

进入6月,走在省城街道上,熙熙攘攘的景象又呈现在眼前,陆续开张的商店期盼着顾客“报复性消费”的来临——

你去“报复性消费”了吗?

本报记者 李若男

记者观察

进入6月份,省城小学生复课了,幼儿园小朋友也有地方“收留”了。走在街道上,熙熙攘攘的繁荣景象又呈现在眼前,陆续开张的商店期盼着顾客“报复性消费”的来临。你去“报复性消费”了吗?

大商厦小商店反应不一

“一律15元,店内服饰一律15元。”6月8日,在水西关康隆商城背后,一家服装店正在甩卖店内的商品。T恤、短裤、打底衫在地上堆了很多,大大的“转让”两字也贴在玻璃窗上,店主表示经营不善,开一天亏一天,还不如转出去收回点房租。

紧邻的的另一家服装店,不到20平米的店内装修稍显精致,除了摆着各式女装,地下还摆着几箱西红柿。“我是2008年租的这个小店,以前以销售羊绒衫为主,现在为了维持这个店面几乎成了杂货铺。”店主姐姐告诉记者,维持实体店体的成本很高,这家店房租一年2.5万元,电费、水费等杂七杂八的加起来一年也要有1万元,平摊下来每月成本就需要3000元。今年实体店有3个多月没有营业,只有靠微信朋友圈里销售家居用品。

和街边小店相比,综合性商业体相对人气还比较旺。6月9日,亲贤街茂业百货一层,来来往往的顾客还不少。一家女鞋专卖店工作人员告诉记者,商

场营业后,进店量还可以,最近的销售数据跟去年差不多,但没有出现“井喷”的现象。6月12日,在万象城,五层餐饮部每家店都有不同的促销活动,在几个网络平台有优惠券,力度不小。“我们有不同的活动促消费,像满300元减100元、饮品买一赠一等,但平时工作日客流量还未能恢复到之前。”省内稍有名气的某火锅店工作人员告诉记者,疫情期间他们也开通了外卖并一直延续这种方式,如今堂食的人气虽然已逐步回升,但未能恢复到之前的水平。另一家大型综合商业体的负责人则表示,二季度有政府的政策支持,销售额还算可以,现在更担心的是第三、四季度的销售情况。“我认为这可能还是看行业的情况吧。目前各行各业都是逐步回暖的趋势,有些行业恢复较快,消费较为集中,但是还称不上‘报复性消费’到来。”

消费习惯悄悄改变

“想报复性消费呢。但就是想想,实力不允许啊。”从4月底到现在,蔡女士只在店里买了件内衣,去饭店吃了几顿大餐,剩下几乎没有过多的消费。她表示,自己还是单身,2018年在晋阳街附近买了套小户型的公寓,每个月要还3000多元贷款;去年又分期买了辆车,这样每个月贷款就要还5000多元。复工之前,只能拿到基本工资,绩效加班费几乎为零,贷款也全是靠父母和姑姑帮忙还。现在除了必要的开销,能省则省。

“减少不必要开支成了习惯了。大家都说21天能养成一种习惯,特殊时期

内学会了做饭、做奶茶等各种技能。同时,网购也很方便,没有觉得消费被压制。”线下线上的消费方式,让女士大多数购物欲望都能得到了满足。“家里蹲”的经历,让她消费更趋于理性,对理财有了新的规划,不再像以前常用信用卡提前消费。她要改变消费习惯,开始存钱。

“吃火锅、喝奶茶,这个月我几乎天天在外面聚餐,分别跟亲朋好友吃饭聊天,把之前约定的都补回来。”慧慧表示虽然消费次数多,但都是小额消费,大家长着脸,跟以往无异,而且也没有实力去疯狂购物。

“我现在是想报复性挣钱,4个月损失了100万元,还怎么去消费呢?”张先生的两家临街店铺,有三个月没有营业,但房租照常交、人员工资也不能拖欠,欠款还要不回来,现在是想想办法做各类促销活动,让生意回到正轨。

采访中,大部分消费者认为对于“报复性消费”是心有余而力不足,开源节流才是目前的生活方式。

理性消费已经成为主流

“‘报复性消费’指的是疫情过后,压抑已久的消费欲望会集中爆发,疯狂消费的行为。随着各行各业复工复产的步伐,消费热度在逐步攀升,但我认为这不是报复性消费,只能算是短期集中消费或者恢复性消费。大家在家待了几个月,很多人的金钱观、消费观也会被重塑。刚性消费在疫情期间基本都可以满足,受影响比较大的可能就是

情感需求消费,比如饭店聚餐、看电影等等行为。以前一周去饭店吃一两顿饭,突然变成好几个月不能去饭店吃饭。随着社会秩序逐步恢复,积压的情感需求消费被释放,会选择连续多次补偿性的外出就餐,这是纯粹的心理性消费行为。在自己经济承受能力范围内,都是很正常的。”太原建强心理咨询工作室的心理咨询师表示。

记者采访发现,很多人的消费观已经有了很大的变化。许女士告诉记者,她的同学中经商做企业经济条件好的人喜欢买名牌包包等,工薪阶层的人购物实用就好。几个月过去了再聚,变化最大的反而是“有钱人”,突然谦逊朴实,大家还有些不习惯。一问,疫情期间太难了,哪里都要钱。现在企业想恢复到以前还需时日。“想起来以前花了那么多不该花的钱后悔死了,以后要过紧日子呢。”

该花的就花,不该花的坚决不花。这是许多人现在的消费理念。

中北大学经管学院王璐老师分析:这次疫情影响的程度、范围很大。“地球村”大环境下,国外严峻的疫情,直接、间接都会影响国内复工复产的节奏,从这个角度来看,“报复性消费”会存在于一些行业,比如个别一线城市的楼市;但是全面发生“报复性消费”的可能性不大,毕竟经济下行期,“现金为王”是大家都明白的事实。

目前,全国各地各部门已经出台了一系列增强市场信心的政策,经济发展的积极因素也很多,长期向好的态势并没有改变,只是消费恢复起来还需要一段时间。



太焦铁路首条供电配套工程全线贯通

6月5日,太焦铁路山西晋城三甲牵引站220kV供电工程现场,施工人员正在进行BG8-15号导线展放张力场作业。随着最后一截导线安放到位,现场爆发出一阵欢呼声。经过180天的日夜奋战,线路全长11.39公里,铁塔共计47基的太焦铁路三甲牵引站220kV供电工程全线贯通。这也是首条全线贯通的太焦铁路供电配套工程。原嘉 张春喜 徐林波 摄

我省首家线损APP试点应用显成效

太原供电线损管理实现“掌上监测”

本报太原消息 6月10日,太原供电公司晋阳供电所工作人员利用线损助手APP查看台区线损情况。自5月份以来,他们创新线损管理,开展山西省首家线损APP试点应用,10千伏分线线损达标率完成89.83%,同比提升4.65个百分点;380伏台区线损达标率完成95.09%,同比提升3.28个百分点。

线损助手APP基于配网可视化智慧管控平台,通过GIS的定位功能,实现对10千伏分线、分区、分压、母平、主变、输电线路、分台区线损情况和线损异常情况的监测,可以优化线损治理“内—外”交互流程,利用掌上设备,突破台式机的限制,使一线员工更加方便快捷地查看线损信息和治理进度,并实时对比现场、系统台账信息,将“在线监测”升级到了“掌上监测”,促进线损治理提速。同时建立同期线损异常的“预警—分析—检查—处缺—提高”的管控机制,通过工单开展闭环管控,促进营配末端融合。

据了解,至5月底,太原供电公司运行台区总数8621台,合格台区8584台,占比99.57%,同比提升5.28个百分点,超98%的计划1.57个百分点。高损台区26台,较年初减少254台,负损台区4台,较年初减少161台。(常宇星)

提升城乡环境品质 营造整洁人居环境

大同平城区整治环境卫生成效显著

本报大同6月14日讯(记者 李影 通讯员 董芳 靳力)清除垃圾死角,清洗辖区道路、清扫公共空间、清理户外广告……爱国卫生季活动开展以来,大同平城区高标准、严要求,全面开展环境卫生整治集中攻坚行动,提高“扫、掏、运、洗、收、保”各个环节作业标准,从整体上提升城乡环境品质,营造干净整洁的人居环境。

该区重点在市区范围内开展生活垃圾死角大清除行动,对市区内所有主干道、集贸市场周边、无物业小区、城乡接合部、背街小巷等地段进行整治。截至目前,出动环卫工人3600余人次、机械车辆240余辆次,清除垃圾死角216处,共清理生活垃圾3300余吨,进一步改善了城乡环境卫生面貌。

从4月初开始,该区集中机扫公司和清洁公司的所有人力和设备,出动洗路车、洒水车、雾炮车,对市区范围内主干道、非机动车道、人行便道、7座跨河大桥、13座过街天桥,定人定时定岗,采取多种方式进行全面清洗。同时,对于近年来新建并投入使用的120座公共空间,该区实行“一日两消毒”、全覆盖、无死角,努力为广大市民和游客营造优质的如厕环境。

使旅游公路成为“风景中的风景”

“交通+旅游扶贫”助力偏关脱贫攻坚

本报忻州6月14日讯(记者 栗美霞)日前,根据全省建设三大板块旅游公路的整体规划,偏关县成为忻州市三大板块旅游公路的首期开工项目县,三大板块旅游公路偏关县境内第一期工程项目建设成为全市公路交通网络的重要组成部分。

偏关县紧抓本次转型发展机遇,已全力推进境内133.609公里的“黄河1号”旅游公路和“长城1号”旅游公路建设,致力打造精品旅游线路,使旅游公路本身成为特色旅游产品和旅游品牌,成为“风景中的风景”。

据悉,项目的建成将实现偏关旅游公路“城景通、景区通”的发展目标,连接偏关县内零散旅游景点,大大促进旅游资源的开发。同时,也将带动沿线农家乐、乡村客栈等旅游产业发展,促进农村居民长期稳定增收。另外,偏关县脱贫攻坚指挥部也出台了关于沿“长城1号、黄河1号”旅游公路创办农家乐补贴政策。

下一步,偏关县将加快推进长城1号旅游公路二期项目(长城板块旅游公路主线偏关县境内老营至南场段)建设,打通全市旅游公路网络,提高景区通达性。同时,完善旅游公路配套设施,全面推动全县旅游产业发展,助力全县脱贫攻坚决战决胜。

农发行运城城市分行:

深挖地方廉政元素 打造特色廉政文化

本报运城6月14日讯(记者 吕游 通讯员 武克勤 王艺霖)为进一步加大党风廉政建设反腐败工作力度,强化党员干部使命担当,增强行动自觉,6月8日,农发行运城城市分行组织辖内各支行行长、机关各部室负责人前往永济市李雪峰纪念馆、郑林纪念馆等红色教育基地参观学习,开展为期一天的“廉政文化伴我行”现场观摩体验交流活动,共同追忆峥嵘岁月,接受心灵洗礼。

该行充分利用河东传统文化底蕴深厚的优势,深入挖掘廉政文化精神内涵,通过学习廉政文化脉络、现代勤廉典型等,传播和弘扬廉洁价值理念,塑造具有地方特色的廉洁文化,不断夯实全面从严治党战略根基,努力向高质量发展打造“强劲引擎”。该行还组织开展了廉政文化专题学习交流会,并在2020年上半年党风廉政建设形势分析会上,集体学习了《关于规范和强化运用监督执纪“第一种形态”的指导意见》及驻行纪检监察组《关于5起扶贫领域腐败和作风问题典型案例的通报》,持续以廉政文化为引领,树形象、抓队伍、转作风、正风气,真正把党风廉政建设各项要求落到实处。

图片新闻

粽叶飘香过端午 幸福和谐邻里情

6月14日,在“我们的节日——端午节”到来之际,太原市迎泽区并州路二社区组织群众和志愿者开展“粽叶飘香过端午、幸福和谐邻里情”为主题的包粽子活动。随后,社区工作人员、志愿者们分头把煮好的“爱心”粽子送到了环卫和建筑工人手中,也送到辖区困难家庭、空巢老人、残疾人家中,让他们感受到浓浓的节日氛围以及社区的关爱。

本报记者 高在中 摄

汇青年力量 展青春风采

——省电力公司“百团会战”主动为客户分忧 本报记者 张剑雯 通讯员 冉涌

一线传真

“感谢供电公司的青年志愿者让孩子们学到了电力安全知识,欢迎你们常来开展科普工作。”6月12日,在文水县南武小学,供电公司员工以讲故事的形式对全校学生进行了一次安全用电常识宣讲。看着孩子们饶有兴趣的样子,在场教师纷纷对宣讲者竖起大拇指。这是省电力公司团委开展“百团会战”志愿服务活动的

一个场景。4月下旬以来,为擦亮“团青”品牌,引导团员青年紧密结合本单位工作需求,在岗位建功和奉献社会中展示青春风采,省电力公司团委成立晋电志愿者联盟,组织基层20个团委和173个团支部广泛开展了“百团会战”志愿服务活动。要求各单位团委、各团支部积极开展力所能及的服务工作,主动为客户分忧,为群众解难,为企业发展贡献力量。活动得到基层各单位和广大青年

员工的热烈响应,报名参加率达到90%以上。各单位团委和团支部因地制宜,因时制宜,因需制宜,举办了各具特色的会战活动。4月25日,晋城供电公司团委利用周末时间开展“百团会战配网综合治理”活动,组织青年志愿者对4条10千伏线路进行巡视,巡视线路约20公里,发现缺陷32处,在提升配电网供电可靠性的同时,为团员青年搭建了学习实践的平台。5月25日,长治供电公司团委在沁县开展“百团会战配网线路数据质量核查”活动,

(上接第1版)

“到2022年我县人工栽植的连翘可达20万亩”,翼城县县委副书记解涛告诉记者,“届时,可实现连翘年产9万吨,产值9亿元,有望实现农民人均增收3600元,经济效益十分可观。”

培育加工龙头,把连翘资源打造成茶品牌

5月23日,记者来到位于翼城县桥上镇黄家垣村的山西晋华农业科技有限公司,在茶叶生产车间,记者看到工人们正在往机器里添加新鲜连翘叶,这些鲜叶通过揉捻机、揉捻机、速包机、平板机、松包机、烘焙等工序,纯正

地道的连翘药茶就制作完成了。目前,公司已试制成功连翘绿茶、红茶和黑茶三个品种,并积极对接有关企业,准备在连翘饮品上做文章。

随着连翘栽植规模的扩大,翼城积极支持山西晋华农业科技有限公司等连翘药茶加工企业。该县通过政府引导、市场主导、链条式开发、一体化布局,大力开展招商引资,培育了9个种植类、加工类、药茶类公司和15个专业合作社,推动翼城药茶产业全方位融入山西药茶产业发展联盟。

山西晋华旅游有限公司也立足翼城连翘,开发连翘基地观光线路,发展连翘药茶加工产业。该公司通过挖掘民间工艺、外出参观学习、引进先进技

术,基本形成了具有自主知识产权的连翘毛茶加工工艺。

其负责人石敏兴奋地说:“省委省政府将药茶产业布局,对我们企业来说,可谓迎来了发展的春天。县里也出台了发展意见和龙头企业培育、金融服务、营地保障等各项政策措施,我们对发展药茶产业特别有信心。”

南梁镇引进了山西煜顺祥农业开发有限公司,投资1000万元建成了连翘加工厂,当前正在安装智能化连翘加工设备,预计7月份投产,日吞吐青翘50吨,将形成“产、销、储”一体化经营模式和产业化发展。南梁镇党委提出“茶产品”“茶经济”“茶文化”三步走战略,向精加工要效益,目前已与连翘茶研发

企业完成对接,达成初步合作意向。

该镇党委书记王志伟透露,下一步,南梁镇将继续规范人工栽植,引导产业进入,完善配套设施,拓展营销市场,推动一二三产深度融合,将连翘“小灌木”建成生态“大产业”,带动村民脱贫致富。

建基地、搞加工、创品牌、拓市场,翼城的连翘药茶正在蹚出一条高质量发展新路。正如翼城县委书记王渊在与山西中医药大学签署“山西药茶”产教融合创新发展协议时所说:“我坚信,在双方的共同努力下,一定能够将连翘药茶打造成翼城现代农业新名片,为丰富山西药茶区域公共品牌内涵、打造中国第七大茶系作出应有贡献!”