

在品牌跨界联名中发展壮大

周志翔

9月4日,贵州茅台与瑞幸咖啡推出的联名咖啡酱香拿铁在瑞幸咖啡全国门店同步上市,该饮品一经推出便成为焦点话题,首日销量突破542万杯,单品首日销售额突破1亿元。媒体报道,瑞幸“酱香拿铁”厚奶的供应商为宁夏塞尚乳业有限公司(以下简称“塞尚乳业”),后者是目前国内乳品深加工领域的“独角兽”。

咖啡和白酒联名,让乳品加工企业成为关注热点,足见品牌跨界联名的影响力。品牌跨界联名正成为越来越多企业间合作的范例,它可以实现资源共享、优势互补、创新协同,可以带来多方面的品牌价值和营销效益。

跨界联名可以增加品牌知名度。通过跨界联名,两个或多个不同领域的品牌可以相互补充,分享彼此的用户群体和市场资源,从而扩大品牌知名度和影响力。瑞幸咖啡与贵州茅台作为各自赛道的顶流品牌,双方也是各取所需。茅台所看重的是

瑞幸咖啡自带流量,且拥有海量的年轻消费群体,意在通过合作扩大自身在年轻消费群体中的品牌影响力。

跨界联名可以带来新鲜感和惊喜,引领消费新趋势,点燃顾客的消费热情。这种创新和话题性可以帮助品牌保持关注度,扩大影响力。关于外界对白酒风味厚奶中是否含有茅台酒的疑问,塞尚乳业董事长回应,原料中有价值3000万的茅台酒,一瓶一瓶加入原料中,最后还将瓶子集体运走,非常严格。这些创新的话题和做法,无疑助推了这款饮品大卖,这是各方都希望看到的结果。

如何在与知名品牌合作的过程中,实现自身企业经济效益的最大化,这是塞尚乳业应该要做的事情,这种合作模式也可以成为更多本地企业尝试的发展路径。在银川市发展新食品产业的征程中,像塞尚乳业这类以科技含量赋能的企业,需要更多联名合作,相信会不断地制造惊喜。

究竟是谁的作业?

吴戈

据报道,不少地方的家长近日因为孩子的暑假作业,全家齐上阵忙得焦头烂额。拍视频、做PPT、打印材料……各科的作业五花八门,什么形式都有,全国还有许多家长在社交平台吐槽,暑假作业变成了家长的主战场。这就让人不禁要问,暑假作业到底是谁的?

今时不同往日,过去暑假作业就是简单的练习册,让大家能在暑假里保持学习状态,以更好地适应开学后的学习。但如今,暑假作业的目的更多的是为了提升孩子的实践能力。有些作业,仅靠孩子自己是无法完成的,需要家长配合,这时候家长的角色就由“辅助者”,转变成了作业的“执行者”,作业也就变成了家长的作业。再加上现在电子设备在教学过程中的普及,以及各种教育理念的融合,作业的操作难度与日俱增,可以说由孩子独立完成的可能性微乎其微,这就让孩子无法在布置的作业里有所收获,同时还增加了家长的负担。

而作为老师来说,怎么布置好作业应该是评价其教学水平高低的一项重要,应该考虑怎么结合学生的实际情况,合理设定作业难度和数量,切忌为了布置作业而布置作业。让教育回归本质,别让本应该是孩子的作业成了家长的。

告别“土豪”盒装月饼 离不开严查严管

刘薇

中秋临近,针对月饼过度包装等问题出台的新国标业已正式实施,中消协也紧跟着发布消费提示,呼吁经营者严格遵守,呼吁消费者积极响应,呼吁全社会共同行动。

按照新标准,网兜、抽屉式包装均被明确算作月饼包装中的一层,此外,月饼包装中除了不能放入红酒、茶叶外,刀叉也不应与月饼混装。以如上强制性规定推动月饼包装瘦身,是监管上了一道紧箍咒,但紧靠此类约束,仍不足以将市场推向理性、良性,尚需多些办法、多些严格,让月饼去掉“土豪”气,真正回归食品属性,保证安全的前提下更多体现节日最初的仪式感。

越来越“土豪”的盒装月饼,盛着市场非理性表现,而自律一旦失效,逐利之竞争令商家很难自觉起来,也就无法通过市场自我调节来扭转,必须辅以外部之他律规制、纠偏。于是,2021年,《限制商品过度包装要求食品和化妆品》新国标出炉,对月

饼的包装、混搭提出规范要求,并为企业和市场设置两年过渡期,将正式实施日期定在了今年9月1日。在这过渡的两年里,网上曾出现单独销售的月饼包装盒,文化创意融入其间,给予用户更多的选择空间,让物质层面的“够意思”,变成了精神层面的“有意思”。这种转变,顺势而为,也是相关政策设定的预期效果。只可惜,消费观念转变需要一个过程,也难免出现掉队的人。他们总能找出规定之漏,使劲儿钻进去掏个更大的洞出来,加之监管亦非无时无处不在,一旦约束力减弱,很多问题仍可能卷土重来。

总是提醒消费者响应有什么用呢?绝大多数买卖,并非消费需求决定生产和销售,反而是被引导,严查严管才能促进严格遵守。规定已出,执法部门要迅速行动,以零容忍之势线上线下同时出拳,发现一起查处一起,问题严重的适度增加其违法违规成本,用代价倒逼其远离市场。

我也来

谈谈

落实落细政策 让加装电梯不再难

孙瑞亭

9月1日起,《中华人民共和国无障碍环境建设法》正式施行,如何弥合信息鸿沟、如何治理盲道断头、如何支持加装电梯等一件件急难愁盼问题,都可以从中找到解决的答案。的确,对于老年人和行动不便的居民来说,没有电梯出行十分不便,不少人甚至因此而“宅”在家中。既然有法可依,如何在此基础上落实落细政策,让加装电梯不再难,让他们的出行担忧一扫而空,是当前职能部门需要持续推进的重要工作。

据统计,银川市1995年到2005年建成、4~6层的既有多层住宅约2900幢、11100单元,需要加装电梯的既有建筑数量庞大。2019年5月,我市正式出台了《既有住宅加装电梯工作的指导意见(试行)》。随后,通过试点加装、资金补贴、项目推进,目前三区共实施加装电梯约260部,其中完成竣工验收、上报申请市级补贴资金的有226部,共计1805万元市级补贴资金已经全部拨付至辖区。尽管目前加装电梯还存在着这样那样的问题,但终究是解决了一部分人的上楼下楼难题,也让一些多年未下楼的“悬空老人”有了实实在在的获得

感、幸福感和安全感。这背后既有迎难而上的决心,又有条分缕析、精细治理的耐心。

不过从具体实践来看,目前加装电梯依然是老大难问题,仍要面对诸多阻力。首先是低层和高层居民之间的利益不好平衡,想要达成共识存在难题。其次,项目资金的筹措、后期运营维护这两大难题也是比较重的负担。此外,施工安全问题、楼梯结构影响、环境维护保障等也是必须要考虑的问题。所有这些问题仅仅依靠相关《指导意见》是没有办法完全解决的,需要上位法来给出答案,通过进一步明确加装范围、发挥各方面作用以及充分考虑兼顾居民不同利益诉求,让这一社会普遍关切的问题能够从法理、制度层面具有可操作性。对此,《无障碍环境建设法》中的一些法条就为老旧小区加装电梯问题定下了基调,如“国家支持城镇老旧小区既有多层住宅加装电梯或者其他无障碍设施,为残疾人、老年人提供便利。”“房屋所有权人应当弘扬中华民族与邻为善、守望相助等传统美德,加强沟通协商,依法配合既有多层住宅加装电梯或者其他无障碍设施。”

针对具体问题,外地的一些加装电梯案例也

可以借鉴,比如推行成片连片加装电梯,通过统一规划、统一申请、统一批复来解决以往审批时间长、程序烦琐等情况;找到让赞成和反对双方能够共情、共鸣的方法,从而实现共同受益、利好共享。资金方面,随着住房进入存量住房阶段,老旧小区改造势必会成为新的住房投资热点,其中加装电梯等都对产业链上其他行业可以产生积极带动作用,既惠及居民又拉动经济,这势必也是一个解决改造资金缺口的渠道。这一点从《银川市加快推动老旧小区改造实施方案(2022—2025年)》中就能找到相关的配套支持政策,即建立合理共担改造资金机制。说白了就是建立改造资金政府与居民、社会力量合理共担机制,形成财政资金托底、营养资金拓宽、金融政策补充的完善链条。其中,“支持小区居民提取住房公积金用于加装电梯等自住房改造”就得到了相关职能部门的落实。

显然,在国家鼓励、政府支持、居民配合三个方面对解决这类问题作出规定的基础上,进一步落实落细政策,配合有效的基层治理,是让加装电梯不再难的合理路径。