浙江数字化改革迭代升级:以“硬核”成果实现裂变效应

今年台风“烟花”两次登陆浙江,浙江通过“防汛大脑”等多跨场景应用,实现了“不死人、不伤人、少损失”;为了加强外卖行业管理,“浙江外卖在线”构建了食品安全、交通安全、骑手权益等在内的全要素集成数字化治理场景,保护了消费者和劳动者合法权益;还有事关百姓生命健康的药品安全智慧监管“黑匣子”应用,把药品监管的数字化触角深入到企业生产线上……

今年初,浙江在国内率先部署开展数字化改革,将其作为现代化先行和共同富裕的“船”和“桥”。29日,在杭州举行的浙江省数字化改革重大应用成果发布会上,该省发布了半年以来涌现的一批彰显浙江辨识度、具有全国影响力的应用、理论和制度成果。

发布会上,浙江省委常委、秘书长、改革办主任陈奕君表示,随着成果不断涌现,数字化改革解决了传统手段难以解决的问题,推动了整体智治、整体智服。接下来,该省将形成更多“硬核”成果,在迭代升级中进一步放大数字化改革牵一发动全身的撬动和裂变效应。

让服务更具温度 数字化增强百姓获得感

眼下,数字化改革渗透到百姓衣食住行的方方面面。在政务办事、医疗服务、托育养老、就业购房、运动健身、旅游出行等方面,浙江通过上线运行一批与民众生活密切相关的多跨场景应用,推动生活服务更便捷智能、更有温度。

其中,残疾人服务数字化应用的“小切口”,正牵引出弱势群体共同富裕的大场景。

发布会上,江山市委书记童炜鑫介绍,数字化改革以来,该市依托省市县一体化智能化公共数据平台,建设“残疾人服务数字化”场景应用。

“残疾人证办理是最高频事项,也是残疾人最关心的事情。通过数字化改革,我们对办证流程进行了简化。”童炜鑫称,该市对区疾数据、工伤数据和户籍数据等进行了数据归集,并通过算法确定了主动感知人员名单。今年以来,江山已有2534人办理残疾证,其中系统主动感知占比为83%。改革前残疾人证办理需要8个环节22个工作日,改革后只需要3个环节1个工作日。

在浙江,此类便民场景应用还有民生“关键小事智能速办”,其围绕个人全生命周期,提供50项浙江共性化和X项地方个性化“关键小事”服务,实现政务办事“智办”“秒办”。

打开高质量新空间 数字化激发经济发展活力

数字化改革不仅释放了民生红利,也打开了经济高质量发展的新空间。在“产业大脑+未来工厂”推动下,浙江产业数字化和数字产业化的步伐越来越快,数据生产要素的放大、叠加、倍增作用被充分激发,以数字经济引领的现代化经济体系正在形成。

舟山市委副书记华伟现场演示了“目窃区国际船舶油加注智能监管服务应用”。该应用简化了国际船舶油加注流程,通过数学模型算法,较精准地预测出船只排队时间,为船舶提供高效的供油计划。通过该应用,船舶加油业务减少了20个小时,节省了航运公司的成本;大大提高了港口资源的利用效率,锚地使用效率提升了30%;排队流程公平公正公开,形成了一系列具有国际竞争力的制度。

在制造业方面,目前浙江也已启动实施36个产业集群新智造和33家“未来工厂”试点。上半年浙江高新技术产业、战略新兴产业增加值分别增长22.7%、24.2%。在浙江,一批批传统企业加快转型升级,广大市场主体在参与数字化改革中直接获益。

实现精准治理 数字化提升治理现代化水平

数字化改革,也推动着治理方式、手段、工具、机制发生系统性重塑。在疫情防控、灾害防范、矛盾化解等领域,浙江通过上线运行一批提升治理能力的多跨场景应用,实现从事后应对处置向事前有效防范、从碎片化管理向全周期管理、从模糊管理向精准治理的转变。

浙江省物监局党组书记、局长徐润龙在发布会上介绍,为了尽可能把风险控制在产品出厂前,其推出药品安全智慧监管“黑匣子”应用,致力于实现企业内部质控与政府外部监管的双向互动。

“药品安全监管的本质是风险管理。”徐润龙称,浙江共有药、械、化企业70多万家,传统的人工飞检、抽检,难免有所遗漏。药品安全智慧监管“黑匣子”应用即是把企业主体责任与政府监管责任链接起来,形成一条数字化责任链。企业对“黑匣子”预警的信号可采取偏差调查、中止生产、召回等措施。

除了上述应用外,“浙江公平在线”“基层公权力大数据监督”“人才管家”“为侨服务‘全球通’2.0”等重大应用也在浙江落地开花,为数字改革创新添砖加瓦。

在日前举行的浙江数字化改革推进会上,浙江省委书记袁家军称,数字化改革是系统化闭环管理的核心工具,要更好运用数字化手段感知经济社会态势,对业务流程优化再造,做到量化闭环。同时,浙江要引领性地调整数字生产关系、重塑制度体系、激活数据生产要素,激发未来社会生产发展活力,更好适应经济社会数字化变革的要求,提升全球竞争力。 (张煜欢)

“双减”政策下,不少教育培训机构老师的工作受到影响,一些人员被“优化”。对此,专业人士指出,这些从业者具有一定的专业技能,建议政府部门精准送岗,同时劳动者自身也要摆正心态,积极寻找新的就业机会。

“双减”政策之下,千万教培从业者该去向何方?

■ 甘皙

“下周二8点30分来上班。”7月23日,“双减”政策正式公布的前一天,应届毕业生小高收到某线上培训机构的录用通知。

7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,即“双减”政策,重拳整治教育培训行业,全面规范校外培训行为。

重压之下,教育培训行业从业者的去留,成为大家关注的重点。

7月25日,小高收到该机构“要进行整顿,暂停招聘,所以暂时不需要来上班了”的消息。从被录用到被裁员,仅两天时间,小高的心情如同坐过山车一般。而小高的经历,只是“双减”政策下教育培训行业数以千万计的从业人员遭遇的缩影。

被“优化”的不只是新人

小高是一所“双一流”大学的英语专业毕业生。师姐李露去年毕业后进入在线教育行业,年薪50万元,这让小高心生羡慕,因此她也在今年择业时选择了该行业。

2020年,疫情破开了线上教育的需求豁口,资本热钱持续注入,多家教育培训公司估值高企,教育培训的市场高速扩张。这同时也带来了大量的就业岗位和较高的薪资水平。不过,小高觉得自己没赶上行业扩张的“好时候”。

“双减”政策明确,不再审批新的面向义务教育阶段学生的学科类培训机构,校外培训机构不得占用国家法定节假日、休息日及寒暑假期组织学科类培训。这些规定让教育培训行业“炸了锅”,不少应届毕业生和小高一样,成为重点被裁对象。李露也接到公司通知,只保留50人左右的小团队,而公司通讯录里至今仍有500人。

在如此大幅度的裁员中,被“优化”的,除了新人,还有不少工作了3年~5年的中坚力量。

2017年6月,从北京一所985高校毕业后,张强进入一家在线教育头部公司任教学老师。这四年,公司发展迅速,张强说,甚至可以用“野蛮生长”来形容。而他仅需要按照讲义“磨课”,让学生喜欢上他的课,并在下一期继续报课就好。因讲义内容非常详细,张强觉得自己在其中没有钻研和可发挥的空间,职业能力也未得到较大的提升。

由于张强所教的数学本身相对枯燥,再加上他不愿花大量的课堂时间去推销课程,导致他的续课率处于同组下游。受“双减”政策影响,8月初,张强被公司“优化”,开始找工作。

精准就业服务要跟上

近日,某招聘平台发布的《2021教培行业人才市场分析报告》显示,一线城市招聘收缩幅度大,一半教育培训行业求职人员处于离职待业状态。

“双减”政策后,他们何去何从?

中国劳动关系学院劳动关系与人力资源学院教师王潇接受记者采访时表示,教育培训行业一线教师绝大多数接受了高等教育,是宝贵的人力资源财富。作为“双减”政策的试点城市,北京市有关部门通过对学科类校外培训机构社保参保缴费人员数据摸底也发现,机构员工90%以上是35岁及以下人员,且80%以上为本科及本科以上学历。

对此,王潇建议,政府部门应加强就业指导等公共服务,帮助教育培训行业从业者深入了解国家教育改革政策,理性选择再就业岗位。

首都经济贸易大学劳动经济学院副院长、教授范围认为,教育培训行业的从业人员本身具有一定的专业技能,政府部门要开展精准就业服务,提供直接相关和对口的就业岗位,提高人岗匹配度。

据了解,北京已经为需要转岗改行的学科类校外培训机构工作人员储备了充足的岗位资源,主要包括教学教辅类、技术支持类、运营职能类、市场销售类等四大类岗位储备方向。

8月18日,专为需要转岗改行的学科类校外培训机构工作人员举办的第一场专场招聘会正式上线。与此同时,北京在全市范围内组织开展了“教培行业人才专项服务季”活动,持续时间为3个月至6个月。目前,针对学科类培训机构员工再就业问题,北京市16个区共提供编制内教师岗位366个,由9800余家企业提供的近9万个相关就业岗位已纳入“教培行业人才专项服务季”。

“双减”政策之下,不少劳动者被调岗调薪甚至被解除劳动合同。

对此,范围提醒,企业应按照劳动合同法规定的程序裁减人员,并支付相应的经济补偿。同时,政府部门应该按规定确保相应的失业保障。

甩掉高薪“包袱”再出发

在政府部门一系列政策鼓励下,张强一边找工作,一边思考未来的路应该怎么走,是继续留在教育行业,转至素质教育等赛道,还是转换行业,寻找全新的职业发展赛道。

对此,王潇认为,教育培训行业此前薪酬水平高是得益于金融资本涌入,被裁的劳动者应摆正心态,结合自身能力重新寻找工作,而不要背着之前高薪的“包袱”。

中国劳动关系学院公共管理学院行政管理系主任王俊杰认为,眼下教育培训行业从业者面临多项选择:其一,不换赛道转方向,目前不少教育培训机构正在积极转型,从业人员可以从学科教育转向素质教育、成人教育等相关领域;其二,不换赛道换场域,当前,学校不断加强对优秀教师的选聘力度,走进学校的机会也在不断增加;其三,重新评估自己的职业兴趣,跨界发展,寻找新的职业发展机会。

和不少有着相似遭遇的人一样,小高目前正在积极准备考研,为以后进入公立学校从事教育工作做准备。而她的师姐李露也正与某成人教育机构接触,考虑“跳”去那儿继续教英语……

(部分受访者为化名)

“直营+经销”双轨并行 埃安方案引领汽车营销创新变革

改革开放以来,中国汽车市场渠道发展经历了从“直营+联营”,到授权经销商,再到直营的模式转变。随着汽车电动化与多元新兴市场的快速发展,国内各车企在渠道模式选择上也在不断思变、求新。

7月25日,广汽埃安全球首家线下品牌直营店开业,开启了“直营+经销”的行业先河,这不仅是埃安在营销服务新生态的全面战略升级,“直营+经销”双轨并行的“埃安方案”也成为汽车营销创新领域的一股清流,或将成为汽车营销创新变革的强大引领者。

双轨并行,埃安再为汽车营销创变带来新思路

广汽埃安自成立起就把自己定位为创新科技公司,以“远见”解读时代,以“创新”打破常规是其核心价值的重要组成。自公司成立以来,广汽埃安就在研发、智造、产业链、营销模式、组织文化等不同维度贡献了不同的“埃安方案”,其持续创新的高质量发展模式及成果,受到业界高度关注。

在营销模式领域,从行业发展现状可见:传统车企和新势力在渠道模式选择上一直在互相学习、彼此完善。直营模式拥有价格透明、调价灵活、高利润的优势,弊端在于车企运营成本高,维持渠道长期活力较难。经销商模式对车企压力最小,但经销商需要承担买车、店面运营、库存等压力。在行业内也不乏对直营店模式和经销商两种模式优劣的诸多探讨。在广汽埃安看来,营销模式不是非黑即白的选择,而是左右手的协作共生。

“直营+经销”双轨模式的“埃安方案”是广汽埃安对行业思变的重大贡献。深究“埃安方案”会发现,埃安的直营并非是要取代经销模式,而是通过直营优势弥补经销的劣势,形成协同互补,最大化发挥渠道的价值。可以说,“直营+经销”双轨模式打破了很多人对传统车企和新势力车企之间“哪种模式更适合发展”的纠结,也在如今众多新能源品牌选择以100%品牌直营模式之外,为行业营销模式提供了新的思路。

创新探索,“埃安方案”的三年积淀与突破

“埃安方案”并非“横空出世”,而是在三三年前就已萌芽生根。与其它品牌迥合性的营销手段不同,广汽埃安早在三年前就立足于构建主机厂、用户、经销商之间的紧密关系,创新打造了埃安营销服务新生态,“埃安方案”雏形初现,彼时可以称为“埃安方案”的1.0阶段。

2017年刚成立之际,广汽埃安就通过“线上APP+线下25hours体验中心”实现线上线下互联,构建起了主机厂-经销商-用户的“金三角服务生态”,为用户提供贴近生活的专属VIP级服务。之后,通过推进“商超店+车城店”的创新模式和不断完善的“一键尊享”服务,让用户感受获得更多附加价值,增强用户品牌黏着力。值得一提的是,埃安开创性的开启“合伙人计划”,将每一个用户都变成了潜在的“销售”,再配合多变的圈层营销实践,埃安将营销服务做到了行业顶流。

凭借三年来在营销服务领域的积累,在线上,广汽埃安APP已经拥有庞大的用户数据,累计车主已超15万,并以40万高频APP注册用户,日活4.3万的超高流量稳居汽车APP前二。在线下,广汽埃安已陆续建成279家渠道终端店,其中166家车城店、113家商超店,实现了全国各大重点城市的全覆盖,为用户提供全生命周期服务。

三年后,广汽埃安实现品牌独立,营销服务生态在1.0基础上进一步创新升级,承接线上APP的用户价值与社交价值等,以广州首家品牌直营店为起点,“埃安方案”正开启营销服务新生态2.0时代。通过打通“线上+线下”,覆盖“商超+车城”,以“直营+经销”双轨模式直接连接并服务到每一位客户。对于广汽埃安来说,这不仅是一次战略层面的创新升级,更在埃安品牌在营销创新上承前启后的战略手笔。

翻开新篇章,“埃安方案”正探索前行

作为广汽埃安布局营销新生态的又一次创新之举,“直营+经销”双轨模式的“埃安方案”独具特色,拥有难以复制的优势,可以说是行业一次大胆且积极的探索与实践。埃安“爱折腾”的特性由来已久,依托其庞大的客户和粉丝基础,十分看好“埃安方案”的前景,这也将成为最有可能成功的渠道营销模式。

首先,作为全球首家埃安品牌直营店,其承载的功能性、示范性更为突出。体验店将以汽车前沿科技体验空间的形式出现,店内没有常见的销售环节和对顾客催单签约的困扰,而是由技术专家和顾问团队提供专业的1V1解答。值得一提的是,品牌直营店位于广州市中心的潮流商圈正佳广场,可以一站式实现市中心道路试驾体验、购买“埃安潮品”、品尝专属“北鼻奶茶”,功能完善且体验独特,对年轻用户群自然也有十足的吸引力。

其次,如前文所言,“埃安方案”不是直营店与经销商的此消彼长,而是共荣共生。目前,广汽埃安直营店主要聚焦品牌体验和用户价值运营,主要目的是打造创新营销的样板,未来也会逐步承担销售职能。而对经销商来说,直营店将成为经销商重要的共赢伙伴和培训基地,携手助力广汽埃安品牌向上,发挥1+1>2的协同作用。

再者,双轨模式运行也将倒逼广汽埃安全国经销商营销更加标准化、透明化,规避恶意竞争给品牌发展带来的潜在风险,有效提升整体服务质量和服务标准,让消费者拥有更好的购车体验,进而逐步提升品牌力,形成良性循环。

三年前,广汽埃安以营销服务新生态树立行业标杆,三年后,双轨模式布局实现了“埃安方案”的再一次战略创新升级。广汽埃安对于创新理念的追求永不懈怠,对于造新商业模式,创新服务新生态满怀激情。我们将持续保持关注,期待埃安会有更好的表现,为行业提供更多具有领先性的“埃安方案”。 (供名)

广西合浦举办月饼文化节 展现千年月饼文化魅力

一年一度中秋佳节即将来临,“月饼之乡”广西合浦县于8月28日至9月17日,通过“线上+线下”相结合举办月饼文化节活动,展现合浦月饼小镇的历史文化和魅力。

近年来,合浦月饼成为耳熟能详的“中秋符号”。早在公元前1100年,北宋大文豪苏东坡就在合浦写下“小饼如嚼月,中有酥与馅”的诗句为合浦月饼点赞。2018年1月,“合浦大月饼”被列为国家地理标志保护产品,发展至今,合浦已成为名副其实的月饼生产基地。目前,合浦县纳入统计获证生产的月饼企业有100多家,产值高达20亿元人民币。

为推动当地月饼企业集聚发展和产业转型升级,合浦县于2016年启动“月饼小镇”建设,该小镇以建成“中国最美乡村文化传承地、华南首座烘焙制作体验园、国际知名休闲食品产业城”为目标,致力于打造融“工业生产、科技研发、创意设计、产品展销、学习体验、文化休闲、旅游观光和品质居住”于一体的工贸旅游休闲特色小镇,今年获批成为国家AAAA级旅游景区。

中共合浦县委常委、副县长候选人、星岛湖镇党委书记、合浦工业园区管委会主任吕亮介绍,为宣传推介月饼小镇及月饼小镇特色产品,提高月饼小镇知名度和美誉度,促进合浦烘焙食品产业的高质量发展,今年月饼文化节活动将以线上活动为主,“线上+线下”相结合,通过短视频达人秀、线上直播带货、月饼小镇中秋点灯仪式、主流媒体展示等多个活动来展示合浦月饼小镇的文化和魅力,推介合浦月饼小镇烘焙产品的历史和特色。

据介绍,月饼文化节期间,合浦月饼小镇将举行中秋点灯仪式,点亮月饼小镇,呈现富有特色的小镇夜景。 (翟李强)

“奥运热”带动体育消费潮 “互联网+体育”朝气蓬勃

体育场馆“云”预订、远程学习健身课、运动装备线上购……“互联网+体育”正扮演越来越重要的角色,有力助推体育产业蓬勃发展。国务院近日印发《全民健身计划(2021—2025年)》,强调提供全民健身智慧化服务,推动线上和智能体育赛事活动开展,支持开展智能健身、云赛事、虚拟运动等新兴运动。如何推动体育产业不断转型升级,成为业界关注热点。

受奥运会运动热情影响,多项运动相关装备销量激增。抖音电商数据显示,7月21日至8月8日,抖音电商体育用品销售额同比增长365%,其中,篮球、游泳、羽毛球、网球、乒乓球等相关商品最受欢迎。在运动品牌销售额榜单中,鸿星尔克、贵人鸟、李宁、安踏等国产品牌位居前列。

如何让国产运动品牌的消费热潮持续“热”下去?“在经济全球化背景下,企业必须要有核心竞争力。”中国社会科学院财经政略研究院副院长杨志勇接受记者采访时说,“企业要推陈出新,实现差异化发展,不断适应消费者的需要。品牌不只是形式上的创新,运动品牌背后的高科技同题不可忽视。一款新产品所蕴含的高科技,可能会让产品更受消费者青睐。此外,有社会责任感的企业会得到更多尊重。”

“互联网+”让运动更有趣

“奥运同款”热卖现象,只是当前中国体育消费蓬勃发展的一个缩影。以各类体育培训、赛事报名和场馆预订等为代表的体育服务消费增长迅猛,消费占比不断提升。杨志勇认为,随着人们收入水平提高,消费升级换代,其中包括体育消费数量的增多,也包括体育消费品质的上升。线上线下结合发展,是体育产业未来发展的重要路径。

在马德浩看来,体育产业利好政策的施行,加之国民体育参与热情的日益高涨是中国体育消费增长的主要推动力。《全民健身计划(2021—2025年)》指出,营造全民健身社会氛围,强化全民健身激励,探索建立全国统一的“运动银行”制度和个人运动码,开发标准统一的科学运动积分体系,鼓励向群众发放体育消费券。

各地积极探索线上线下融合的健身新模式,不少新奇有用的运动体验产品及项目应运而生。例如,浙江省金华市体育局等推出“金华运动银行”线上平台。通过“金华运动银行”,市民不仅可以查找本地体育场馆,支付门票费用,还可以拿运动产生的“运动卡币”兑换运动装备、视频课程、电影票、打车券等。

让商户、居民受益的体育消费券,也有效激发着体育消费热情。今年以来,北京、上海、广东、江苏、河北、山东、辽宁等多地纷纷发放体育专项消费券。其中,北京市体育局等主办的第二届“8.8北京体育消费节”日前启动,活动策划了“线上买”“线上订”“线上赛”“线上学”4大特色板块,为市民提供智能便捷的体育消费体验。据悉,消费者可以直接使用优惠券“线上买”自己喜欢的运动装备,通过“线上订”优惠预订全市上千家体育场馆,“线上赛”提供线下赛事报名服务,在“线上学”板块可以向体育明星免费学习运动课程。

“体育消费券的发放使市民体育消费更实惠,同时也帮助体育场馆增加人气,可谓一举多得。”北京一家健身馆的负责人说。

体育产业外级发展空间大

群众基础是体育消费的关键,进一步扩大国民体育锻炼的参与度是体育消费市场可持续发展的重要手段。国家统计局数据显示,2020年全国7岁及以上人口中经常参加体育锻炼人数比例已达37.2%。《全民健身计划(2021—2025年)》明确,到2025年,全民健身公共服务体系更加完善,人民群众体育健身更加便利,健身热情进一步提高,各运动项目参与人数持续提升,县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖,每千人拥有社会体育指导员2.16名,带动全国体育产业总规模达到5万亿元。

为调动各城市发展体育的积极性,国家体育总局去年起启动“国家体育消费试点城市”建设工作。西安、厦门、成都、张家口等地正推进相关建设方案,推动体育消费模式创新、产品创新。其中,西安支持“体育+科技”新业态,鼓励企业利用虚拟现实、人工智能、物联网等技术,发展体育领域智能穿戴设备研发制造,计划开发“西安智慧体育大数据”服务平台,实现对经常参加体育锻炼人数比例已达37.2%的《全民健身计划(2021—2025年)》明确,到2025年,全民健身公共服务体系更加完善,人民群众体育健身更加便利,健身热情进一步提高,各运动项目参与人数持续提升,县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖,每千人拥有社会体育指导员2.16名,带动全国体育产业总规模达到5万亿元。

为调动各城市发展体育的积极性,国家体育总局去年起启动“国家体育消费试点城市”建设工作。西安、厦门、成都、张家口等地正推进相关建设方案,推动体育消费模式创新、产品创新。其中,西安支持“体育+科技”新业态,鼓励企业利用虚拟现实、人工智能、物联网等技术,发展体育领域智能穿戴设备研发制造,计划开发“西安智慧体育大数据”服务平台,实现对经常参加体育锻炼人数比例已达37.2%。《全民健身计划(2021—2025年)》明确,到2025年,全民健身公共服务体系更加完善,人民群众体育健身更加便利,健身热情进一步提高,各运动项目参与人数持续提升,县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖,每千人拥有社会体育指导员2.16名,带动全国体育产业总规模达到5万亿元。

新能源汽车集结成都国际车展 加速布局中国西部市场

今年以来,新能源汽车销量在中国汽车消费市场延续了近年来的高速增长势头。在29日拉开帷幕的第二十四届成都国际汽车展览会(以下简称成都国际车展)上,“造车新势力”与传统车企下的新能源品牌,大规模集结四川成都这个海内外车企新品中国西部首发主阵地,加速布局中国西部市场。

在汽车产业全面面向智能化、电动化、网联化、共享化转型背景下,新能源汽车正发挥主力作用。据中国工业和信息化部装备工业发展中心日前发布的《中国汽车产业发展年报(2021)》,2020年中国新能源汽车销量136.7万辆,连续3年超过100万辆,连续6年位居全球第一。中国商务部数据显示,今年1月至7月,中国新能源汽车销量已超2020年全年水平,生产企业新能源汽车销量147.8万辆,同比增长2倍,较2019年同期增长1倍,占新车销量10%;7月新能源汽车销量达27.1万辆,同比增长1.6倍,刷新单月历史纪录。

新能源汽车的火热,在此次成都国际车展可见一斑:现场16个展馆中,几乎每个展馆都能见到新能源汽车的身影;集中展示新能源汽车的10号馆,挤满了参观体验的观众。当日部分车企发布新车,例如比亚迪推出其海洋年系首款车型“海豚”,长城欧拉发布复古时尚车型品类“芭蕾猫”。

新能源汽车消费体现出逐渐增强的市场内生动力,今年上半年,新能源汽车个人购买比例超过七成。成都国际车展首日,参观新能源汽车的个体消费者不在少数。在成都某互联网公司工作的刘廷通过安检后,直奔新能源汽车最集中的10号馆而去,并在销售人员指引下登车体验,“电费比油便宜很多,从城市代步角度看,新能源汽车是相对理想的选择,而且新能源汽车噪音小、加速快,很有驾驶乐趣。”不过对现也有自己的烦恼:他所居住的小区是一个老旧小区,面临充电桩安装难题,“买车是一件大事,要综合考虑各种因素。”刘廷说。

中国汽车流通协会专家委员会成员、汽车行业分析师钟师认为,对新能源汽车发展的政策支持、相关车企不断推陈出新以及充电设施推广普及,共同促成了近年来新能源汽车销量在中国市场的快速增长,目前新能源汽车应着力提高电池性能,“只有电力系统达到平均水平之上,一辆新能源汽车才有市场生存空间”。

钟师还表示,影响新能源汽车消费的另一关键因素是电池安全性,个别新能源汽车自燃事件引发社会广泛关注,倒逼企业在电池安全性方面特别强化,“消费者越来越‘敢买’的前提,正是对于新能源汽车电池安全性的放心”。 (单鹏)

“奥运热”带动体育消费潮

小黄鸭发卡、胡萝卜发绳、乒乓球项链……东京奥运会期间,一些运动员不经意间成为“带货顶流”,其物品成为电商平台上的“爆款”。“3天之内全店卖出了7万件跟奥运冠军杨倩同款的小黄鸭发卡,超过该商品正常月销量的百倍。”一家网店负责人说。

“随着数字技术的发展,越来越多的人在感知体育、参与体育。”华东师范大学体育与健康学院副教授马德浩接受记者采访时说,从奥运冠军成为“带货顶流”这一现象,可以看出数字技术在打造“注意力经济”方面起了巨大作用。全媒体报道会放大体育明星的一些细节,这些细节往往成为热门话题。“带货顶流”“爆款”背后需要强大的产品供应链支持,这也证明了中国制造业强大的产品生产能力和勤流速度。

“互联网+”让运动更有趣

“奥运同款”热卖现象,只是当前中国体育消费蓬勃发展的一个缩影。以各类体育培训、赛事报名和场馆预订等为代表的体育服务消费增长迅猛,消费占比不断提升。杨志勇认为,随着人们收入水平提高,消费升级换代,其中包括体育消费数量的增多,也包括体育消费品质的上升。线上线下结合发展,是体育产业未来发展的重要路径。

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393 QQ:769036015 微信:13308082189
地址:红星路2段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室
律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照,本刊不因所刊登信息及结果承担法律责任。

注销公告
成都红途变压器有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6AEMMN19)经股东会决议,拟向登记机关申请注销公司,请公司债权人于本公告发之日起45日内到本公司办理相关债务事宜,逾期视相关债权放弃。特此公告。
成都晓陈医学学生证港头
注销公告
成都市成都龙石科技有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6BP2CP93)正解散,公章(编号:5101005957337)、财务专用章(编号:5101005793338)、发票专用章(编号:5101005793340)、法定代表人章(编号:5101005793340)、合同专用章(编号:5101005793340)、法定代表人章(编号:5101005793340)、合同专用章(编号:5101005793340)、以上刻章于本公告发布之日起2日内到本公司申请注销手续,特此公告。
成都市金熊商贸有限公司业务部分公司变更通知
(注册号:510100000041099)遗失,声明作废。
四川省成都市成都区人一般纳税人登记证(编号:510104243770)不慎遗失,声明作废。
注销公告
成都市成都市新都区四川新都区人民法院公司注销公告
(注册号:510100000553773)股东会决议注销本公司,请公司相关债权债务人于本公告发布之日起45日内向本公司申报债权债务,特此公告。
成都市成都市成