

暖风机、冲锋衣、四件套……过冬装备线上线下载齐“升温”

保暖“神器”上新，科技又时髦

观察
关注“暖经济”①

■编者按 冬日来临，气温下降。从保暖衣物的热销到饮食偏好的转变，市场的每一个角落都弥漫着“暖经济”气息，展现季节变换带来的经济活力。新的消费需求催生新的市场趋势，本报记者走进消费市场最前线，探访今冬衣食住行等方面的新场景、新变化。敬请关注。

□ 本报记者 邢金钰

入冬以来，线下各大商场以及线上各大电商平台上，保暖御寒消费走俏，“暖经济”持续升温。

新型取暖设备站上“c”位

走进位于烟台市芝罘区青年路的三联家电，映入眼帘的是各大品牌的塔式暖风机、油汀暖气片、台式取暖器、小太阳取暖器等取暖设备，温度渐冷，它们站上店里的“C”位。

“我买取暖器，最看重的是安全性，另

外还要升温快、节能环保、便于移动。”刚下单两台电暖炉的王先生说，对比了多款取暖器后，王先生最终购买了价格799元、可三秒出热风，且具备智能变频功能的新款。

“小艾，小艾，调整到智能变频模式。”艾美特专柜的销售人员演示着今年新款智能取暖器的操作方式，“现在年轻消费者喜欢智能家电，而且看重外观设计。10月下旬开始，门店便陆续增加具备变频、智能语音的新款取暖器。降温之后，一天最多能卖近30台。”

“像这种轻便的暖风机很受中小企业青睐。小暖风机上班时间随用随开，出热风快，下班时间可以彻底断电，更有性价比。”美的专柜的销售人员指着一台可摇头的小型暖风机介绍。

除线下家电卖场外，淘宝、京东等电商平台取暖商品同样热卖，部分小型取暖设备销量破万。京东数据显示，10月20日20:00至10月31日21:00，京东“双11”取暖设备成为冬日御寒“主角”，取暖器成交额环比增长466%，室内取暖器搜索量环比提升超7倍。

“上午有个小伙子来定了一台壁挂炉。他们家有新生婴儿，就来选购了能兼顾地暖热水和日常使用热水、还能设定温度的设备。”能率专柜的销售人员孙玉（化名）接着说，“刚才离开的一家三口选定的则是这款零冷水的水热水器，就是打开立刻出热水的新款。降温赶上了‘以旧换新’政策，这几天来选热水器的消费者不少。”

“冲锋衣穿搭”成冬日新“look”

“‘三合一’冲锋衣，在冲锋衣外壳下，有的是羽绒内胆，有的翻绒内搭。冷的时候穿两层，不冷的时候穿一层，既能防风防雨，还比羽绒服更时尚，配鲨鱼裤、工装裤都好看。”在芝罘区大悦城一楼专柜，选购冲锋衣的市民张真真说。

在今年的冬装领域，“冲锋衣”成了当红单品。有关冲锋衣的穿搭分享、测评内容铺天盖地，冲锋衣的穿搭分享和话题讨论热度不断攀升。

“今年冬天，选购冲锋衣的消费者明显增多。一方面是温度降得慢，相比羽绒服，冲锋衣更适合现在的温度；另一方面是‘三合一’冲锋衣性价比和实用性更高，一次消费，三种穿法。”北面店铺内的工作人员拿起一款冲锋衣介绍，“当下流行‘山系穿搭’，冲锋衣是户外装扮的理想选择。”

根据天猫今年10月发布的冲锋衣热销榜数据，榜单前20款中，有11款为“三合一”冲锋衣。国产品牌如骆驼、伯希和、安踏、李宁等，也积极涌入冲锋衣赛道，以千元内的定价赢得大众消费市场。

今年“双11”期间，“三合一”冲锋衣仍跻身服饰销售排行榜前列。根据京东运动的“双11”战报，冲锋衣裤成交额同比增长超100%。另据魔镜数据，自2023年8月至2024年9月，在主流电商平台上，冲锋衣销售额突破“百亿大关”，市场正快速增长。

冬日产品的“科技与狠活”

雪花纷飞时，蜷缩在温暖又蓬松的被褥之中，堪称冬日里的治愈良方。

“冬天消费者都喜欢又软又暖的床品。”在烟台北方家用纺织品有限公司，销售经理徐文芝拿起今年冬天最为热销的四件套介绍，“这款是今年推出的新品‘暮色可可’，采用了碳素轻磨毛工艺，有长度均匀、绵密丰盈的短绒，体感非常舒适。”

“现在消费者更关注品质和性价比，对磨毛床品的掉毛率和软度要求都比较高。我们也在不断改进工艺，找到绒毛量和软度之间的平衡点。”徐文芝介绍，北方家纺的销售渠道中，批发零售占比较高。“双11”期间，北方家纺推出了冬季优惠活动，“暮色可可”批发价降低10%，销量同比增长30%左右。

为了更好地满足消费者对冬季用品的消费需求，各大服装品牌也纷纷在冬季服装上下足功夫，融入各类保暖材料技术。“这款冲锋衣内里使用了远红外蓄热技术，对服装保暖性的提升效果明显。”在波司登天猫旗舰店的直播间内，主播正在介绍即将售罄的户外机能防护外套。

波司登天猫旗舰店的客服介绍，波司登采用的远红外蓄热材料能够在短短30秒内使温度增加2.6℃，超出国标1.8倍，能够迅速反射身体热能，高效循环锁温。即便在寒冷天气下，消费者也能快速暖和，不惧低温侵袭。



管护麦苗保越冬

□通讯员 张乐民 李学飞 报道
12月1日，临沂市郯城县郯城街道，农机手驾驶植保农机对小麦进行除草和病虫害防治。

入冬以来，郯城县根据土壤墒情好、小麦生长旺的特点，积极调配植保机械加强小麦控旺、除草、病虫害防治等冬季管理，确保全县68万亩小麦安全越冬，为明年小麦丰产丰收奠定坚实基础。

百龙创园坚持提前布局、创新驱动，以新业态、新模式助推产业转型升级

细分赛道也有大出路

糖产品，预计新增年销售收入2.71亿元。

从麦芽糖醇到益生元，再到膳食纤维和健康甜味剂，百龙创园自2021年上市以来，营收和利润一直稳步增长。

细分赛道也有大出路。麦芽糖浆、果葡糖浆等低附加值产品市场竞争激烈，作为初创企业，百龙创园举步维艰。于是，百龙创园瞄准下游客户寻找新出路，确定抗性糊精为突破口，进行技术工艺攻关，逐步实现工业化生产，成功打开国外市场。阿洛酮糖产品的异军突起，便是该企业重视开拓创新的有力佐证，当多家同行企业计划扩展阿洛酮糖产能时，百龙创园早已实现工业化量产。

走进企业结晶糖数字化生产车间，数十台自动化生产设备有序运转。“该车间生产线从设计、建造到运营全过程采用数

字孪生技术，引入DCS自控系统以及现场行迹监控系统，实现无人化值守，综合能耗降低40%以上，可年产结晶果糖、阿洛酮糖1.5万吨。” 窦光朋说，在新项目建设过程中，各级工信部门全程服务、全程参与，今年为企业申请认定为省级数字工厂，争取了资金扶持。通过与江南大学、山东大学、中国生物发酵研究院等科研院所所在产品工艺、酶制剂开发等多方面开展紧密的产学研合作，企业实现专利成果转移转化，已累计申请专利140余项，今年新获山东科学技术进步二等奖一项，并参与制订了糖尿病人群核心营养干预方案。

11月19日，企业参加德国法兰克福欧洲食品配料展，展会共展出阿洛酮糖、抗性糊精等十余种产品，这是今年该企业第9次参加国际性会展。共建“一带一

路”倡议提出后，百龙创园发力国际市场，大力进行海外产业布局。去年10月成立百龙创园（泰国）有限公司，投资建设泰国生产基地项目；后续计划在美国建立应用技术研发中心。“公司拥有自营进出口权，产品远销五十多个国家和地区，海外布局可以深入参与到全球供应链体系中，与国内同行企业市场上形成一定的差异化竞争优势。”窦光朋说。

企业所处细分行业需求的“蓝海”方兴未艾，他们已瞄准了未来3至5年销售收入要达到百亿元的目标。“我们将全力实施产业链延伸工程、产业品牌创建工程，积极引导功能糖产业向终端化和高端化发展，推动由健康产品提供商向‘产品+服务’整体解决方案的服务商转变，以新业态、新模式推动产业转型升级。”窦光朋说。

企业“码上”点单 定制服务解困

发展中的诸多隐忧，让他得以心无旁骛地谋划长远发展。

“之前通过扫码，结合企业实际情况，提出了‘迫切需要完善商业秘密保护制度’的诉求。没承想，市场监管部门很快就上门来，给我们量身定制了一整套方案，虽说推行时间不长，可成效显著。”孙建华说。

他口中的“码”，正是淄博市市场监督管理局创新推出的“码上办”服务平台专属二维码。企业通过扫码，登录小程序，按需点击政策查询、需求服务、职能办理等功能模块，在弹出的信息框内填入联系人、联系电话及详细诉求内容后点击提交，相关信息便能即刻传至“码上办”服务平台，进入“一件事”处理流程。淄博市市场监管部门会第一时间与企业对接，力求做到“政策码上送、需求码上办、职能码上看、服务码上评”。

孙建华之所以对“商业秘密保护”格外重视，其原因是企业被侵权事件的发生。淄

博华舜作为一家集科研开发、生产销售于一体的国家高新技术企业，其自主研发的专利产品——耐腐蚀系列液环式真空泵，处于行业领先水平。

“在博山同行业里，我们体量虽小，但科研底蕴深厚，算起来有30多年科研历程。”孙建华介绍，公司目前拥有多项发明专利，产品均是独立自主研发。

然而，就是这样一家科技创新示范型民营企业，最近几年却遭遇产品被侵权、商业秘密泄露的重创，损失惨重。“虽说侵权事件在市场监管部门全力协助下，处理顺利。可也让我深刻意识到保护商业秘密对以技术为核心竞争力的企业来说，是何等重要。”孙建华说。

正是有此前车之鉴，淄博市市场监管部门在收到华舜通过扫码发来的“点单式需求”后，迅速行动，紧密贴合企业实际状况，量身定制“一企一策”服务方案，助力企业筑牢商业秘密保护的“防火墙”。在制度

建设层面，梳理出30余条工作意见，从大处着眼，推动企业设立专门的商业秘密保护管理部门，健全完善管理制度体系；从小处入手，指导在关键区域、重点部位加装门禁与监控设备，规范员工手机使用规范等，全方位查漏补缺，强化保护力度。

不仅如此，“市场监管部门还帮着我们制定了应对知识产权侵权或商业秘密泄露的应急预案，一旦有突发状况，能迅速反应、有效处置，把损失降到最低。”孙建华补充说。

如今，华舜在商业秘密保护上已形成成熟机制，适宜申报专利的成果及时申请，不适宜专利申请的则纳入商业秘密范畴严格保密，密织防护网。

在淄博，通过“进千企 解难题 促发展”活动受益的企业不只是华舜。截至目前，淄博市市场监管系统累计服务企业589家，企业共提出诉求2191项，已解决1180项，需持续跟进的1011项。

一周经济评论

□ 孙源泽

11月29日，与辉同行山东行以2.5亿元的销售额完美收官。为期四天的活动里，在“董宇辉”这个IP以及互联网巨大流量的助力下，一众山东好物火速出圈，为2024年的消费市场再添“一把火”。

新形势下扩大消费需要新思维。今年前10个月，山东实现社会消费品零售总额30688.3亿元，同比增长5.2%，消费市场实现固本提质。

运用扩消费新思维须善于拥抱互联网。《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示，截至今年上半年，我国网民数量已接近11亿人，线上消费已成为扩内需的主阵地之一。今年以来，山东在促消费领域积极运用互联网思维，推动消费市场稳步向好。

以刚刚过去的“双十一”网络促销节为例，山东抓住这一网络消费节点，在全网组织开展“厚道山东人 地道山东品”百县千金万品上直播活动，同时在淘宝天猫、快手、美团、银座、大润发等平台分别搭建了不同形式的“好客山东 好品山东”线上展销专区，集中推介山东好品。展销期间，累计聚合山东商家超10万家，专区展销山东好品超50万款，显著提高了山东好品销售量。今年前10个月，山东限额以上实物商品网上零售额增长24.6%，比前三季度加快1.2个百分点。通过拥抱互联网，山东交出了消费亮眼成绩单。

运用扩消费新思维须善于创造新的消费场景。随着我国社会消费从温饱型向舒适型、发展型、享受型转变，消费内容和业态、产品消费和服务消费的比例关系，标准化消费和个性化差异化消费的结构等都在发生趋势性改变。当前，90后和00后人群已逐渐成为主力消费人群，他们的消费诉求具有鲜明的时代特征，追求场景化消费和追捧热点消费，对传统的消费模式提出变革需求。

今年以来，山东大力实施“消费促进年”活动，围绕汽车、家电、家居等重点领域，开展促消费十大专项行动，省市区联动，开展200场以上促销活动，实现“季季有主题、月月有活动、周周有场景”，确保全年活动不断、好戏连台。这样做就是为了满足消费者对于消费场景创新的需求。从当前消费市场运行趋势看，这些做法收获了很好的效果。

运用扩消费新思维须善于发掘新的消费亮点。吃、穿、用、住、行等是消费的基本领域也是传统领域。随着消费升级，消费者越发注重这类消费的品质、品质、标准等高质量特征。

作为传统的文化大省、消费大省，山东在漫长的历史长河中孕育了众多老字号企业，这些企业产品品质高，品牌历史悠久，在当下消费市场中具有潜在优势。今年以来，山东把培育老字号国货“潮品”纳入培育消费新增点的工作。积极引导老字号企业发挥优势创新产品，利用跨国公司领导人青岛峰会、港澳山东周、新加坡山东周，以及进博会、消博会、服贸会等高端交流展销平台，组织老字号开展集中对外推介，鲁味斋扒蹄味冰激凌、野风酥糖酥麻饼等一批山东老字号创新产品受到热捧。

运用新思维促消费，说到底就是回应消费市场对于新质生产力的需求。临近年尾，山东也即将交出2024消费市场的成绩单。在新思维的引导下，这份成绩单成色如何，我们有理由期待。

2024年全国人才人事科研工作交流会在济南举行

□记者 姜斌 通讯员 王帅 报道
本报济南讯 11月28日，2024年全国人才人事科研工作交流会暨黄河流域人力资源服务供需对接会在济南举行。大会以“塑造现代化人力资源 赋能实体经济发展”为主题，全国各省市、中国人事科学研究院、黄河流域沿线省市及济南都市圈参会代表共计400余人参加会议。

活动现场对2024年全国人才与人事研究主题征文44个获奖单位和个人、2024年“技耀泉城”海右技能人才大赛12名获奖者、济南市人力资源服务首批10家领军机构和10名领军人才颁发奖牌和证书。黄河流域沿线省市12项人力资源服务供需对接项目现场签约，15项优质人力资源服务创新产品项目现场展演。其间，全国人才人事科研工作交流会召开，由100余名专家组成的课题组对2024年地方合作课题进行了结项评审。同时，黄河流域国家级产业园联盟会议召开，济南市作为联盟发起单位及轮值主席单位作了工作报告。

近年来，济南市锚定“黄河流域重要的中心城市”战略定位，坚持深化人力资源服务高质量创新发展，建成1家国家级人力资源服务产业园、8家区域特色园区。全市人力资源服务机构近2000家，年营收超过450亿元，年服务实体企业50余万家，人力资源服务业逐渐成为拉动经济增长的重要引擎。

山东省人民代表大会常务委员会决定

（2024年11月20日山东省第十四届人民代表大会

常务委员会第十二次会议通过）

关于批准《济南市数字经济促进条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《济南市数字经济促进条例》，由济南市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《青岛市种业促进条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《青岛市种业促进条例》，由青岛市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《枣庄市传统村落保护条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《枣庄市传统村落保护条例》，由枣庄市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《东营市生活垃圾分类管理条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《东营市生活垃圾分类管理条例》，由东营市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《烟台市节约用水条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《烟台市节约用水条例》，由烟台市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《烟台市数字经济促进条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《烟台市数字经济促进条例》，由烟台市人民代表大会常务委员会公布施行。

关于批准《济宁市消防条例》的决定

山东省第十四届人民代表大会常务委员会第十二次会议经过审查，决定批准《济宁市消防条例》，由济宁市人民代表大会常务委员会公布施行。