

骆驼集团新型含季铵盐抗菌抗病毒口罩罩隆重上市

■ 本报记者 李代广

1月8日,在位于“中国卫生材料”之都、河南省长垣市的骆驼集团,举行了新型含季铵盐抗菌抗病毒口罩上市发布会,骆驼集团卫生防护全球解决方案部总监崔俊卿、卫生防护产品线总裁程文胜等出席发布会。

实验数据显示,直径在0.5至20微米级的飞沫会悬浮在空中并被易感人群吸入,因此预防新型冠状病毒感染的口罩必须有足够直径在0.5微米以上的非油性颗粒层,才能起到防护作用。

随着国内疫情逐渐转为常态化防控,为了更有效适应后疫情时代,骆驼集团在医用外科及防护口罩的基础上,研发出医用级抗菌抗病毒口罩TR-aBV-Mask。

这款口罩最核心的材料纺熔布,是一种以高熔指数聚丙烯为材料,由许多纵横交错的直径范围为0.5至10微米的纤维以随机方向层叠而成的膜,依靠物理及化学协同作用实现接触非油性出汗抗菌抗病毒功能,可短时间内灭杀99%的细菌及病毒,并经过静电驻极处理,当含有病毒的飞沫靠近呼吸布后,通过物理阻隔以及静电吸附吸附在表面,将其杀灭。从而在为消费者提供安全防护的同时,避免了口罩佩戴布层残留的细菌、病毒的二次传播及可能存在的环境污染。



●图为骆驼集团工作人员展示新型含季铵盐抗菌抗病毒口罩。

破格突出，鞋业科技黑马安宝乐获“2020年度消费者口碑奖”

■ 本报记者 许强

2021年1月10日,在中国鞋业盛典暨全球鞋业未来发展云端峰会在中国鞋都晋江成功举办。通过微信小程序、中国鞋业盛典的现场大屏等线上线下多渠道输出直播,包括美国、欧洲、东南亚、印度等地以及国内近5万多名观众,与现场近200名鞋业精英一起,参与了这场以“破·格”为主题的云端峰会。会上,被誉为“中国鞋业科技黑马”的安宝乐品牌荣获“2020年度消费者口碑奖”。

本次大会由中国皮革协会指导,环球网主办,本次峰会从全球视野的角度深入分析全球鞋业发展趋势,针对全球鞋业供应链、鞋产业设计、创新、智造、数字化工厂、电商直播、智慧门店、消费体验等热门话题进行了探讨。大会组委会对上千家鞋业品牌进行了筛选,网络投票,最终,浙江安宝乐科技有限公司拥有的“安宝乐”品牌脱颖而出,获得大奖。

2020年,疫情重创鞋业市场遇冷。安宝乐人“不忘初心,牢记使命”,为“让科学技术惠及大众”,负重图强,融合社会各界力量,把止滑事业推向更加广阔的世界;融合医疗行业渠道强强联手,为医护人员送去上安全止滑鞋;携手华佗传统布局中国高铁,立足长三角,广泛辐射华东、华北、华南、西南等经济发达地区,打造品牌移动“新窗口”。同时,安宝乐品牌线上线下两路出击,在“关店潮”中进行而上,不断开启安宝乐专卖店,把销售的触角伸及各大城市,不仅为消费者科普了止滑科技,也为消费者送去了行走安全的保障。2020年,安宝乐成为入先地进行了新零售的探索,参加短视频直播峰会,著名影视演员牛峰、卢勇、杜亦霸、张山等艺术家们对安宝乐认可和支持。时尚博主熊虎老师、羽毛球世界冠军鲍春来等众多明星们穿安宝乐止滑鞋在《美人鱼2》精彩亮相。因此,安宝乐获得了由浙江省科学技术厅颁发的“浙江省科技型中小企业”证书,还被中国行业影响力品牌峰会授予“创新品牌奖”成为亮点。

在会上,安宝乐品牌创始人郑国超称:“获得‘消费者口碑奖’是对安宝乐品牌的肯定,安宝乐人将砥砺前行,坚持科技创新新生发展理念,提升自主创新力,努力实现高质量发展,逐步实现品牌‘努力使消费者的生活变得更美好、更安心’。”

遗失启事

现遗失: 峨眉山东康健身健康服务有限公司收据, 编号 0005270 倪惠丰 2019/9/5成都康嘉生物信息管理有限公司收据, 编号 001651# 倪惠丰 2020/7/22,因搬家遗失,声明作废。

蔚来创始人李斌:未来竞争对手锁定苹果

当有的汽车企业还在踟蹰智能汽车时代是智能和汽车孰轻孰重之时,作为年轻的中国车企,蔚来汽车正在用硬核技术实力展现对未来的思考。

就像4年前一样,1月9日的2021年的NIO DAY上,蔚来创始人、董事长兼CEO李斌又一次产品先行,推出了首款智能电动旗舰轿车ET7。按李斌的说法,这是一辆新技术彻底到位的车,是把想象变成现实的智能电动旗舰轿车。

李斌希望,ET7能够无限接近智能汽车终极产品形态,能够成为行业新起点和一个标准,像苹果手机一样宣告一个时代的来临。

在采访中,李斌也首次提到了与苹果之间的关系,他认为,蔚来这个品牌近期来看竞争对手BBA(奔驰、宝马、奥迪),但长期看苹果将是更长期的一个竞争对手。因为在定义人文与科技的方向上,蔚来和苹果当前在数码领域的思路是一致的。

高配高定价反成“护城河”

据了解,蔚来首款轿车ET7补贴前起售价为44.8万元,预计2022年第一季度交付。新车ET7搭载了最新自动驾驶技术NAD,配备全新150kWh固态电池,续航里程超过1000km。

从传感器配置和算力看,蔚来还在贯彻高举高打的价格。毫无疑问,ET7在试图冲破智能汽车怪圈,把激光雷达和固态电池量产成为可能,让辅助驾驶到自动驾驶成为可能。

这也意味着,蔚来在自动驾驶路线上采取了与特斯拉截然相反的技术路线——特斯拉采用成本较低的技术路线,而蔚来则坚定应用成本较高的激光



雷达解决方案。

“蔚来采用了一步到位的方式。其实给了整个行业一个明确的信号,就是从辅助驾驶到自动驾驶,需要什么样的标准。让大家知道AD(自动驾驶)这条路应该往哪个方向去走。”李斌在接受记者采访时表示,自动驾驶算力即将进入爆炸

时期,如果没有提前布局的话,将来会比较被动。此次ET7的推出是给激光雷达一个量产的机会,也让蔚来获得一次引领行业的先机。

对此,蔚来联合创始人、总裁秦力洪亦表示,蔚来希望ET7对将来自动驾驶的构成、零部件的阵容来设定一个标准,“大家都用,标准才有意义。我们希望面向将来的自动驾驶,所有的‘家和车型都会有类似的配置。”秦力洪认为,感知、决策、控制三个方面都达到一定的水平,自动驾驶才会成为可能。

“ET7的配置清单,绝对可以称得上是蔚来近些年最重磅的技术运用,同时也是蔚来未来几年最重要的技术运用,同时

业务等方式,推动公开资本市场获得收益或获取低息融资用来化解地方债务。这一套新的化解地方债务举措市场各

中央经济工作会议提出,抓实化解地方政府隐性债务风险工作。“茅台化债”的新方式给化解地方债风险提供了新思路。这一方面的本质是真正消除债务,与过去常用的依靠土地出金“化债”、金融机构债务置换、债务重组或重整较大为不同。“茅台化债”的变现还债渠道较多,可以凭借茅台股票在资本市场高估值变现收益化解债务,可用茅台集团的良好信用在资本市场低息发

债,筹集资金用于化解贵州高速的债务,还可以用茅台的高信用及资金实力,缓解当地城投债的销售压力,帮助贵州化解债务风险。

不论是发债并购重组,还是股票二级市场减持,“茅台化债”的重要枢纽是资本市场,关键是涉及的上市公司“腰杆硬”,股票、债券以及通过地方金融“化债”,都能被市场买单。这就引伸出其他问题,资本市场凭什么让“茅台化债”?如果不是茅台,其他上市公司能否推广“化债”模式?

从融资功能而言,资本市场筹措“茅台化债”所需的资金量不是难事,难在要



宏观经济、固定收益、票据、贵金属及大宗商品等领域,分析,取百年未有之大变局之势,中美全面竞争到全面分

裂之势,中国经济构建国内国际双循环之势,在避险避险上“知止”,在服务实体经济上“常新”。

▶▶▶【上接P1】

科技赋能长江经济带 自动驾驶跑出新速度

驶出行服务市场。中国智能交通协会等机构发布的《自动驾驶蓝皮书》指出,自动驾驶产业发展报告(2020)》也显示,随着消费者对智能网联认可度的提升,中国有望成为最大的自动驾驶汽车市场。

制度创新将开启商业化应用

自动驾驶的出现,重新定义了城市和区域通勤的出行方式,也带来了全新挑战。因其对相关产业、应用场景、法律法规的特殊需求,目前自动驾驶仍属一片合适的空间领域。

在上海自贸区临港新片区,一场自

动驾驶测试与一项智能汽车规划近期接连落地。这里拥有特斯拉、上汽等整车厂,集聚了近50家集成电路产业相关企业,商陆、地平等新一代人工智能技术研发平台和车企也已落户,本身就形成了智能交通和自动驾驶产业集群的态势。

除了交通环境丰富、应用场景多等特点,临港新片区还具有一个特有优势,即制度创新优势。这已被写入新片区管委会牵头编制出台的《智能网联汽车产

业专项规划(2020—2025)》:要完善政策法规和技术标准,推动政策法规突破,

是做不到的。从中短期,我们让BBA的油车用户更多考虑智能电动汽车,蔚来创始人、董事长兼CEO李斌称,如果真的要特斯拉去竞争的话,应该是和Model X竞争,即使ES8、ES6也是和Model X竞争。

谈及Model Y,李斌回答记者提问:“我觉得Model Y应该叫Model 3GT应该更准确,不应该把它归类到SUV,它确实不是SUV,也不是按照SUV的角度去做的设计。”

李斌表示,蔚来EC6与特斯拉Model Y相比仍有差异化优势。“第一,我们所有的车都是双电机,Model Y和Model 3都是单电机;第二,我们是可换电的,可以车电分离,换电有一定的优势。”他认为,虽然特斯拉与蔚来汽车存在竞争关系,但事实上,目前电动车在整体乘用车市场依旧较小,当下的首要任务仍然是提升市场规模。

此外,在换电与电池包新方面,蔚来此次还发布了150kWh电池固态锂电技术,实现50%的能量密度提升。对此,李斌强调道:“目前采用的并非固态,还是带有液体。全固态电池的量产还是很远的事情,原因是目前固态电池的市场需求很低,在当务期其技术可行的情况下用户与车企都不会买单。不会争首个固态电池这个噱头。”

“固态电池和激光雷达都需要一个机会去量产,但是像车用的大规模的量产需要人去启动它。大部分车企没有动力去量产,因为他们的车电是一体的,还是蔚来不一样,采用车电分离,电池可以独立迭代,这样就有动力去更新电池技术。我相信这将推动这个行业上市产的时间至少提早1年-2年。”李斌表示。

(黄梦泽)

未来竞争对手锁定苹果

谈到蔚来,终究绕不开对标特斯拉的话题。

“如果你看我们的使命,我们希望让越来越多的人喜欢上智能电动汽车,并不是让每一个人都买得起我们的车,这

让“接盘”的投资者“买得值”“有钱赚”“留得住”。这就需要加强资本市场投资建设,继续提升市场的财富管理功能,挖掘市场赚钱效应,增加百姓买债、炒股

要让“茅台化债”推广开去,必须提高上市公司质量,从促进市场化并购重组,完善上市公司融资机制、健全退市约束机制、提高上市公司及相关主体违法违规成本,健全上市公司退出机制等多方面着眼,推动更多上市公司提供优质股,凭借自身坚实的信用和业绩赢得股市和债市更多青睐。

(周琳)

家电为何“涨声”响起来?

■ 王雨箫 刘夏村

岁末年初,往往是家电产品的集中打折促销季。然而最近很多消费者发现,彩电、空调等家电普遍涨价了。不少家电企业也在近期接连发布涨价通知。

周末,记者来到位于北京“安门内大街”的一家家电卖场,尽管随处可见“打折促销”“环保补贴”等字样,但卖场工作人员告诉记者,和两三个月前相比,很多家电价格已经上通。

“上个月涨了两轮,涨幅在10%左右,这个月公司内已经发了通知,价格还要再涨。”某国外电视机品牌导购对记者说。

第三方机构披露数据显示,2020年下半年以来,国内多个品类家电价格出现上涨势头,以彩电为例,11月线下均价同比增长超过16%,线上均价同比增长超20%。

那么,家电涨价到底为何?

哪些因素推动家电价格上涨?

“原材料涨得太厉害了。”采访中,不少企业表示,原材料价格上涨是此次家电涨价的直接“导火索”。

据钢厚板基价上调300元吨、热轧基价上调350元吨、型钢基价上调300元吨、热镀锌基价上调700元吨……宝钢股份日前发布的公告显示,碳钢调价价格进一步上调。

“对家电行业特别是大家电来说,原材料成本占比可达七成以上。家电行业对铜、铝、钢材、塑料等大宗原材料需求量大,核心原料价格上涨,势必带来成本压力,在此情况下,部分家电产品价格出现波动也是市场理性的体现。”中国家用电器协会副理事长徐东生说。

徐东生指出,此外,受疫情影响,去年上半年国内消费市场乏力,家电企业为了

直播平台垄断流量 企业利润遭大幅抽成

2020年,直播带货迎来爆发式增长。在“双十一”“双十二”期间,多个平台创造了新的业绩里程碑。记者走访福建石狮、安溪等地了解到,鞋服、鞋服、茶叶、工艺品等行业企业和市场商户利用电商直播、引流销售,为拓市场、保订单、稳产销找到了出路,也为企业找到新的转型方向。但由于直播电商处于行业新兴期,直播平台与生产企业在对接过程中,存在平台运营不规范、缺乏履约约束、流量垄断高额抽成挤压企业利润等问题,亟待从无序发展走向有序规范。

直播带货解企业燃眉之急

在主播余智明的直播间里,几千名观众着他的镜头在直播间参观了一款鞋制作的全过程。轰鸣的纺织机、繁忙的流水线、灯火通明的仓库,成为吸引观众进入直播间的新奇元素。“工厂直播自带流量,视觉冲击力强,大家都喜欢看。”余智明说,工厂直播销量比一般直播带货多20%左右。

“鞋服之都”福建石狮是国内主要鞋服批发集散地之一,拥有8000多家上下游企业,形成了完整的服装产业链。去年2月,面对出口订单骤降、内销货品积压、产业流动资金紧张等困境,石狮市推动本地企业与天猫、抖音、快手等平台合作,为企业纾解找出路。

“直播带货为企业开拓了新的销售渠道,有利于资金回笼,机器保持运转,保住企业命脉。”石狮市潮高服饰有限公司经理张华友介绍,去年3月以来,公司每月销售额能卖出几十万,极大缓解了库存压力。

“直播带货为企业开拓了新的销售渠道,有利于资金回笼,机器保持运转,保住企业命脉。”石狮市潮高服饰有限公司经理张华友介绍,去年3月以来,公司每月销售额能卖出几十万,极大缓解了库存压力。

晚间八九点的石狮青创城国际批中心,物流货车川流不息,拎着批发袋的商家络绎不绝,700多间批发档口店主们摆上三脚架,架上一排手机,变身“档口主播”。

“每一个直播间背后是整个批发市场的货源,是成千上万家工厂组成的供应链。”石狮青创城电子商务园区有限公司董事长助理李冠文介绍,80%的商户开设了“直播档口”,去年上半年线上业务同比增长了20%,2020年11至11月,累计网络零售额775.35亿元,同比增长53.7%。

安溪县安溪大镇德盛镇,有170余名农村女性从事电商销售工作。短视频、直播平台是发现潜在客户、拓宽销售渠道的窗口,通过短视频生产、加工、销售过程以及讲解专业知识知识,从而留住订单。2020年1至11月,安溪县累计网络零售额193.82亿元,同比增长40.6%(其中,茶叶43.90亿元,占比24.50%;家具类60.78亿元,占比31.36%)。目前,安溪县企业有7418家,电商店铺数18321家。

“从去年2月开始由政府引导各商家参



降低库存、收回现金,连续推出降价让利等促销活动,各类家电均价几年来首次出现全面下降。下半年国内市场需求逐步恢复,叠加原材料价格持续走高,导致家电价格出现回调。

创维集团品牌部部长李剑介绍,除了原材料涨价,消费端需求复苏之外,家电品类都会不定期推出性能升级、优化用户体验的新产品,更好地满足消费者的使用需求,这种结构性优化也会在一定程度上导致均价上涨。

“以空调为例,去年7月新功能标准正式实施,对空调能耗、性能技术提出更高要求,生产成本也会相应提高,此外,随着消费不断升级,带有健康除菌、智能控

制等功能的中高端产品市场占比不断提升,也会带来均价的上涨。”李剑说。

降低库存、收回现金,连续推出降价让利等促销活动,各类家电均价几年来首次出现全面下降。下半年国内市场需求逐步恢复,叠加原材料价格持续走高,导致家电价格出现回调。

“对多数老百姓而言,大件家电属于刚需,一般不会因为涨价而影响购买意愿,且部分品牌为了抢夺市场,依然阶段性推出降价促销活动,消费端的需求预计是比較平稳的。”这位分析师说。

采访中有专家表示,原材料价格上涨导致家电厂家“家門口降低,一线品牌承压能力相对更强,二线品牌和小品牌的低价优势被挤压,经营压力将进一步加大。

(据新华社)

未来家电价格走势如何?

“对多数老百姓而言,大件家电属于刚需,一般不会因为涨价而影响购买意愿,且部分品牌为了抢夺市场,依然阶段性推出降价促销活动,消费端的需求预计是比較平稳的。”这位分析师说。

采访中有专家表示,原材料价格上涨导致家电厂家“家門口降低,一线品牌承压能力相对更强,二线品牌和小品牌的低价优势被挤压,经营压力将进一步加大。

(据新华社)



播带货,石狮掀起了直播热潮。”李冠文说,小商户的销售方式日趋多样化,许多传统电商发家的商户也开始向直播转型。对小商户来说,直播销量大约占日常总销量的20%至35%,每天可通过直播卖出500至600单。

短短几个月,石狮市新增了18家1000平方米以上的直播基地,构建起直播机构和生产企业间的快速联动机制,新增直播主播3000多名,当地九成以上的纺织服装企业建立了网上销售渠道,逐步形成了“平台+市场+直播”的新业态模式。

直播机构开始主动对接供应链和产业基地,在石狮,短短半年内就聚集了3个直播基地,直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

李冠文认为,企业不能长期亏本卖货,那就只能压缩成本、降低品质。打着低价旗号,在直播带货中给出远低于商家正常价格的售价,作为给“粉丝”的“福利”,实体店售价99元的衣服,直播价格只能卖29元,这个价格几乎击穿成本价。

无”产品挂个吊牌就上直播的情况也屡见不鲜。

直播须回归产品本身 增强企业议价能力

多位业内人士认为,直播电商这一新兴行业为传统产业纾困转型提供市场契机,但另一方面,业界对平台管理不规范、抽佣随意、流量垄断等争议较大,需要加强行业自律和法规监管。

一些生产企业认为,通过直播前端反向推动产业链各环节升级,这是传统鞋服产业和电子商务数字化转型升级的重要一环。目前,直播电商带来的个性化定制生产线已在石狮兴起。如“小单”“爆款”对产业链设计研发、生产制造、物流配送、售后服务等快速匹配提出了新要求,当地部分企业已经实现客户网上下单3小时内即可完成设计、制作、发货的快速闭环。

“长远来看,直播要回归产品本身,做好产品,让产品溢价价值回归企业。”吴尔德认为,定制化、个性化发展策略将为未来直播经济带来更大的发展空间。

二是直播平台应从无序发展走向法规监管,依法配合有关部门的监管。一些地方商务部门认为,直播平台的管理运营不能游离于法规监管之外,有必要厘清平台的权责义务,数据资料要有必要提供给相关部门甄别检查,带货主播和商家企业,也要充分接受产品质量监督,履行质检等证照信息公示义务。

“针对主播和企业,产品监管、平台运营等出台相应的规范,才能保障产业链各环节利益分配。”郑建明说。

三是直播行业亟需加强主播培训从业者“正规军”。部分直播机构和企业认为,平台和网红主播对流量的垄断,是企业对平台和主播缺乏议价能力的重要原因。

石狮等地已经形成了“政企合作、人人带货”的局面,经过培训上岗的主播、直播助理、场景包装师等十种新职业,当地政府将网络主播纳入当地紧缺人才目录,提供相应的人才福利。

部分业内人士认为,最近人社部发布新职业已经将“互联网营销师”纳入其中,建议尽快形成职业认定标准化管理流程,吸引更多从业者取得正规职业资格,直播培训机构需要有专业知识背景,了解产品的高质人才,提升网络主播承担法律风险和风险的意识。

(李慧琳 邓倩倩 赵雪薇)

广告

浙江丰利石墨球形化成套设备 在山西大同氢都驰拓新能源产业基地投产

日前,国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司生产的石墨球形化成套设备在山西氢都大同新能源产业基地投产。该项目投产将有力推动大同“黑色石墨”向“绿色氢都”和“新能源产业之都”转变,丰利则提供了强有力的技术支撑。

据悉,氢都驰拓新能源产业基地以研发、生产、销售锂电电池材料为核心,是氢都大同新能源产业基地新业态、多元化布局的重要板块。项目包括新能源锂电池负极材料、隔膜、电解液、电芯壳盖、模具、电池及PACK、锂离子电池等,涵盖整个锂离子电池材料产业链,形成产业集群。此次投产的石墨球形化成套设备是浙江丰利开发的针对锂离子电池用球形石墨负极材料的专用生产设备,能同时完成球形石墨微粉体的粉碎、整形;将每道工序通过先进的工艺有机结合,采用独特的整形及分级技术,能使产品粒度分布集中,加工后的产品,理化强度高、振实密度高、粒度分布窄、球形稳定;成套设备采用全自动控制,操作简便,大大降低了能耗,提高了生产效率。2014年入选浙江省新产品,是目前石墨球化领域效率最高、运用广”的成套设备,已广泛应用于我国的石墨集产地,同时远销德国、瑞士、巴西、日本等国家,成为海内外石墨球化领域效率更高、运用更广”的成套设备。

咨询热线:0575-83105888、83100888、83185888、83183618 网址:www.zjfhgli.net 地址:(312400)浙江省嵊州市剡湖街道罗东18号 邮箱:fhgli@zjfhgli.cn 中文搜索:浙江丰利