

又是一年高考季，高考期间遇到“蓝丝带”，请给他们更多便利和帮助



中国移动 5G+ 中国移动全光WiFi 全屋千兆就是快

又是一年高考季。为给全市高考生提供更好的服务，今年的爱心助考活动，淄博市教育局、淄博市公安局交警支队联合大众日报淄博融媒体中心，共同为考生送上一份特别的祝福——“蓝丝带”。

高考期间，系有蓝丝带的机动车、非机动车、行人等，都将享

有优先通行和被礼让的待遇，该服务覆盖淄博所有高考生。

淄博温度，爱心助考开新局。

奔赴考场的时候，若是步行前往，蓝丝带可以系在你的手腕上，你会感受到正能量的加持；若是骑车奔赴考场，车把处飘起的蓝丝带，将是一道亮丽的风景

线；若是由家人开车送考，外后视镜处的蓝丝带，会让行程快捷顺利。

你还可以将“金榜题名”“梦想成真”的心愿小铭牌用蓝丝带系起来，挂在车内，戴在身上，你会感到信心倍增，力量爆棚。

相信每一个看到蓝丝带的人，都会将淄博这座城市的温度

带给你，不只是优先通行，不只是礼让待遇。

蓝色的丝带代表了感恩、鼓励、关怀和爱。除了象征考生们的希望、勇气，蓝丝带还传递出考生及家人们得到教育部门及社会各界的祝福。

这是一种强大的精神动力。蓝丝带表示的含义还有“你是我心里最重要的人”。交警部门保障你奔赴考场的绿色通道，卫生部门保障你的身心健康，城管部门积极营造安静平和的考试环境，交通运输部门组织公交、出租等客运车辆免费接送考生……大家都在默默地行动，却无一不在证明着：你对我来说，很重要。

这是一种真挚的爱的承诺。爱和关怀，是我们对广大高考生最强烈的情感表达。通过蓝丝带，让大家感受爱，传递爱，表达爱，让我们的爱涌动在城市的每一个角落，也让我们的城市更暖心。

淄博，在践行、助力“有淄博有爱 志愿有我”文明品牌创建上，始终让爱心和温暖贯穿这个高考季。

淄博市教育局局长孙英涛说，在淄博，一边是幸福烟火，一边是昂扬向上。因为蓝丝带，故有真情在。我们对考生的爱，永不止步。

大众日报淄博融媒体中心记者 张敏

爱心企业连年助考 防暑礼包已备好



山东华信宏仁堂医药连锁有限公司加入爱心助考大家庭，已为考生及家长准备好防暑礼包。

淄博5月25日讯 为高考赋能，送防暑礼包，爱心企业已经准备好了！随着高考临近，淄博市第18届爱心助考“为小”大型公

益活动正凝聚起越来越多的热情。今天，山东华信宏仁堂医药连锁有限公司也加入了爱心助考的大家庭，将在高考期间为考生及家长送上防暑礼包。

山东华信宏仁堂多年来积极参与爱心助考活动。往年，在中心城区各高考考点外，都少不了宏仁堂工作人员忙碌的身影。他们早早设好服务点，现场为考生及家长送上防暑用品、口罩、小扇子等用品，并为学子们送上旗开得胜的祝愿。

今年，山东华信宏仁堂继续加入助考活动，以自己的方式为考生们加油鼓劲。据山东华信宏仁堂医药连锁有限公司市场服务中心总监于海宁介绍，得知爱心助考开始报名的消息后，公司积

极筹措物资，目前已为考生和爱心人士备好了防暑礼包。

于海宁说：“考虑到考生健康和天气因素，每个礼包里我们都准备了口罩、风油精和藿香正气口服液，到时会在考点外向考生、家长发放，希望学子们平安健康应试，取得理想的成绩。作为一家有社会责任感的企业，能为考生、家长做点力所能及的事情，是应该的，也非常有意义。”

践行社会责任，是山东华信宏仁堂不懈的追求。这家诞生于淄博的公司，凭借“诚信利他、爱心服务”的企业理念，历经20年艰苦奋斗，从一家50平方米的药店发展成为布局全省千余家门店的规模。山东华信宏仁堂以责任为担当，坚守初心、无私

奉献，每年投入上千万元支持公益事业，先后捐助困难家庭、抗战老兵、孤寡老人、贫困儿童，捐建乡村卫生室，还为重大活动、重大自然灾害、疫情期间提供医药物资保障。公司先后组织各类社会公益活动1000余次，参加公益活动近万人次，帮扶老人近5万人，还成立了“华信宏仁堂爱心基金会”对失学儿童、独居老人、敬老院和低保人群进行救助，倡导企业员工日行一善，每个人每天做一件好事。

淄博市第18届爱心助考“为小”大型公益活动报名已启动，欢迎爱心企业、爱心人士加入。爱心助考热线：18954421212。

大众日报淄博融媒体中心记者 孙渤海

后疫情时代门店经济该何去何从



阳春三月，春暖花开，疫情后的淄博在经济方面也全面复苏。在疫情过后的新春开市，市民们积攒已久的“消费热”为淄博市大多数市场和门店迎来了“开门红”。当然，人多起来，意味着门店的竞争也就多起来了，不仅线下门店要抢顾客，线上开单也要抢流量。一个“抢”字，成为当前淄博市门店经济的首要特征。

“较过年期间和往年同期营业时间的客流都有显著提升，商家处于饱和状态。”居然之家淄博店办公室主任唐金华明显感觉到今年门店消费“梦幻升温”，“不过疫情放开以后，客流量大了，门店之间的竞争压力自然也就大了，各大品牌都出了很多优惠政策来招揽顾客。”记者在居然之家、海汇电器等家居电商商场走访时发

现，几乎每个品牌都有相应的优惠活动，比如原价2999元的海尔三开门冰箱直降1000元；原价1314元的凯迪仕智能锁现价只需要699元……3月又被商家美其名曰“女神月”，一些在3月8日“女神节”期间出台的优惠满赠，为了吸引更多客流量，一直延续到了3月底。

除了竞争压力下打的“价格战”，开拓新市场、整合优化资源，也是一些线下门店在疫情后选择的新出路。淄川服装城管委会张琪主任介绍说：“我们的柳泉大厦小百货和西一小百货，搬迁至原123号厅，为了引流，新小百货市场现在已经改造提升完毕，软硬件条件都大幅度提升，目前商户已经全部开业。”记者了解到，现在淄川服装城一共约有4500家门店，以前一些相对萧条的市场，经过市场搬迁改造，也开始好转，而且超过四分之一的门店选择开通了线上销售。

“自从开通线上店铺后收入确实增长了不少，不过现在我们对线上平台也是又爱又恨。”淄川服装城里的门店老板徐先生

笑着说，“以前只想着在这个圈子里门店怎么‘活下去’，现在线上售卖是方便了，但是竞争压力也大啊！线上的竞争不仅是淄博地区了，那可是全国的服装行业竞争。”

记者发现，实体店已经从仅卖货的1.0时代，过渡到与网店角逐的2.0时代，而如今已经进入了与网店共存的3.0时代。尤其是受疫情后零售渠道变革、内卷严重等因素影响，淄博市的各行门店均面临前所未有的新挑战。餐饮行业作为到店消费最重要的场景之一，在疫情这三年，淄博市的餐饮业经历了过山车似的起起落落。疫情严重时，先是迎来关店潮，到店餐饮陷入低谷，餐饮企业都在思考如何活下去；政策放开后，一些门店好不容易觉得熬出了头，到店顾客达到了一定峰值，可市民们的“消费热”冷静下来后，中小微个体门店如何在林林总总的餐饮赛道抢得先机，又成为门店老板们头痛的问题。

无独有偶，记者看到在淄博市许多到店服务在疫情期间都

大幅度收缩，包括到店娱乐、到店教育、美容美发、健身等需到线下门店完成的消费。即便如今疫情政策放开，疫情也打破了原有商业链条，改变了人们的消费习惯和偏好。不仅KTV等传统到店娱乐项目处境艰难，以“剧本杀”“密室”为代表的新兴到店娱乐项目竞争也“压力山大”。在淄博市尚美第三城和新世界商业街，许多剧本杀门头房在短短3个月内辗转租赁给了好几个不同的老板。“疫情管控的放开并不代表着门店经济就好做了，没有顾客基础，终究是‘流水的新店’，‘铁打的老店’。”一位准备搬迁的剧本杀店老板无奈地说。

零售业的竞争压力也众目共睹。淄博市义乌小商品城总经理办主任田媛媛在采访中提到：“目前淄博市义乌小商品城的单日客流量在5万到6万人次，对比过年期间是下降了一些，不过天气慢慢回暖，近期持续向好。”记者了解到，淄博市义乌小商品城目前大约有3000家门店，几乎全部开通了线上售卖的模式，尽可能为自己的门店多争取一些

利润。

记者在走访时发现，疫情已经改变了实体店商业逻辑。以实体店商超为例，顾客流失是目前面临的重大问题，一大原因是顾客被分流到了线上。在翻天覆地变化的后疫情时代，线上的次日达、外卖、到家服务，包括生鲜冷藏的履约能力，都与疫情前完全不同，这几项服务的自我强化速度，也非线下实体店商超企业能比，加之这些服务链条背后拥有巨量资金、人才、数据，使其不断地强化自身能力，所以一些门店盲目跟风开通线上服务，如果没有强大的资金和顾客流量作为支撑，也很难免于被淘汰的压力。

对于淄博市本地一些中小微企业而言，不能单纯地追求拓宽渠道，需要做好基本功，以消费者的需求为核心，再匹配自己企业的发展定位，而不是盲目跟风。当后疫情时代商业逻辑发生改变后，门店在寻找增量的同时，还要思考如何留住客户。

大众日报淄博融媒体中心记者 王昭越