

“新品质、生鲜、营养、便捷受追捧

餐桌消费大数据显现“鲜”趋势

■资讯

汉庭拟推 清洁师计划



1月9日，华住酒店集团邀请新津春子和日本空港 techno 株式会社代表田崎光莅临汉庭上海桂林路酒店指导清洁工作，并与华住旗下各酒店品牌的服务人员代表共同探讨清洁技巧，交流清洁经验和心得。

据了解，在东京羽田机场连续多年被评为“世界最干净机场”的背后，有一位将清洁做到极致的清洁匠人新津春子，她获得了“日本国家建筑物清洁技能士”的资格证书。培训会上，华住首席质量官 CQO 孙清一宣布计划将面向全国 2000 余家汉庭酒店的近万名一线清洁员发起“清洁师计划”，通过内部技能培训和客人点评等衡量标准来为一线清洁员进行星级评定，以培育酒店清洁人员的专业性和荣誉感，为在清洁工作岗位上尽心尽力付出的一线清洁员提供成为“匠人”的环境和沃土，让每一个人都有成为新津春子的机会。

此外，围绕“干净”这一点，作为华住旗下经济型酒店标杆品牌的汉庭酒店，自 2016 年首家发起“干净运动”后便率先进行了一系列自我革新，并引进世界五百强企业艺康公司专业、高效、安全的清洁剂产品，为酒店卫生保驾护航，同期推行“爱干净、住汉庭”这一口号、启动干净承诺誓师大会、推行干净认证等。

青年报 王娟

和平影视 全控股聚胜财富

经历过一波洗牌潮后，互金平台正加强自律、推进合规的步伐也在加快。近日，上海聚胜投资管理有限公司正式宣布获得上海和平影视投资，由上海和平影视企业公司集团直接控股，成为 100% 国资控股互金平台。聚胜投资相关负责人在接受采访时表示，合法合规一直是聚胜投资经营的原则和底线，一直以来，聚胜财富着力在自身熟悉的行业领域内为供应链上下游企业进行融资撮合服务，此次和平影视的全资控股，亦是对前者品牌资信的一种背书认可。和平影视方面表示，未来，将从人事、业务和财务 3 方面对聚胜财富进行新的规划管理，例如将其人士关系纳入国有企业编制、由集团批准执行其相关业务、创建相应的监管制度等。聚胜计划将在 2017 年为 3000 家中小企业完成 50 亿金融服务。

青年报 王霞

春节近在咫尺。眼看年度饕餮时节即将来临，智利帝王蟹、波士顿龙虾、澳洲车厘子、越南芒果……你的年货囤好了吗？

“作为最懂吃的民族之一，中国消费者在博大精深的传统饮食文化之外，显得越来越‘心怀世界’。”据近日最新发布的《2017 中国家庭餐桌消费潮流报告》显示，国内消费者正呈现出更愿“为质量可控、营养均衡、丰富多样和加工便捷的食材买单”的趋势，其中，“鲜”成为餐桌消费升级的核心主题。

青年报 王霞

购买力“版图”：食不患远

每到年底，食物和假期便成为刷屏主力军。新西兰的牛奶、挪威的三文鱼、美国的车厘子、日本的点心……你的家里，或多或少都会有一些“来自远方”的食品吧？

“如今，中国消费者对进口生鲜产品的需求正日益增加。其中，水产品、水果和肉禽产品等品类成为主流，且增长明显。”近日，CBNData 联合天猫发布《2017 中国家庭餐桌消费潮流报告》，报告显示，随着国民收入的不断提高，中国消费者对“吃”的要求正迅速提升。

与此同时，品质、多样、营养和便捷成为消费者日常购买需求中的 4 大细分趋势。

“随着消费者对品质要求的提高，有品牌背书的生鲜商品快速赢得消费者的青睐。”《报告》显示。2014-2016 年，线上品牌生鲜销售额占生鲜销售总额比例从 34.6% 上升到 60.5%。报告联合发布方之一 CBNData 相关负责人在接受采访时表示，消费者关注品牌的背后，看重的是其所保障的生鲜品质，同时，“产地环境、生产生长采摘周期、饲料/肥料状况、生产加工技术、分拣质控标准、运输时效、卖家对生产源头的控制能力，正逐渐成为消费者所关注的新品质维度。”

不过，“心有远方，足不出户”是国内消费者在餐桌购买日常中的另一个重要趋势，来自阿里的大数据显示，具有地方特色的国产生鲜商品在电商平台的销量、销售份额两方面呈现“双双走俏”趋势。而一些地方特色蔬菜虽然市场份额

不高，但却呈现出快速增长的趋势，如临沂地瓜、天目冬笋等。

与此同时，营养成分和便捷也成为目前消费者关注的重点。“越来越多消费者选择经过简单烹饪就可食用的生鲜速食，尤其是生活在二三级城市的年轻人，”报告显示。

餐桌新趋势：食不吝“鲜”

不同的节日，大家喜欢的东西可也大不同。来自天猫的大数据显示，在元旦，消费者不仅喜欢牛排、海参，还有不少人买了咸鸭蛋和泡菜；情人节，许多人青睐榴莲、鱼胶等等。不过，橙是消费者们购买最多的生鲜。

那春节该吃点啥？“水果、海鲜少不了。”据报告显示，春节期间，消费者最喜欢购买的是生鲜产品分别是橙子、车厘子、海参、苹果、桔子、芒果、牛排、帝王蟹、梨和三文鱼。

“不过，基于 2015 年到 2016 年不同年龄层喜好度提升最快的生鲜产品数据，如果家里年轻人比较多的话，今年不妨多准备一些冷冻章鱼、虾仁和各种丸子；如果为中年人准备，可别忘了备着青口贝、冻虾、扇贝柱；若孝敬老人的话，各种新鲜蔬菜、海带、冻虾可别忘了多买点。”报告撰写者建议道。

虽然都爱吃生鲜，但各个地区消费者偏好的生鲜品类不尽相同。北京地区消费者“热爱冻虾、生牛肉和海鲜鱼类”，上海地区则充分显示出“对三文鱼的至爱”，而“吃功深厚”的广东人则对鱼胶、苹果、车厘子爱不释口，腌制泡菜也是他们的“菜”。

其中，一线城市在生鲜产品上表现出强势的消费力，上



海、北京分列全国各地家庭餐桌生鲜消费力排行榜的前两位，浙江、江苏、广东三省紧随其后。而西部内陆省份居民的生鲜消费习惯则“有待养成”。

有趣的是，在线上购买熟食凉菜的消费者近年来正呈现快速增长的趋势，年轻人的占

比不断增加，其中，28 至 35 岁的年轻白领已是消费主力人群。而与普通家庭相比，有宝宝家庭更偏好购买新鲜水果和新鲜蔬菜，更少购买水果制品和腌制脱水蔬菜，有业内人士认为，某种程度上，“孩子的降临正在推动家庭生鲜消费升级”。

金立再启品牌升级 重新定义“成功标配”

青年报 姜卓

如今，智能手机的意义正迅速拓宽，并逐渐延伸至社会责任。近日，金立年度高端旗舰新品 M2017 在海口亮相，与以往不同的是，此次发布更像是一场由金立 M2017 代言人冯小刚、徐帆夫妇与金立集团董事长刘立荣夫妇共同发起的“家宴”。

早前，金立官方微博曾透露，这是一场“高科技与人文精神完美融合”的发布会，而代言人冯小刚又以亲笔家书的形式，在邀请函上以“家宴”为这场发布会定下基调。

“面向高端政商人群，金立 M2017 致力于解决用户最为关心的通信、数据和支付 3 大安全

问题。”金立集团董事长刘立荣表示，在带动品牌升级的基础上，该款新品还希望向全社会发出“回归家庭”的人文精神号召，“这也标志着金立向高端手机市场迈出坚实的一步。”

据了解，M2017 内置特殊安全加密芯片，“每颗芯片都与手机 CPU 进行唯一绑定，暴力拆解或更换芯片都无法破解手机里的加密数据”，令 M 系列硬件级的数据安全性能得到极大提升。

镜头方面，M2017 搭载 1200 万 + 1300 万两倍光学变焦双摄，通过不同焦距的两枚镜头之间的切换，在手机上实现两倍光学变焦。为满足高端政商人群需求，M2017 背面大面积使用头层小牛皮，双摄像头周围的设计则传承



盾牌造型，搭配钻石状的几何微雕，颇有层次感和刚毅感。

与此同时，此次新品为金立重新定义成功带来巨大信心，“成功的标准是家庭幸福，成功的标配是 M2017。”刘立荣如是

说，“我们正致力于高科技与人文关怀的融合，深入了解用户的精神世界，以领先的创新科技，设计出卓越的作品，带给用户愉悦的享受。这也是‘科技 悦生活’的理念诠释。”