

2019年我国消费品市场预计增长8.5%左右

据新华社电（记者雪薇）中国商业联合会、中华全国商业信息中心4月9日共同在北京发布的报告预计，2019年，我国将促进形成强大国内市场，为经济平稳运行提供有力支撑。预计2019年消费品市场增速在8.5%左右，与上年基本持平。

当日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心共同主办的2019(第二十七届中国)市场商品销售统计结果新闻发布会在北京举行。中华全国商业信息中心党委书记曹立生在会上介绍说，2018年，我国消费连续第5年成为经济增长的第一驱动力。从消费品市场的结构变化上来看，依然延续着5个基本趋势：网购消费增速快于实体店，乡村消费增速快于城镇，餐饮收入增速快于商品零售，小型型、创新型商业发展活跃，大型零售企业销售增速放缓。

据曹立生分析，2019年，我国在促进形成强大国内市场方面将采取有力措施：一是多管齐下优先稳定和扩大就业，促进居民收入稳定增长；二是基本民生投入只增不减，教育、医疗、养老等社会保障制度和政策持续完善；三是丰富服务消费、健全农村流通网络、促进消费新业态新模式发展，积极扩大进口等措施将刺激消费需求；四是新能源汽车购置优惠、绿色智能家电补贴等产业政策将有利于相关市场稳定运行；五是消费市场环境不断优化，消费基础设施水平、质量标准以及消费者保护力度都在持续提升，有利于增强居民消费信心。

空调行业首个物联网5G应用联合实验室揭牌

本报讯 4月9日，在第三十届中国制冷展上，海尔中央空调联合中国信息通信研究院、中国家用电器研究院、中国移动通信集团有限公司、华为技术有限公司共同为行业首个物联网5G应用联合实验室揭牌。这代表着5G技术应用开始向商用领域拓展。

5G风口下，产业创新应用的春天已经到来。据了解，日前，海尔已建成全球首个5G智慧家庭实验室，并将在年内推出全球首个5G智慧家庭方案。在今年的家博会期间，海尔中央空调方面就曾表示，将把5G技术应用于商用与家用领域。此次物联网5G应用联合实验室的成立，代表着海尔引领空调业步入5G时代的开始。

作为空调行业首个发力5G的品牌，海尔方面表示，将以5G中央空调、5G智慧楼宇应用、5G智能制造应用为主要研究方向，提升5G对中央空调领域的应用价值，实现与用户的终身联接。在大数据、边缘计算等物联网技术的基础上，海尔将5G技术应用于中央空调领域，为不同应用场景提供差异化的网络能力和业务隔离性，使中央空调的应用不再受限于无线网络，实现自连网、自适应和自优化的智能运营；并根据设备运行情况，通过集中管理与远程控制方案，让不同空间空气更加节能、舒适。利用5G技术，海尔将进一步推动空调由电器向网器转变，增加与用户的连接度，提升用户体验。

海尔中央空调率先发力5G的背后，是其多年来探索物联网技术的自身积淀与外部生态资源的助力。在2016年，海尔建成全球首个中央空调互联工厂，以10项引领技术实现自动化生产、智能化检测；并在2017年，依托E+云服务平台，全球首发高速率无线接接入的物联网中央空调。而早在2014年，海尔就在行业首创了空气生态圈，逐步在全球实现健康空气研究中心的建设，将全球优质空气生态资源吸入其中。凭借持续性的用户交互，海尔将生成全球最大的个性化“空气数据库”，构建全球最大的健康空气生态平台，使“空气生态”成为空调业在物联网时代的新升级方向。

业内专家分析，凭借首个物联网5G应用联合实验室的落成，海尔或将率先实现全球“5G中央空调”的全面普及，海尔中央空调物联网创领者的生态优势也将逐渐显现。（东舟）

院士专家工作站在牛栏山挂牌

本报讯 4月9日，北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂院士专家工作站在牛栏山酒厂新厂区会议室揭牌。据介绍，牛栏山“院士专家工作站”拥有中国科学院院士庄文颖、中国工程院院士孙宝国两名院士，他们分别是我国真菌学以及风味化学技术领域的领军人物。合作期间，院士专家工作站将针对企业实际生产情况，在传统酿造技艺的基础上，创建和完善以生物技术和食品风味技术为核心的技术创新体系，系统推进白酒风味物质、健康因子、品质提升等理论研究。

除了与中国科学院、中国工程院紧密合作外，多年来，牛栏山酒厂还与江南大学、天津大学等进行项目合作，建立CNAS检测分析实验室、微生物实验室以及特色菌种库等科研平台，相继完成了“中国白酒169计划项目”“二锅头白酒中有机酸和多元醇的分析检测”“牛栏山清香型大茬酒醋发酵过程中微生物种群演替规律研究”等科研项目，为牛栏山酒厂产品工艺改造、品质控制和二锅头品质提升等提供了扎实的理论基础。（杨柳）

“联合创新中心”促青岛微电子产业发展

本报记（记者杨明清）3月29日，由青岛微电子创新中心有限公司、高通（中国）控股有限公司、歌尔股份有限公司共同成立的“青岛芯谷·高通中国·歌尔联合创新中心”启用仪式在青岛市崂山区国际创新园举行。联合创新中心依托高通全球领先的创新技术，歌尔强大的研发实力和产业基础，将为崂山乃至山东省青岛市微电子产业发展提供强大创新平台。

联合创新中心的正式启用，标志着三方合作取得初步成果，并将以此为起点，整合多方优势资源，在智能音频、VR/AR（虚拟现实/增强现实）、可穿戴等智能硬件与物联网领域，提供技术评估、研发指导、测试及认证等支持，推动技术创新与突破，促进崂山区微电子产业的发展。此外，联合创新中心将会不定期举办风险投资、创业指导、通信和物联网、VR/AR技术相关的培训和研讨会等活动。

鲁南高铁打造精品工程

本报讯 3月30日，由中铁电气化局三公司负责施工的鲁南高铁费县北牵引变电所和临沂北配电所，作为首件工程顺利完成验收评估工作。“首件工程”是样板和标杆，被誉为全线质量管控的“教科书”。此次首件工程现场定标会的顺利通过，为统一全线施工技术标准、安装标准、工艺标准，发挥了“样板引路、示范引领”的作用，为全线变电、电力施工提供了统一标准，也为打造鲁南高铁精品工程奠定了坚实基础。

鲁南高铁是国家“八纵八横”高速铁路网的重要连接通道，也是山东省“三横五纵”高速铁路网的重要组成部分。项目建成后，将与京沪高速铁路、京九高速铁路、青连铁路、郑徐客运专线以及规划的京沪第二通道等五条国家干线铁路实现互联互通。（凌云 王华）

茶旅度假为踏春带来“新体验”

本报记者 黄仕强

3月中下旬以来，随着暖春的到来，旅游市场迎来了今年第一波热潮——踏春游开始火热。尤其是刚刚过去的清明小长假及即将到来的五一假期，更成为春季旅游市场的火爆季。

《工人日报》记者注意到，今年春游除了常规赏花目的地受到关注之外，茶旅度假的火爆程度甚至有赶超之势，成为踏春游的“新体验”。

闻香而动的“采茶人”

“上个月我们几家人就聚在一起商量清明小长假去哪儿玩，后来一致决定来这里，听朋友推荐这里风景优美，茶香四溢。”上周，在重庆市巴南区二圣镇白象山茶园，记者遇到了前来游玩的市民徐彬仁，他们三口之家正提着竹篓穿梭在茶场，兴致勃勃地和一同前来的几个家庭比赛着采茶。“小朋友们和大人都很喜欢这里。”徐彬仁开心地说。

记者在白象山茶园看到，不仅有像徐先生这样的邀约友人一道来此踏青春游的游客，还时不时有旅行社带着团队游客前来。“自从白象山茶园开园后，我们旅行社每天都会接待很多前来预约跟团的游客，这里已经成为这一季发团最频繁的目的地之一。”带队的导游黄达告诉记者，春游到茶园、茶场的路线如今越来越受欢迎，很多游客一方面是感觉路程不远游玩不累，另一方面是能够亲近大自然感受春天气息，加之还能参与采茶、炒茶等有趣味的活动，觉得比赏花游更充满乐趣。

据白象山茶园种植部负责人陈树福介绍，每年春茶上市时，茶园都会举办采茶节，穿插了很多体验活动，游客入园可以亲自采茶，然后在师傅的指导下炒制茶叶，还能跟随茶艺师现场学习茶艺，这些活动都非常适宜游客的互动体验。“近两年，前来的游客越来越多，为了维护茶园的环境，我们甚至还有限制每天的入园游客人数。”

茶园、茶场成为踏春游的新兴打卡地，已成为

采茶游悄然兴起，茶园、茶场成为新晋网红打卡景点

当下的一个趋势。在重庆市永川区，“国际茶文化旅游节”成为当地春季一个重要的旅游活动，据了解，每一届旅游节举办期间，都会有上万游客前往茶山竹海，参与采茶制茶品茶活动。“去年的旅游节期间，共接待游客17万多人次，旅游收入9000多万元。”永川区文化和旅游发展委员会相关人士表示，预计今年春游期间的游客人次和收入会翻一倍。

年轻人成为主力游客

值得一提的是，记者注意到，选择茶旅度假的游客群体呈现出年轻化的趋势。

记者从国内多家在线旅游平台了解到，采茶游的主力游客以80后、90后为主力，人数占比接近40%。“传统认知上，似乎中老年人对茶文化会感兴趣。但是我们通过平台查询数据、订单数据的分析，如今更多的年轻人对茶旅度假目的地表现出了极大的兴趣。”负责去哪儿旅行APP运营数据分析的彭庆国告诉记者，采茶游受到年轻人欢迎，一方面是因为采茶游更符合亲子游的属性，吸引了很多年轻家庭愿意带上孩子前往；另一方面纯观光的景点逐渐不能满足市场的需求，文旅融合的项目更受游客喜欢。

日前，驴妈妈发布数据显示，包括黄山（毛峰）、西双版纳南糯山（普洱）、杭州梅家坞茶山（龙井）、庐山（云雾茶）、峨眉山（雪芽）、武夷山（大红袍）等地成为今年踏春游市场搜索量排名靠前的热门目的地。

“事实上，春季采茶游前两年已经逐渐兴起，今年呈现出明显爆发态势，这也是国内许多景区在茶旅融合上花心思的最好回报。”业界人士指出，比如苏州洞庭山，便是中国十大名茶之一碧螺春的产地，除了采茶、赏茶、品茶之外，登画舫、游太湖都是必玩项目。

近年来，越来越多的产茶胜地开始推出别样的体验式产品，依托茶山建度假酒店，并贩卖以茶文化为主体的周边文创产品，使得采茶地成为了新晋网红打卡景点。



破旧厂房变身“健身工厂”

4月8日，在郑州市的繁华背后隐藏着一片破旧的工业厂房，随着城市化的进程，工厂整体搬迁至新区，机械设备被悉数拆走，只留下这些巨大空旷的车间。荒废多年之后，如今这些厂房的命运迎来了新的转机。凭借大跨度的空间结构和朴拙原始的材料质感，工厂大仓库改造成健身房，被称为“健身工厂”。

周波 摄/东方IC

补贴大幅缩减，

倒逼新能源车企技术提升

李永钧

2019年新能源补贴政策终于靴子落地。财政部、工信部等四部委日前发布通知，对进一步完善新能源汽车推广应用的财政补贴政策的有关事项作出了调整，备受消费者和制造商关注的补贴标准、技术指标、质量监管等终于有了“新说法”。

2019年的补贴方案明确新能源汽车中央补贴大幅缩减，单车最高补贴金额降至2.5万元，纯电动车补贴最高降5万元，且地方补贴将全部取消。根据此次补贴新政，纯电动乘用车续航里程要达到250公里以上才有补贴，续航250公里至400公里之间补贴1.8万元，续航大于400公里以上补贴2.5万元。同时，新能源乘用车补贴还提高了技术要求：首先是起步补贴门槛提高到250公里，且高于400公里(包含400公里)的补贴相比2018年也大幅削减50%；其次是将电池包能量密度再次提高门槛，由2018年最低105Wh/kg调整为最低125Wh/kg；再次是调整了补贴系数，且均不高于1倍补贴。这意味着某车型虽然像2018年一样达到了补贴门槛，但到手金额却大幅减少。另外，比规定电耗水平低于10%的车型将被取消补贴。此外，还有一个变化，如果出现质量事故，将暂停发放补贴。

四部委表示，按照2020年以后补贴退出的制度安排，为了使新能源汽车产业平稳过渡，采取分段释放调整压力的做法，即2019年补贴标准在2018年基础上平均退坡50%，至2020年底后退坡到位。

此次四部委的通知，是我国实施多年的新能源汽车补贴政策的一次重大调整。2013年以来，中国启动了新一轮新能源汽车推广应用，支持措施逐年丰富。各部委先后推出数十项政策措施，涵盖技术创新、研发生产、购置补贴、税收优惠、推广使用、准入监督、安全监管等各个方面，涉及动力电池、电机电控、充电设施等全产业链环节。受益于连续多年来中国新能源汽车补贴政策，中国在新一轮汽车产业转型升级中抢占了先机，新能源汽车增长势头迅猛。

然而，随着新能源汽车产业规模迅速扩大，长期执行补贴政策导致一些企业形成“补贴依赖症”，产业竞争力不强。业内普遍认为，补贴不应是一个长期逻辑，实现了补贴应该发挥的产业引导功能后，理应有序退出。对任何行业实施财政补贴，都必须建立在严格监管的基础之上，不能以为补贴发放得越多就越好。要建立严格的补贴标准，使资金用到推进行业发展的关键之处，让真正需要补贴的企业得到及时的财政支持，可以使新能源汽车运营中的薄弱环节得到加强，这样的财政支持才有意义，从而推动新能源汽车在我国实现健康发展。

补贴新政的发布，意味着今后靠补贴混日子的时代将一去不返。从长远看，随着补贴退坡，有实力的公司会生存下来，没有实力的公司将遭淘汰，促进产业优胜劣汰。对于企业来说，只有积极应对，努力提升产品和技术，通过以量补价、增配提价，以及成本降低来消化补贴退出的不利影响。另外，企业要想在残酷的市场竞争中取胜，不仅要靠先进的技术研发实力，更要倚仗产品的优质及安全可靠。唯有如此，才可以获得政策青睐，也可以在外资品牌大举进攻中国市场的当下守住阵地。

代写刷量屡禁不止，电商平台“黑灰产业链”泛滥

如何遏制“刷量”“刷好评”现象？

于 烨

让你“种草”的购物分享笔记可能并非来自真实用户的亲身体验，而是由专业写手按照商家需求“编造”的。近日，有报道称，小红书平台上的购物分享笔记存在代写代发、刷量、提升搜索排名的现象，其背后的灰色产业链也浮出水面。

“种草”一词最早流行于美妆论坛与社区，之后风靡各大社交平台，许多明星、网红都热衷于用“种草笔记”分享产品使用感受。而伴随而来的是各类营销推广笔记和刷量点赞，干扰消费者的正常消费决策。对此，消费者要如何防范？平台又该如何对待？

代写刷量屡禁不止

此前，包括天猫、淘宝、京东、马蜂窝、美团、人人车、当当网、拼多多、苏宁易购、1号店、大众点评等各大知名电商平台均被曝出过其商家存在“刷单”现象。

电子商务研究中心主任曹磊认为，作为互联网“黑灰产业链”的一部分，代写刷量产业一直存在，许多电商平台都面临这个问题。一直以来，刷单刷量就像行业毒瘤一样，仍然屡禁不止。

据了解，对于网购来说，评价是引导销量的重要因素。刷单制造虚假销量和好评，商品却以次充优，让消费者防不胜防。几元钱能买一条好评，一两千元能升一颗钻，一些网络平台通过组织虚假交易等方式，刷单几乎成为一条暴利产业链。

电子商务研究中心法律权益部助理分析师蒙慧欣指出，刷量、删差评、虚假评价等行为不仅扰乱了电商行业正常的交易秩序，损害了消费者的

知情权，也破坏了正常的交易秩序，构成了不正当竞争。

北京盈科（杭州）律师事务所律师方超强表示，虚假刷量行为，实际上是对小红书商业模式的侵权行为。名为分享，实为推广软文的信息、根据《互联网广告管理暂行办法》相关规定，可以认定为互联网广告。根据规定需要对广告真实性负责，同时还应标注软文广告身份，使得消费者能够明辨其为广告。

信誉评价机制是主因

此类刷量“一条龙服务”产业链是如何产生的？电子商务研究中心法律权益部分析师姚建芳表示，电商平台信誉评价机制是电商卖家刷量的主要原因。对于电商卖家来说，刷量能快速形成商品销量高的假象，提高店铺的成交量和好评率，且相比正常的市场推广，刷量的成本低，效果显著。目前对于刷量的举证难，处罚轻，尤其是对刷量者个人的处罚轻，因此面对利益的诱惑，刷量从从业者愿意冒险。

蒙慧欣认为，刷量产生的泡沫数据不仅会让一些劣质产品得逞，而且对行业大数据、平台大数据和广告效应也会产生误导，甚至还会影响相关部门的决策。

蒙慧欣表示，电商平台应优化排名制度，不再把好评、销量等作为排名的主要依据，而是把诚信度、资质等作为更重要的参考指标。电商卖家不能盲目刷量，不能不进行真实的评测就认定商品好坏与否，而是应该多在商品品质和售后服务等良好的购物体验上下功夫，重视与消费者之间的关系，逐步形成品牌和行业影响力，这样才能赢得消费者的青睐。

需多方联动净化交易环境

如何遏制“刷量”“刷好评”现象？曹磊认为，“刷单”行为在国内根深蒂固、利益盘根错节。要想抑制“刷单”现象，需要从多个层面联动来解决。

首先，加强政府监管。新《电子商务法》规定，电子商务经营者不得以虚假宣传、虚构交易、编造用户评价等方式侵害消费者知情权。这意味着，电子商务经营者“刷量”“刷单”“刷信誉”等行为或被禁止。只有监管、立法、司法等各部门重视了，商家、平台才会更加积极配合、协同治理。

其次，平台严格防范。要想解决“刷量”“刷好评”问题，平台层面首先要表明态度，坚决反对。对于商家出现的“刷量”行为进行严厉的惩罚，久而久之此类现象才能逐渐减少。

再次，外部力量监督。包括协协、社会组织、专业机构、广大用户，在抑制电商平台“刷量”现象中也起着至关重要的作用。通过各类社会机构的力量，与平台之间相互配合，可以更全面地对“刷量”行为进行监督治理。

姚建芳认为，导致电商平台刷量屡禁不止的重要原因还是电商平台的排名机制，以及消费者的购买参考，商家可以通过刷量这条途径获得更多消费者的关注和访问量。刷量现象纳入法律监管范围将净化电商交易环境，虚假交易、虚假信誉评价或将有所改善。

在姚建芳看来，监管刷量行为需要电商、消费者、监管部门的共同努力。对于电商平台，完善搜索排名机制，不能仅通过销量和评价来评价卖家信誉形象。对于刷量的卖家要坚决予以处罚，严重者关店处理；消费者一旦发现卖家有刷量行为应向平台和监管部门举报；监管部门需要完善立法，严格执法。