

父亲节调查： “陪伴者”是受访青年最期待的父亲角色



在很多人的心中，“父亲”两字承载了太多。父亲节到了，你会向父亲表达你的爱吗？

中国青年报社社会调查中心联合问卷网，于父亲节前夕发布的一项有1001名青年参与的调查显示，92.1%的受访青年想在父亲节表达对父亲的爱，其中，63.9%的受访青年会表达，28.3%的受访青年坦言想表达，但不好意思。

超四成受访90后每年会向父亲表达爱意

山东的叶静是独生女，这两天她正在挑选父亲节礼物。“以前不太有这方面的意识，不怎么在意过节的仪式感。但近几年我开始意识到，父母是期待收到孩子的祝福的。看着他们一天天变老，我希望能更多地表达自己的爱意。”

被问及给父亲准备什么礼物时，叶静表示会选择父亲用

得上的，“不能光有花架子。爸爸看重实用，礼物要送到他的心坎儿上”。

中国青年报社的调查显示，受访90后每年都会表达爱意的比例最高，为42.2%。受访独生子女(39.5%)比非独生子女(26.9%)更积极，同时，非独生子女中不好意思表达的比例是34.0%，远高于独生子女(19.1%)。

成长中父亲的影响：性格养成排在第一

调查中，67.8%的受访青年表示父亲在自己的教育成长中参与得多，另有32.3%的受访青年直言参与很少。具体来看，受访90后父亲参与度相对更高，为73.8%，独生子女的父亲参与度(74.9%)明显高于非独生子女(63.2%)。

“在家庭中，爸爸一向是默默、坚强地独自扛下一切，是他教我做一个有担当的人，对我的人生观影响最大。”1999年出生的王子炀现在国外读研，说起父亲，王子

炀说，父亲总强调男人要有责任感，在事业上父亲遇到挫折也没想过放弃。“在家庭责任与担当这一块，我觉得他做得十分出色，也深深地受到了感染。”

成长中，父亲在哪些方面对自己的影响大？性格养成(49.1%)位列第一，其次是责任担当(45.4%)，第三是为人处世(44.4%)。其他还有：价值观建立(38.3%)、情感支持(27.7%)、规则意识(26.1%)、自信心树立(23.9%)、生活技能(23.8%)等。

受访青年最期待的父亲角色，“陪伴者”位列第一

福州某小学教师张魏璐说，在自己还未成年时，父母就离婚了，因此没怎么感受到爸爸的关注，在自己成长中爸爸的参与也不多。在张魏璐看来，爸爸很重要的一个角色应该是孩子的引路人。“在家庭分工上，往往是妈妈在琐碎事情上操心多，爸爸应该腾出更多时间帮孩子打开眼界，带孩子了解广阔的世界。而且在很多孩子心中，爸爸是英雄，有着很酷的形象，他们更能教会孩子无惧困难。”

张魏璐认为，父亲的陪伴

能对孩子起到潜移默化的影响。“我在班上留过一个作业，让父母与孩子进行亲子阅读并拍照留念。绝大多数都是妈妈出镜，只有一位爸爸出镜了，在陪女儿认真地读书。看照片我能感受到这位父亲花了很多心思在女儿培养上。同样地，他的女儿在班上的表现也很优秀。”

受访青年希望父亲扮演什么角色？陪伴者(64.8%)排在第一位，其次是引领者(62.4%)，其他还有：支持者(50.7%)、决策者(36.2%)、参与者(28.9%)。(中国青年报)

促消费加力、“小而美”破圈…… “618”的“购物车”有哪些新变化？

一年一度的“618”购物节，既是促进消费潜力释放的重要节点，也是检验消费复苏成色的“试金石”。今年“618”促消费成效如何？“购物车”折射哪些消费新变化？

不少平台将促销规则化繁为简

京东“618”参与百亿补贴商品数量达到3月的10倍以上；快手电商在“618”期间投入百亿平台流量和10亿元商品补贴；苏宁易购全国多家门店为消费者提供以旧换新补贴、分期免息等优惠……今年“618”，多家平台纷纷升级优惠补贴力度，促进消费加快复苏。

“作为网络零售的重要促销活动，‘618’成为提振消费的重要抓手。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛表示，今年“618”在加大优惠补贴的同时，不少平台将促销规则化繁为简，优化提升了消费体验，有利于促进消费潜力进一步释放。

线上促销火热的同时，不少线下商业体也紧抓“618”契机，促进消费回补升级。银泰百货相关负责人告诉记者，今年“618”除了推出美妆服饰券之外，银泰百

货全国各城市门店还推出了时装秀、迷你音乐节、游园会等一系列丰富线下活动，吸引大批年轻消费者前来体验和消费。

各平台陆续披露的“618”成绩单，见证当下消费市场加速回暖的脚步——京东平台近五成中小商家成交额增长超200%；天猫“618”开卖4小时，手机数码家电类目超30家品牌成交额破亿元；快手电商“618”前三天订单量同比增长超70%……

国家统计局最新数据显示，5月份社会消费品零售总额同比增长12.7%。商务部新闻发言人束珏婷表示，随着端午、暑期等消费旺季到来，居民节假日休闲购物、出行旅游等消费需求将进一步释放，暑期消费季期间，商务部还将组织推出“618端午欢乐购”等多个消费场景，为消费市场增添更多信心活力。

“小而美”破圈的同时，下沉市场潜力释放

这个“618”，来自山东的“85后”创业者王明每天忙个不停，他做的是一份“土”里淘金的生意。

“这几年园艺市场出现爆发式增长，家庭园艺蔬菜、花卉绿植、营养土等销量直线走高，我们的营养土店铺成交额5年翻了25倍，2022年成交额达到5000万元。”王明说。

“新锐白领”“运动达人”“城市新农人”……近年来，伴随消费升级脚步加快，园艺花卉、户外骑行、露营飞盘等众多“小而美”领域的细分需求凸显，各类垂直市场加速崛起。京东“618”数据显示，今年新产品、新品牌、新品类上架数量明显增长，新品增长对整体销售的贡献率较去年同期提升超30%。在得物APP，泡泡玛特、乐高等潮玩品牌销

售增长迅速，获得大批年轻消费者青睐。

“小而美”破圈的同时，下沉市场消费潜能也在加速释放。

苏宁易购零售云数据显示，“618”期间，县镇市场新风健康空调销量同比增长86%，洗碗机、集成灶、嵌入式烤箱销量同比增长分别达89%、61%、143%。来自电商平台发布的消费趋势报告指出，下沉市场消费需求正在与高线城市趋同，并日益呈现多元、个性、悦己等新趋势。

专家表示，我国县域农村消费市场潜力巨大，随着数字技术向低线城市和乡村地区拓展延伸、农村数字化流通体系和基础设施不断完善，下沉市场将为消费恢复和增长注入强劲动能。

“数”“智”赋能，助力降本增效优服务

超过80条自动分拣线，上万个智能分拣机器人24小时不间断作业，日均分拣超450万件包裹……“618”期间，位于江苏的昆山亚一智能物流园区内，集仓储、分拣、转运等功能于一体的智能化网络高效运转。

“江浙沪皖等华东地区超93%自营订单都可实现当日达或次日达，让物流服务的时效和体验再次提升。”物流园区负责人介绍。

AI虚拟主播全天在线，满足多品类、多场景直播需要；商家通过大数据洞察用户需求，引导产品款式、颜色设计；数智供应链每天给出超万条补货、调拨等智能决策，有效提升供应链效率……这个“618”，数字技术高速发展正在助力更多实体商家降本增效、优

化服务。

中国宏观经济研究院研究员王蕴表示，随着“智能+”消费生态体系加快构建，“数”“智”技术将进一步推动产业转型升级，促进商品和服务供给迈向中高端，更好满足人民美好生活需要，创造消费新增长点。(据新华社)

公告

质维电子科技(无锡)有限公司:

本中心受理的你单位原职工张振东投诉你单位少缴、漏缴住房公积金案,现依法向你单位公告送达《无锡市住房公积金管理中心单位举证通知书》(编号[2023]锡房金执字4-0086号),请你单位自公告之日起30日内来我中心领取《无锡市住房公积金管理中心单位举证通知书》,逾期则视为送达。

特此公告。

无锡市住房公积金管理中心
2023年6月19日