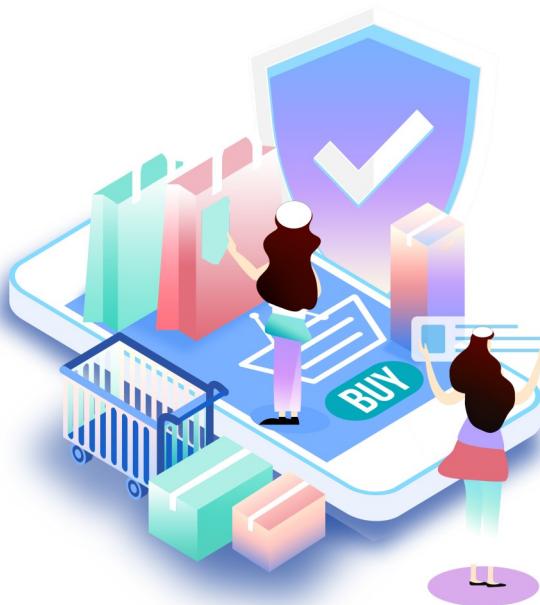


# 抢抓“冷”商机 消费市场暖意浓

《中国证券报》3日刊发文章《抢抓“冷”商机 消费市场暖意浓》。文章称,入冬以来,“暖经济”逐渐升温。近期,从保暖服饰到取暖设备,再到热气腾腾的美食,衣、食、住、行等行业的冬季产品迎来消费旺季,众多商家紧盯消费需求,抓住“冷”商机,为消费市场增添浓浓暖意。



## 保暖服饰站上风口

近期,随着气温进一步降低,羽绒服、大衣、毛衣等冬衣成为人们御寒的必备之物。

11月29日,在北京朝阳大悦城一家保暖衣物品牌店内,孙女士正在试穿最新款的羽绒服。“前两天降温太快,最低气温眨眼间就降到零下,我赶紧来添置两件厚衣服。”孙女士告诉记者。

在各网购平台上,御寒服饰近

期销售数据也颇为亮眼。拼多多数据显示,11月以来,羽绒服、保暖内衣、秋衣秋裤等品类的搜索量同比增长150%,东北地区订单量同比增长80%。唯品会数据显示,11月下旬以来,女士羽绒服、儿童保暖内衣等品类已经跻身平台细分品类销量前五名,儿童羽绒服、男士羽绒服近期销量也持续增长。

## 取暖家电热销

取暖设备近期也成为抢手货。

苏宁易购数据显示,11月中旬以来,暖风机、踢脚线式电暖器等产品销量不断提升,同比增长均超过50%。

南京苏宁易购大桥北路店导购员介绍,立冬以来,进店购买取暖设备的用户越来越多。其中,踢脚线式电暖产品凭借移动便捷、安全性能强以及外观简洁等优点,最受用户青睐,成为线下取暖单品之王。

从消费特点看,苏宁易购相关负责人表示,当下消费者既注重取暖速度,也注重舒适度。苏宁易购数据显示,不少消费者选择“发热快”“风口大”的高塔暖风机产品。

京东数据显示,今年“双十一”期间,一些“取暖神器”迎来热销。发热坐垫、智能保温杯成交额同比增长逾5倍,电热毯成交额同比增长超过120%。

## “暖”餐饮人气旺

随着气温逐渐转凉,吃一口热气腾腾的美食成为不少消费者的首选,火锅、热饮等纷纷迎来销售小高峰。

临近吃饭时间,北京朝阳区一家“网红”火锅店内已座无虚席,门口也聚集了不少排队等待叫号的食客。“要是现在排队的话,估计要等两个小时。”店内工作人员告诉中国证券报记者,“虽然我们店的客人一直不少,但近期气温明显降低,店里的客流明显增多,排队等位的时间也越来越长。此前客人差不多要等半个小时到一个小时,最近基本上要等两个小时以上。”

不仅火锅受热捧,夏日最爱的“冰美式”也被暖心暖胃的热饮取代。中国证券报记者注意到,许多茶饮品牌近期纷纷推出新的热饮产品供消费者选择。

在北京朝阳大悦城一家奶茶店

内,一排制作完成的饮品等待取用。与此同时,新订单不断涌来,服务员忙得不可开交。“最近,店里推出一款中式蜜桃乌龙热饮很受欢迎。仅今天上午,我们就制作了近百杯。这几天降温,热饮消费明显增加,点单高峰会一直持续到晚上。”服务员一边制作奶茶,一边对中国证券报记者说。

美团数据显示,11月9日至11月23日,全国砂锅菜、炖品外卖的搜索量分别同比增长278.5%、185.7%。火锅、热奶茶的外卖销量同比增长77%、20%。

多位专家表示,抓住冬日“冷”商机,巧妙利用寒冷季节特有的需求激发市场活力,不仅有利于促进经济增长、满足消费者多样化需求,还可以为企业创新发展提供契机。

新华社北京12月3日电

《咬文嚼字》“2024年十大流行语”:

## “未来产业”“松弛感”“小孩哥/小孩姐”入选

新华社上海12月2日电 “未来产业”“智能向善”……迅猛发展的AI技术成为人际交流高频使用词汇;“水灵灵地”“班味”“松弛感”精准“拿捏”人们日常状态;“银发力量”“小孩哥/小孩姐”携手跻身年度热词,显示年龄不再阻挡人们追求自己的热爱和梦想。

国家语言文字推广基地、语言文字权威期刊《咬文嚼字》2日发布“2024年十大流行语”。上榜热词为:“数智化”“智能向善”“未来产业”“city不city”“硬控”“水灵灵地”“班味”“松弛感”“银发力量”“小孩哥/小孩姐”。

据介绍,该“十大流行语”由语言文字专家研究全年互联网和大众媒体中出现的高频热词而评定,关注中文语言文字的“创新”。《咬文嚼字》主编黄安靖说,“语言是社会的一面镜子,今年流行语折射出的时代特征十分鲜明。”

今年人工智能引领的高科技发展迅猛。据介绍,“数智化”为数字化和智能化的融合体,是新型工业化的鲜明特征,是形成新质生产力的重要途径。“智能向善”指人工智能的发展必须有利于更好增进人类福祉,既能够推动产业变革和经济发展,又能够让社会更加美好。“未来产业”则包括未来制造、未来信息、未来材料、未来能源、未来空间和未来健康等新赛道。

文旅融合正为中国文化行业带来新鲜气象。2024年,美国博主保保熊一句“city不city”火遍中国。语言文字专家指出,“city”本义是城市,也可指城市化的,而“city不city”衍生出时髦、洋气、现代化以及“刺激、开心”的感觉”。中国实施144小时过境免

签政策,让越来越多的外国游客在中国发出“好city啊”的感叹。

2024年,那些鲜活表达人们状态的词语热度居高不下。“水灵灵地××”,原本出自一位韩国女歌手在展示照片拼贴画时说的话,迅速走红网络后,被用于形容人漂亮而有精神、动植物等润泽有生气,也可以用来自我调侃和自嘲。

“班味”指的是上班压力过大的人们眼神疲惫、面容憔悴。这一词语走红,源自网文《一旦上过班,你的气质就会改变了》。网友不仅热议“班味”,也喜欢分享“去除班味”的方法,如旅游、休假、社交、文娱等。而与“班味”相反,备受追捧的“松弛感”,则指遇事能从容应对、善待自己、不慌张、不焦虑,这是人们向往的状态。

源于游戏的“硬控”一词,在2024年变成了拥有魅力和吸引力的正面表达。语言文字专家分析,网络上常说的“硬控我×秒”“××硬控我×分钟”,意思是某种事物非常吸引人,让人短期内完全沦陷、身不由己,常用于形容某个事物或现象对人们产生强烈吸引力,让人无法不关注。

十大流行语中,“银发力量”和“小孩哥/小孩姐”携手亮相。“银发力量”指老年群体在社会各个领域产生的不可忽视的力量,既老有所养、老有所乐,又老有所为,年龄不能阻挡“银发族”活力四射。而“小孩哥/小孩姐”指的是在某方面具有过人才能的孩子。巴黎奥运会上,“中国军团”涌现一批“小孩哥/小孩姐”,年纪虽小却拥有非凡才能和心理素质,未来可期。

记者 孙丽萍

## 变废为宝!“地沟油”如何变身航空燃油?

据新华社北京12月2日电 把令人皱眉的“地沟油”转化为航空燃料,全周期可较传统化石燃料减少60%至80%的温室气体排放——第二届中国国际供应链促进博览会上展示的一项低碳解决方案,吸引了众人的目光。

“地沟油”,常见于餐馆、食堂等场所的废弃油脂,一直是城市环境治理的难题。而今“地沟油”正从“含绿量”之变,带来发展“含金量”。

中国科学院青岛生物能源与过程研究所多相催化转化研究组组长陈松研究员介绍,“地沟油”的主要成分是甘油酯和游离脂肪酸,二者均由碳、氢、氧三种元素组成,而航空燃油是由碳和氢两种元素构成。

因此,将“地沟油”转化为航空燃油,首先要脱除其中的氧元素,然后将大分子裂解成较小的分子,并将直链结构分子转变成支链结构,以满足航空燃油在高空、低温环境中的使用要求。

“简而言之,将‘地沟油’进行加氢脱氧、加氢裂解和加氢异构,再根

据沸点对产物进行分离,就可最终得到航空燃油。”陈松说。

从陆地奔驰的公交车“恋上”生物柴油,到加注生物航空燃油的飞机“上天”……“地沟油”从“0”到“1”的创新之变,呈现出更广阔的发展“含金量”。

作为一种常见的废弃物,“地沟油”一旦转化为航空燃油,可以实现废弃物的资源化利用,减少环境污染。

废弃食用油脂“重生”,变绿色能源“香饽饽”——朗坤科技股份有限公司运营的广州市生物质资源再生中心,不久前迎来了一支由人大代表、政协委员、专家学者等组成的餐厨废弃食用油脂处理“打卡探访团”。

公司董事长陈建湘介绍,通过预处理、反应催化、减压蒸馏等多道工序,借助生物酶高效催化等技术,可以将“地沟油”转化为生物柴油。采用其他工艺深加工,还可以将废弃油脂转化生产出更高附加值的生物航空燃油。

新华社记者 李恒 张泉