

这个夏天为何大瓶饮料“受宠”？



炎炎夏日，有更多的饮料品牌推出大包装产品。从900ml的东方树叶和茶π、950ml的外星人电解质水、1L的海之言，到1.5L的娃哈哈AD钙奶及2L的汇源果汁，大包装饮料已逐步爬上超市货架的核心位置，而这股趋势在线上销售平台同样火热。

“到了夏天我一般是买大瓶装饮料更多一些，因为喝起来过瘾，且1L规格饮料刚好够一天喝完，所以干脆直接选大瓶装。”市民曾先生告诉记者。

某品牌相关负责人表示，很多外星人电解质水的消费者都是重度运动爱好者。在运动强度大的时候，500ml的常规容量可能不够喝。如果一次性带两瓶也不方便携带。所以品牌推出了950ml大瓶装，针对这一场景给到更完善的运动补液服务。

在尼尔森IQ发布的《2024中国饮料行业趋势与展望》中，600ml-1249ml的大即饮成为饮料行业近年来的新增长点。这一规格段在所有规格中的销售额占比，从2019年的6.4%增长至2023年的11.3%。

性价比是大包装受消费者青睐的重要原因之一。

记者在一家社区超市看到，900ml的东方树叶售价7元，而普通装500ml东方树叶售价5元。900ml宝特力电解质矿泉水售价10元，500ml售价6.5元。650ml的西柚口味外星人电解质水5元，500ml的反面售价6元，不少“1L装”饮料在电商平台价格比实体店更加优惠，优惠后甚至比普通小包装更便宜。

“以我平时购买的东方树叶为例，500ml规格一般售价5元左右，900ml规格售价7元，有时叠加门店优惠，6元就可以买到手。价差才1元~2元，容量却有400ml的差距，而且夏天饮水量原本就大一些，一天喝900ml正好。”市民宋小姐表示，相比之前500ml的普通装来说，大瓶装更有性价比。

据海报新闻

录取通知书出现错字 宜宾学院发声明致歉



近日，有网友称，宜宾学院录取通知书上将“录”字打成了“寻”字。

7月14日，宜宾学院教务处发布更正声明。声明如下：

2024年7月11日，我校寄发了2024级新生（专升本）录取通知书。现将通知书中的“寻”字更正为“录”字。

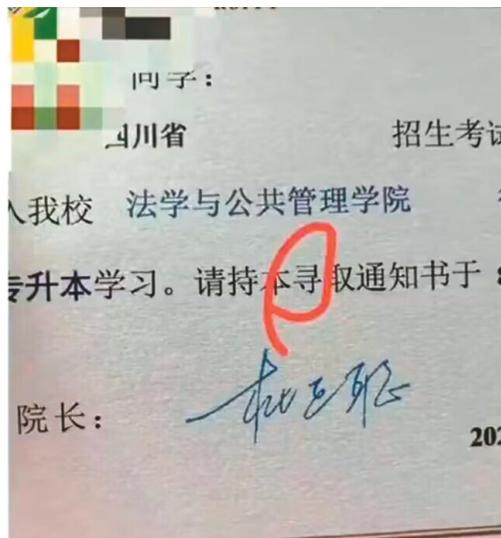
我们对工作上的疏忽深表歉意，本着对学生和社会负责的态度，现重新寄出更正后的录取通知书。请同学们凭新收到的录取通知书按时来校报到，旧的通知书将于报到时统一回收。感谢大家的批评指正，我们将认真汲取教训，不断改进工作，再次深表歉意！谢谢！

其实，录取通知书出错并非宜宾学院一家。就在上个月，宁波大学研究生录取通知书上的“university”一词被印成了“unversity”，少了一个字母“i”。而往年也曾出现过巢湖学院、广州中医药大学等新生录取通知书印制错误的案例，引发舆论广泛关注。

虽说“错版”录取通知书可以回收，重新制作一份正确的也不是难事，但经舆论关注后受损的高校形象与美誉度要修复，却并非易事。

当前，高考已经结束，即将迎来招录及寄发录取通知书的集中阶段，各高校在比拼创意之前，恐怕更要以此为鉴，在录取通知书的设计、印制、把关、审核等流程上做到万无一失，别被“错版”录取通知书轻易打了脸，同时也留住学校在新生眼中良好的第一印象。

据大象新闻



一群名校硕博生摆摊卖烤肠走红



最近，中山大学周边一个名为“中大哲学吗喽烤肠”的摊位火了起来。几位小伙伴架起烤炉摆摊卖火山石烤肠，旁边宣传海报上写着：“中大烤肠、学术交流、哲学交流”，吸引了不少顾客驻足围观。有人好奇地问：“名校生也摆摊卖烤肠？”

记者联系到该团队成员胖达（化名），他今年29岁，刚从中山大学哲学系硕士毕业，目前和朋友从事哲学考研辅导。他告诉记者，团队共有9人，有今年刚毕业的硕士生，也有中山大学和首都师范大学的在读博士生。

子恒（化名）今年28岁，是中山大学哲学系在读博士生，也是“中大哲学吗喽烤肠”的团队成员。他最早提出摆摊卖烤肠的想法，“胖达马上就要毕业了，我们是同门，关系非常好。我们想一起做些事情，给他留下特殊的毕业回忆。”因为他们经常在地铁出站口看到一位阿姨在卖烤肠，一晚上能卖五六十根，“摆摊一天可以赚一两百元，正好够房租。刚开始就是开个玩笑，没想到大家商议后觉得可行。”

胖达告诉记者，他们从6月中旬开始摆摊卖烤肠，至今出摊了十多次，营业时间从晚上10点到深夜12点。

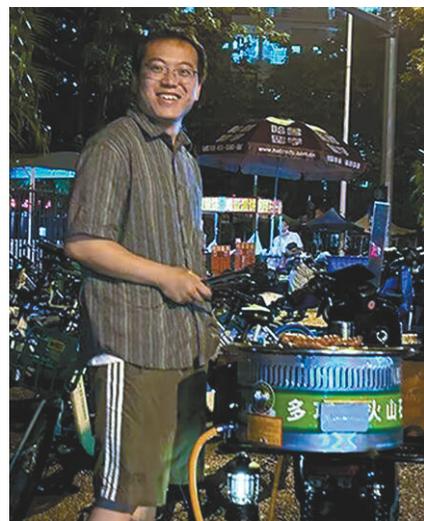
“出摊五六次后，每天都能卖出二三十根。”不少大学生听说他们是中山大学哲学专业的硕博生后，非常感兴趣，不仅来买烤肠，还跟他们聊聊天。

“卖烤肠给我们带来了全新体验，超出了我们的想象。”胖达告诉记者，白天，他们都在忙着看书、写论文、给学生上课，都是脑力劳动。下班后恰好利用摆摊做些体力劳动，换个地方放松心情。

谈到在网络走红的事情，胖达告诉记者：“发布视频是想分享我们的人生态度，没想到会有这么大的流量，非常感谢网友的关注。”

子恒则称，希望接下来能够把摆摊卖烤肠发展成街头对谈的形式，就像古希腊的苏格拉底，能够在各种场合，以平常、灵活的语言来谈论各种各样有趣的哲学话题，“希望能够把烤肠变成媒介，顾客买我们一根烤肠，我们尝试回答他一个哲学问题。我们可以成为朋友，一起做些事情。”

据紫牛新闻



西班牙欧洲杯夺冠 这些中国人赢麻了



北京时间昨天凌晨，欧洲杯决出胜负：西班牙2比1战胜英格兰，以全胜战绩第四次夺得欧洲杯冠军。

屏幕前的张佳栋捏了把汗。他通宵未眠，因为欧洲杯决赛结束，意味着一批外贸人立刻就要上战场——比赛结果一出，就要立马印货，在最短的时间里交付给客户；有的外贸商家甚至会根据电商后台数据预测胜队队伍，提前备货。

“以前上半年是公认的外贸淡季，下半年才是旺季高峰。但今年仅上半年就卖爆了，订单疯涨几倍。”多位从事体育用品跨境的商家感慨。

据悉，今年是体育赛事大年，对一些外贸商家而言无疑是需求爆发的季节：亚洲杯、欧洲杯、美洲杯陆续开赛，7月的巴黎奥运会也蓄势待发，几乎一整年都是旺季。

体育赛事相关的出口产品大致分为两类，一类是周边纪念品、观赛道具等小商品，产业带主要集中在小商品之都浙江义乌。而球迷的运动鞋服等，则主要集中在福建泉州。这两个地区，赛季期间外贸商家“加班加点”的场面随处可见。

这个夏天，并非所有体育用品跨境商家都能“闷声发大财”，这波流量红利只有精细化运营、做好备战的商家才能承接。

“大型赛事需求量较大，所以客户最关注工厂的产能，其次是质量管控和安全体系。工厂的开发能力也很重要，因为一些联盟赛事基本上只有平面设计，工厂需要有把平面图纸转化成产品的能力。”有商家这样说道。

据中国企业家杂志微信公众号