

顺德上半年外贸进出口总值1392.1亿元
同比增长16.1%，总值和增速均居各区之首

羊城晚报讯 记者欧阳志强、通讯员关顺报道：7月28日，记者从顺德海关获悉，2022年上半年，顺德区外贸进出口总值1392.1亿元人民币，比上年同期（下同）增长16.1%，占同期佛山市外贸总值的39.7%，总值和增速均居佛山市各区之首。

其中，出口1190.5亿元，增长17.6%，占佛山市出口总值的39.9%；进口201.6亿元，增长8.1%，占佛山市进

口总值的38.1%。单6月，顺德区外贸进出口总值188.2亿元人民币，增长5.2%，其中，出口152.8亿元，增长4.8%；进口35.4亿元，增长6.9%。

出口商品方面。上半年，顺德区机电产品出口800.7亿元，增长11.4%，占同期顺德区外贸出口总值的67.3%；高新技术产品（与机电产品有交叉，下同）出口32.3亿元，增长18.4%。单6月，顺德区机电产品出口111.3亿元，

增长1.7%，占72.8%；高新技术产品出口5.1亿元，增长14.8%。

进口商品方面。上半年，顺德区机电产品进口47.5亿元，增长3.6%，占同期顺德区外贸进口总值的23.6%；高新技术产品进口17.9亿元，下降1.2%。单6月，顺德区机电产品进口8.4亿元，增长0.2%，占23.7%；高新技术产品进口3.1亿元，下降13.3%。

夏日炎炎，佛山人都在怎么解暑？

高温天气烤热佛山冷经济

文/羊城晚报记者 张闻
图/羊城晚报记者 张闻（除署名外）

长夏炎天气郁蒸，火云酷烈烟光凝——要形容最近佛山的天气，“热热热”或许是不少市民的心声。7月25日，佛山禅城、南海、顺德、高明四区亮起高温红色预警信号，7月26日最高气温更是达到了39℃。截至7月28日，佛山最高气温依然保持在38℃。酷暑夏日，着实难耐，也对市民的消费与休闲产生了重要影响。



佛山苏宁卖场内，顾客购置空调热情高涨 苏宁供图

A 空调销量暴增 理性消费仍是主流

炎炎夏日，什么东西最解暑？当然是坐在空调房里，美美地吹着凉风。7月26、27日，记者走访发现，毒辣的阳光“劝退”了不少日间上街的市民。需要出勤的上班族，无论男女都纷纷拿起了遮阳伞，或是戴起了遮阳帽。不少骑行的市民全身包裹防晒衣，还戴上帽子和口罩，把全身包个结实。

如火酷暑，给家里添置一台能及时纳凉的空调成为刚需。记者在祖庙路的苏宁易购店看到，卖场内的各大空调厂商都已做好了夏日冲刺的准备。在商场内的海信专柜，黄色标牌配上大红数字书写的优惠力度十分显眼，部分3000元以下的机型，降价幅度可以达到1300元以上；而在美的专区，除了降价，空调的功能性提升也成了一大卖点。例如，美的专区专门设置迪士尼专区，不但将冰雪女王、米奇等卡通人物印在空调上，更通过语音控制、柔和风力等功能吸引顾客注意。“家里好几年前就买空调了，但这几天太热了，老式空调直吹风又太猛，今天就想再过来选一台。”在城门口上班的付先生趁着中午休息时来到卖场。他告诉记者，本来6月份自己也在网上看，当时自己想再撑一下，没想到7月份这么热，“割肉也得买了。”

“与去年相比，今年7月空调销量同比增长了大约20%。不过，如果从上一周

开始算，一周内空调销量上涨了大约120%。”苏宁易购佛山公司市场经理熊丽芳告诉羊城晚报记者。从产品类型上看，1.5匹的挂式空调是最受欢迎的主力机型，立式柜机同比去年销量也有所增长。而在平均单品价上，今年达到约4000元，超过去年的3300元，主要在于产品升级和功能更加人性化。如无风感、不直吹等功能，一级能效占比超过80%。因为政府、商家和苏宁易购都推出了促消费活动，实际购买还是能享受不少补贴，居民到手价可能不会高于去年。“许多购置空调的客户都是改善型，夏日炎炎，以旧换新为本次空调销量增长贡献不少。”

酷暑也带来其他商品销售的增长，不过并不像空调涨幅这么明显。熊丽芳表示，相比空调，电扇等传统夏季家电增长幅度一般，“主要是夏天太热了，风扇吹出来的风都是热的。”而将直播基地设在佛山、主要走直播营销渠道的DK品牌创始人林伟军也表示，虽然旗下的制冰机7月份销量涨幅也达到约20%，但在他看来并不算高，“酷暑下，可能会有不少人在家里，上网的时间更多了，一定程度上能促进商品销量的增长。但现在消费者都很理性，无论是制冰机还是自制冰淇淋器具，一些消费者会觉得制作麻烦，大多会根据实际需要来选择是否购买。”



炎炎夏日，长鹿休博园水上世界游客开心玩耍 长鹿休博园供图



广东蚕桑丝织文化技艺研学地内，儿童学习编织 南海丝厂供图



佛山岭南天地的奶茶店内，年轻人正在喝奶茶

B 即时经济需求诞生 户外工人降温保障需注意

除了空调等制冷家电，奶茶等解暑饮品也火了。记者走访发现，位于岭南天地的一家喜茶奶茶店成为不少年轻人的休息场所，部分疲惫的顾客更是趴在桌上睡着了。在位于祖庙路的蜜雪冰城奶茶店里，杨枝甘露等饮品早已售罄。“主要是夏天需求太大，货没那么快到，没原料了”，该店一名员工告诉记者。

不过，线下客并不是奶茶店最大的客源。烈日下的大街小巷，戴着防护手套的外卖员骑着电动车穿梭其中，不少奶茶店门口都停着2-3辆配着外卖箱的电动车。部分客流最大的小店，门口竟停着7-8辆电动车。店员忙里忙外，外卖员火急火燎，平均5-6分钟就可以送出一批奶茶。不过，烈日下这段等候时间可也不好受。不少外卖员只好将车辆停在商场连廊下，一边等待，一边玩着手机，打发无聊时间。

“随着天气越来越热，奶茶、咖啡等消暑饮品需求越来越旺”，美团广东相关负责人告诉记者，除了消暑饮品等夏日热销品，经统计发现，烧烤炉、运动服，甚至是风筝、空气炸锅等商品下单量也不断上

升。“概括起来，人们近年来消费方式的改变和夏天人们少出门的习惯，催生了一种‘即时经济’，即人们不再到现场去购物，但对购买商品的时效性要求又更高了。”以夏天为例，烤箱、帐篷等物品都是大家心血来潮的即兴需求，对商品的时效性要求较高。同城快递等方式即时满足了这类需求，成为一种新的消费潮流。

即时经济满足了消费和休闲的需求，但炎炎夏日，外卖员等户外作业员工的防暑工作是否有做好？美团广东相关负责人表示，企业都按规定发放高温补贴，也为快递员准备了水果等降温产品。地方政府也为快递员配备了骑手驿站等休息场所。“外卖员的工作时间相对比较灵活，除了中午、晚上两个高峰时段外，下午2-3点、晚上7-8点相对客流没那么少，外卖员都会在这些时段好好休息。”

“烈日下，外卖员、清洁工、码头工人、户外执勤交警、参加疫情防控的医护人员、建筑工人等群体都属于户外群体，政府已从政策层面出台了有关高温作业防护、卫生标准、劳动保障、高温津贴等方

面的系列文件要求。”工伤预防知名专家、广东省工伤康复中心工伤保险科主任刘辉霞博士告诉羊城晚报记者，相关规定除了对企业提出明确要求外，也对个人预防职业性中暑有明确指导意见，例如，高温作业场所，劳动者工作者应穿戴好耐热工作服、防热面罩、隔热手套、隔热鞋，户外工作需要佩戴好防晒太阳帽、太阳眼镜等。气温过高的11点到15点，尽量不外出作业；保持充足睡眠，调节好心情，做

好岗前职业健康体检，如有高血压、糖尿病、甲亢、心肺功能不全的，不要从事高温作业；外出工作时，一定要及时补充糖盐水，配备可降温的湿毛巾，用来吸汗降温，平时口袋备有清凉油、人丹丸、十滴水等清凉防暑药品；多喝海带绿豆汤等防暑食品，加强营养；高温作业时，尽量不要服用降压药等，同时，劳动者一定要掌握中暑的相关知识和急救技能，便于及时发现，自救互救。



外卖小哥的电动车停在店门口，一有出货马上送走

C 水上世界迎客火爆 室内拓展受欢迎

除了买买买，7月正是暑假期间，夏日聚会也成为很多年轻人喜爱的社交方式。记者了解到，在高温的“考验”下，水上世界成为游客最喜欢的出游场所，而近年兴起的研学游等项目则更偏向于室内游。此外，商家也根据游客出行习惯调整经营策略，“夜经济”更受欢迎了。

“近期水上世界的游客增加了十几倍”，长鹿旅游休博园市场营销中心总监冯洪萍告诉羊城晚报记者。随着地表气温不断升高，游客对避暑项目更加青睐。除了水上世界，长鹿休博园矿洞海洋世界的潜水服务也十分受欢迎。此外，园区设置的自动降温系统、游乐项目预约系统等，都有效避免了游客在烈日下暴晒的尴尬。园区甚至还给动物避暑，包括给动物加冰，让部分动物住进空调房等。“从时间上看，游客入园的时间比以前更晚了，为此我们增加了篝火晚会、夜间水上世界等项目，让游客尽情享受夜间时光的同时，也一定程度上增加了客房订购量。”

除了水上世界，室内拓展也成为炎炎夏日学生研学游最受欢迎的项目。位于西樵山脚下的广东蚕桑丝织文化技艺研学地负责人张良玉最近忙得不亦乐乎。从7月24日开始，当地许多中小學生纷纷来到基地，从认识桑蚕，参观纺织过程，学习使用纺车，利用蚕蛹制作各种文创产品，许多学生玩得不亦乐乎。张良玉告诉记者，基地受欢迎，除了桑基鱼塘文化辐射力大，研学内容不受场地限制，与大多在室内也有关系。“无论是纺织织布，还是参观织布机等，行程大多都在室内，学生在研学的同时，也能比较好地预防中暑。”

酷暑催生了夜间经济。记者走访发现，无论是各大商场，还是佛山市创意产业园、岭南天地等文娱聚集区，夜间游客越来越多了。以岭南天地为例，该园区7月启动了第三届“天地城市节”，以市集“趁墟”的形式，融入适合社交出行的主题活动，其中，今年加入了全网出圈的港乐、新生代说唱、青年独立影像、新兴城市露营等全新的内容，大部分内容都与夜间更加匹配。“我们还针对近日天气炎热的特点，修改了城市节的开始时间，从每天下午4点推迟到5点开市，晚高峰时段也相应推迟了”，岭南天地相关负责人表示，作为佛山市夜间文化和旅游消费集聚区，岭南天地引进有助于夜经济的特色餐吧和娱乐体验进行业态错位布局，也将发挥自身文化及社交目的地的流量优势，通过引入大量公共艺术装置，造节营销，持续发力夜赏、夜演、夜展、夜展、夜宴、夜宿，激发城市和商业的活力与想象力，充分释放夜经济活力，为佛山发力城市夜经济创造新的商业活力，积极助力打造“夜佛山”城市名片。

“随着夏季气温越来越高，文化娱乐旅游格局也会发生相应改变，更需要整条产业链上各个企业重构生态链，改变盈利方式。”广东省旅游网创始人曾令华表示，高温下，水上世界、漂流等娱乐方式更受欢迎，在室内举办的活动也更受欢迎。在应对策略上，曾令华建议，景区不能改变天气，但可以改变自身。一方面，要依靠室内活动吸引游客，活动的内容要够“料”，特别是素质扩展活动，寓教于乐才是室内活动吸引力的秘诀。而在户外活动中，景区一方面要抓好夜经济的发展契机，推出更多好的旅游产品，并做好夜间经济的软硬件配套。另一方面，日间天气炎热，景区也可以多与酒店、旅馆合作，开设午休房、钟点房业务，“行业内部多合作，行业之间多跨界，服务好游客，才能真正为景区赢得口碑。”

湾区新闻部主编/责编 黄磊
美编 丘淑斐 / 校对 余燕红