

## 商品丰富价格实惠 年轻人爱上“批发式购物”

近日,记者探访了西安几家颇具特色的批发市场,发现这些市场不仅商品丰富、价格实惠,更承载着浓厚的生活气息。不少年轻人感叹,和朋友相约批发市场,购买零食、水果,凑单买衣服,也是种不错的体验。

### 线下选择 款式多性价比高

今年23岁的大学毕业生文文告诉记者,她和大学舍友这个暑假已经开始找工作了。但是,没有什么合适的职场服装,在某购物平台买了几件,要么质量不好,要么大小不合适……8月18日,在康复路交易广场挑选衬衫的文文说,这里是她小时候经常逛的地方,想在这里找找适合的职场服装。“这里款式多,可以试穿,还可以讲价。虽然不是大品牌,但性价比很高。”文文告诉记者,康复路交易市场算是西安本地比较知名的综合性批发市场了。无论是家居用品、服装鞋帽,还是电子产品、玩具饰品,都能在这里找到。“一般情况,商品都是卖给周

边城市的小批发商,如果有零散客户加点钱也会卖。”一位经营户告诉记者,由于市场规模庞大,商家之间的竞争也异常激烈,因此价格往往被压得很低。

除了康复路交易广场,朱雀美居花卉市场也是年轻人喜爱的购物之地。“马上要开学了,我给宿舍淘几盆绿植。”静静说,她是一名大三学生,就住在何家村,周末闲来无事,想给家里买些鲜花,顺便装点一下宿舍。

一位花店老板告诉记者,市场营业时间从8时到20时,一日三餐都在店里解决,“店外塑料桶里的花,都是10元起,最多不超过25元。好多年年轻人走到这儿,就会顺手买一些。”

### 水果拼单 货比三家更划算

对于喜欢水果的市民来说,西安雨润水果批发市场无疑是一个宝藏之地。作为一级批发市场,这里的水果种类繁多、应有尽有。

8月18日下午,记者在西北农副产品中心批发市场看到,不少年轻人打车来买水果。王女士说,她和3名女孩合租在星火路附近一小区,以前下班回家都会各自买些水果分享。后来发现,在批发市场买水果,不仅新鲜还便宜。

“老板,这一箱黄桃多钱?有几个?”水果店老板说,这里面有16到18个,带箱子11斤左右。老板告诉记者,他们这里批发肯定会比零售便宜一些,有不少年轻人来拼单,买一箱后再平分。

“小学门口卖的这些‘手工粘土’特别贵,一包好几十块钱。在这儿只要几块钱,我准备

给娃多批发一些。”8月19日上午,陈女士带着4岁的女儿在西北轻工批发市场购物,“这里涵盖了生活用品、办公文具、床上用品、窗帘布艺、小礼品等多种商品,我也是在小区和别的家长闲聊的时候了解到的,这里的物品性价比较高。”

“每一层卖的东西都不一样,你看这一层全部都是办公文具类的,几乎每家都有‘手工粘土’。”在这里,货比三家,绝不买贵。陈女士说,她吃过早饭,带着孩子乘坐地铁1号线在通化门站下车就到了,特别方便。

眼下,越来越多的年轻人选择前往批发市场采购。他们将这一行为视为一种独特的体验,甚至有些游客会特意从外地赶来打卡。

本报记者 葛兰

随着中秋节的临近,目前各式各样的月饼已经被不少商家摆上货架,作为中秋佳节的传统食物,今年市面上的月饼有点“潮”。8月19日,记者走访市场发现,融入中国风、卡通动漫、DIY制作等元素的“新潮”月饼受到不少消费者欢迎。此外,除了传统的豆沙、五仁馅料,一些新口味月饼也满足了不同人群的需求。

## 国风元素 卡通动漫 DIY制作 中秋将至 西安月饼“潮气十足”

### 国潮风 卡通风 月饼礼盒噱头足

在西安市一家连锁品牌糕点店内可以看到,各式各样的月饼被摆在了刚一入门的显眼位置,更抓人眼球的是,一款99元5枚装的月饼礼盒上,印着时下很受欢迎年轻人喜欢的国风漫画角色。5名漫画人物身着中国古代服饰,配上“好月相思”的标题,让人感受到一股浓浓的中国风。

在另一家连锁超市中,同样为月饼设置了专属销售区,如果说之前的中国风月饼受年轻人欢迎,那这里的月饼则更加吸引小朋友的眼球。米老鼠、草莓熊……当这些可爱的卡通角色被印上月饼外包装时,很难有小孩子能抵挡住这种诱惑。销售人员表



商超中的月饼包装上印着可爱的卡通人物。

示,这一类月饼礼盒不仅仅是包装可爱,里面的月饼也做成了卡通人物的形状,还附赠相框、音乐盒等小礼品,目前这些卡通月饼销量不错,孩子们很喜欢。

除了包装和外形,另一种月饼自制套装也噱头十足。相比于

成品月饼,这一类月饼礼盒内装的是制作月饼的原材料和工具,其将“DIY”作为月饼的卖点,让消费者自己动手制作不用烘烤的冰皮月饼。从网购平台上月销量8万多单的数据来看,这类月饼很受欢迎。

### 芝士 火腿 油泼辣子 馅料五花八门

月饼厂家用来吸引消费者的不单单是月饼的包装和外形,在月饼本身也下了功夫。作为决定月饼口味的重要原料,在馅料的选用上,不少厂家除了豆沙、枣泥、五仁等传统馅料外,也纷纷加入新元素。芝士、火腿、巧克力,甚至是油泼辣子,都被包进了月饼皮中。

记者走访发现,在西安市

各超市及糕点店中,除了传统的中式馅料,像芝士、巧克力、火腿黑松露这一类西式口味的月饼也占据了市场的一席之地。此外,在一连锁品牌糕点店内,番茄香辣味的月饼被摆上货架,看似是“黑暗料理”,实则受到不少消费者青睐。在这家糕点店的线上销售平台,这款口味的月饼高居

销售榜首。此外,近年来,随着经济发展和人们消费观念改变,人参黑芝麻、黄精五仁等以中药成分作为馅料的月饼也出现在市场中。这一类月饼以养生为卖点,除馅料外,饼皮也采用粗粮为原料,这一类月饼在线上或线下市场中均占有一席之地。

### “创新”口味更吸引年轻人

记者通过采访了解到,今年西安市面上销售的月饼,无论在“颜值”还是“创新”上都下了功夫,这受到不少年轻人的青睐。“这盒名为‘好月相思’的月饼我很喜欢,月饼包装盒上的图案很有中国风。”在糕点店内选购月饼的大学生陈睿说,因为他是一名汉服爱好者,

而这款月饼礼盒上穿着中国古代服饰的动漫人物造型很符合他的审美。

此外,一些月饼在口味上的创新,也是年轻人选择它们的重要原因之一。不少年轻消费者表示,小时候吃的都是豆沙、枣泥馅的月饼,千篇一律总会觉得单调,而芝

士、巧克力更符合年轻人的口味。业内人士表示,随着消费者对食品口味需求更加多样化,月饼行业在传统口味的基础上,不断推出新口味月饼以适应市场变化,创新口味与高端化战略正引领年轻消费潮流。

文/图 本报记者 白圩珑

## 陕煤集团的“四种经营理念”

2023年以来,面对严峻复杂的外部市场环境,陕煤集团始终以推动高质量发展为主题,将“四种经营理念”落地落实,坚持用“紧日子”过“好日子”、用“赚钱”思维去“花钱”、用“乙方”思维做“甲方”、用“营销”思维抓“生产”。

### 用“紧日子”过“好日子”

陕煤集团把厉行勤俭节约、坚持过“紧日子”作为应对市场下行的的重要手段,实现了以点带面推动营收利润增长的“好日子”。建立全面的成本管控体系,在成本管控上拓思路、谋措施、促节流,将成本指标分解下达,夯实“集团公司—板块公司—经营单位—车间岗位”四级成本管控责任,持续完善降本增效长效机制。

上半年,通过优化组织流程,降低单耗水平,严控非生产性支出等措施,提升企业成本竞争力和盈利能力,原煤完全成本、化工产品加权平均成本、吨电完全成本、吨钢成本同比分别下降14.5元/吨、98.7元/

吨、3.8元/兆瓦时和256.4元/吨。用单位产品成本的下降,对冲产品价格的下行,用坚持过“紧日子”的作为过“好日子”,体现高质量的发展,助力实现集团整体营收稳定增长、利润大幅提升的良好发展态势,位列省属国企前列。

其中宝鸡海营营收、利润分别同比增长42%和23%,榆林化学完成年度利润指标512%,黄陵矿业煤炭产量同比增长8.9%,增幅居陕煤集团煤炭板块第一。陕煤电力集团以一分钱成本攻坚专项行动,奋力实现2024年度电成本下降1分钱、增效5亿元目标。

### 用“赚钱”思维去“花钱”

在市场严峻环境下,陕煤集团转变思想,将生产经营基点从“会花钱”向“会赚钱”转变,遵循市场逻辑,以“赚钱”思维,在项目谋划、生产经营、改革创新中,注重算好投资回报、效益效率、价值增长的经济账。

陕煤集团重点谋划3个千亿元级投资项目,支撑企业在“十四五”时期实现高质量发展。这些项目中,榆林化学二期一阶段项目从项目投资、成本控制、装置规模和运营质量等方面,先后历经5次全方面研究论证,在产品大项不变的情况下压减投资111亿元,同步缩短

投资回报周期,全过程跟踪审计管控,形成重大项目主要负责人牵头、工作专班推进的决策新模式。

煤炭板块加快智能化建设,将人均工效由9.8吨提升至10.2吨,同比增长10.5%;投入安全环保资金20亿,有效保障各生产单元安全环保约束下的稳定长周期运行;黄陵、信阳煤电三大主机通过合并招标降价11%。

积极抢占新赛道或新赛道,2024年上半年,战略性新兴产业投资占比达41.7%;投入研发资金18亿元,取得23项传统产业升级改造、20项前瞻性技术研发推进,714项专利数又等丰硕成果。旗下江苏舜矿股份有限公司获评国家级制造业单项冠军企业。陕西煤业化工技术研究院有限责任公司获评国务院国资委“科改企业”专项评估“标杆”企业,实现科技成果转化收入3.2亿元。

### 用“乙方”思维做“甲方”

作为以传统能源领域为主的企业,陕煤集团深刻意识到“甲方”角色的思维惯性往往导致市场意识相对不足,要改变“只低头生产,不抬头看市场”的思维格局,将视角转变为“乙方”角色是求新求变的迫切需求,这其中秉持开放心态“换位思考”,从“乙方”角度分析和回应市场需求,是发展破局的着力点。

通过实行流程再造、提高服务效率、精简审批程序、减少沟通成本、加强系统调研、剖析深层问题等措施,陕煤集团充分发挥局部机构在全局的枢纽协调职能,增强局部领域在发展中科学的专业水平,将企业规模优势、产品优势和技术优势转化为市场优势,实现了降本增效,提升了市场话语权。

陕煤集团开展“五型”总部创建,为应对市场不确定性和下行压力,全面加强监测调度和运行分析,形成了“每天监测、每周安排、每月分析”的工作机制,及时发现解决基层生产经营中各类难题。

这一理念的转变,使陕煤集团发展受益匪浅。上半年,国内国际两个市场新增合作经济规模达200亿元,其中“陕煤制造”聚烯烃、碳纤维等产品出口20个国家和地区,签订高端采煤机、钾盐采矿机出口订单7台,摊铺机出口订单150台。所属10家单位56个项目入选2024年陕西省重点新产品开发项目,新产品数量同比增长14%,创历年新高。

### 用“营销”思维抓“生产”

生产归于销售,效益始于销售,不能为生产而生产,这是陕煤集团的共识,意味着生产自始就要坚持以市

场为导向。打通生产端、消费端信息渠道,提高产品与市场的适配度,放大以销定产、以产促销、产供销联动的协同效应,保障产品收益最大化。

这要求企业在煤炭、电力、化工等领域具备适度规模的柔性生产、调峰调谷、运输支撑等能力,生产不再是产品的简单产出,而是集产出、储备、调运为一体的协作系统,要在市场价格波动时,把握市场节奏,打通物理空间阻隔,快速、精准的产出、储备、调运、销售,在对外部精准化应对、内部高效协作中实现收益最大化。

陕煤集团总部从宏观层面核算效益点,督导板块按效益点组织生产、检修。上半年,彬长矿业开发冶金煤市场,新增化工煤及高炉喷吹煤等品种,实现增值创收4.19亿元。化工集团根据市场变化调整运行负荷,组织停车检修,乙二醇等10种产品综合能耗优于基准水平。

其中蒲洁能化合理调整双聚产品结构,发挥区位优势,成功开发新客户71家,在主要产品量价齐跌背景下,实现聚烯烃产量、营业收入、利润总额分别同比增长13.73%、7.76%、112.59%;营销集团紧盯市场发现价格,外购煤销量突破1500万吨,推动资源置换实现增效超2.1亿元。文/梅方义 汪琳