

2019中小企业信息化服务信息发布会举办

工信部:通过信息化赋能中小企业

本报讯(记者王群)4月23日,工业和信息化部“2019中小企业信息化服务信息发布会”在京召开。工业和信息化部副部长王江平表示,要通过信息化赋能中小企业,提升专业化能力和水平。把中小企业的痛点、难点和堵点问题作为信息化服务中小企业的主攻方向,同时加强对中小企业信息化的政策扶持,不断优化中小企业信息化服务环境,调动信息化服务机构和中小企业两个市场主体的积极性并开展合作。

此前,由中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于促进中小企业健康发展的指导意见》曾提出,推进发展“互联网+中小企业”,鼓励大型企业及专业服务机构建设面向中小企业的云制造平台和云服务平台,发展适合中小企业智能制造需求的产品,解决方案和工具包,完善中小企业智能制造支撑服务体系。

“信息化服务机构要深入研究中小企业发展的信息化共性和关键需求,服务中小企业开展智能化改造、管理提升、市场拓展等信息化应用,开展各类中小企业信息化专项服务行动。”王江平说,中小企业要抓住以网络化、数字化、智能化为代表的新工业革命机遇,推动互联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术在中小企业的应用,深耕主业,不断提高专业化发展的能力和水平,促进传统产业转型升级,形成专业化的中小企业分工协作产业体系。

工业和信息化部中小企业局局长马向晖介绍了2018年中小企业信息化推进工作情况。据不完全统计,各类信息化服务机构在全国建立了4400多个服务机构,配备了30多万名服务人员,联合了7600多家专业合作伙伴;投入资金近17亿元,获得各级地方财政支持6.7亿元;年内组织开展宣传培训和信息化推广活动3万余场,参加活动达249万多人次,与地方政府部门签署了1911份合作协议,全面提升中小企业信息化应用能力。在服务政策落地、促进融资、降本增效、推动创新创业等方面,均发挥了重要作用,推动中小企业不断提高发展质量。

据了解,中小企业信息化推进工程已实施14年,是深入实施中小企业信息化战略推进工程,加快建设制造强国和网络强国的重要措施,对完善创新创业环境,引导中小企业专精特新发展,提升中小企业创新发展能力和专业化水平具有推动作用。

平行进口车“越来越火”

新华社记者 王晖

从30万元左右的“平民跑车”野马到上百万元的“霸气”皮卡,丰富的车型、颜色、配置让正在开展的2019“津洽会”平行进口车展成为市民打卡的热点地,过去只有小部分人知道的平行进口车也进入更多消费者的视野。

自2015年我国实施平行进口车政策以来,目前已在沿海、天津等17个省份开展平行进口汽车试点,我国平行进口车贸易呈现出车型更丰富、价格更实惠、服务更周全的新业态,有力促进了我国汽车消费市场的高质量发展。

老百姓购车的热门选择

2019“津洽会”4月18日至22日在天津举行,记者在本届“津洽会”首次设置的平行进口车展里看到,琳琅满目的越野车、皮卡、商务车、轿车、跑车等120余款特色及热销平行进口汽车展出,不少“汽车网红”也在这些车辆前做起了直播,为观众介绍其性能、价格等。

一位正在试车的市民告诉记者,他准备选购一台野马跑车,这款车的平行进口款比中规版便宜了不少,这次正好借着展会的机会选择几家靠谱的车商问问购买的流程。

平行进口汽车是指未经品牌厂商授权,贸易商从海外市场购买,并引入中国市场进行销售的汽车。作为主渠道进口车的补充,平行进口车由于具有可以满足不同消费群体的多样性、个性化需求,且价格较优惠于4s店等优势,平行进口车逐渐得到越来越多消费者认可。

商务部数据显示,2017年,天津等9个试点地区100家试点企业共进口汽车13.6万辆,同比增长10%,约占进口车总量的11%。车型近180个,比2016年增加了30多个。

2018年起,我国在已有9个口岸基础上增加支持在内蒙古的满洲里口岸、江苏张家港保税港区、河南郑州铁路口岸、湖南岳阳城陵矶港、广西钦州保税港区、海南海口港、重庆铁路口岸、青岛前湾保税港区等8个地区开展汽车平行进口试点。

价格更实惠、服务更周全

由于平行进口车的引入,车价特别是中高端进口汽车价格下降明显。业内人士告诉记者,平行进口汽车比传统的经区域代理商销售的汽车,价格可便宜10%左右,汽车平行进口真正惠及消费者。

“随着消费者越来越便捷地享受平行进口车‘三包’和售后服务体系,与国内4s店相比,丰富的配置、更多的可定制化产品让更多消费者选择平行进口车。”天津森扬国际汽车城副总经理张浩告诉记者,很多海外新车型上市后,往往没有直接通过4s店等渠道进入国内,但消费者可通过平行进口的渠道购买到这些车型。

加价提车、“推荐”豪华内饰装修、“裸提”爆款车型等待时间长达数月等,这些4s店的“潜规则”让消费者倍感无奈。

“而平行进口车基本都是现车,在天津各车城中多数可实现当天付款当天提车,尤其到了春节等重要时节,现车优势更加明显。”张浩说。

“2018年前三季度,汽车平行进口是95871辆,同比增长5.9%,进口金额是51.2亿美元,同比增长10%。”海关总署自贸区及特殊区域发展司主要负责人陈振冲表示,平行进口试点以后所释放的信号对市场有比较大的影响,传统汽车经销商销售的中高端进口汽车售价降价比较明显,大部分在15%以上,个别甚至超过30%。

政策红利持续释放

去年11月,国务院印发了关于支持自由贸易试验区深化改革创新若干措施的通知,提出了53项切口小、见效快的举措,其中之一是支持自贸试验区试点汽车平行进口保税仓储业务。

海关总署也在去年11月会同有关部门调整了平行进口汽车保税仓储期限,由原来的3个月调整为不设仓储时间。这将有利于进口企业合理分配资金占用,降低运营成本。

同时,各地纷纷出台政策措施,给平行进口汽车行业的发展带来了越来越好的支撑。2018年,天津口岸平行进口汽车到港量达到9.1万辆,占全国进口总量的65.5%。

商务部新闻发言人高峰在今年4月4日表示,将拓展供

(据新华社电)

菜市场成为互联网巨头青睐的新阵地,会否又将上演一场烧钱大战

互联网瞄上“菜篮子”



盒马菜市亮相上海静安一社区。
金翰昕 摄/东方IC

本报记者 徐潇

逐渐习惯了通过互联网解决购物、就餐等问题的消费者,近来突然发现,菜市场争夺战在互联网巨头之间已经悄然打响。

今年1月份,美团在上海布局生鲜配送,并于3月份在北京两大居民区开始试运营,凭借着美团外卖的骑手实现快速送菜上门服务。4月18日,美团买菜在上海峨眉山路新开一家服务站。

3月底,盒马新业态“盒马菜市”首家店在上海五月花广场开业。4月初,叮咚买菜全面接入饿了么平台,饿了么将为其实现物流、售后、营销等服

务。与叮咚买菜合作后,饿了么将会开通全国500个城市的送菜业务。想要入局的平台还有苏宁,有消息称,4月下旬,苏宁小店也将在APP上上线苏宁菜场功能模块。

菜市场,这种充满烟火气息的大爷大妈的主场,怎么就成了互联网巨头青睐有加的新阵地?

小生意蕴含大市场

对消费者而言,菜市场里买两斤肉一把青菜几根葱,花费数十元,不过是一笔小买卖。然而,这个看似很小的买卖,搭上了互联网快车以后,人们才真正看到背后潜藏的巨大市场。

自2005年易果网上线以来,互联网就有“得生鲜者得天下”的说法,随后互联网生鲜领域就不缺布局者和参与者,根本原因在于生鲜领域具有庞大的消费市场。据最新数据统计显示,2013-2017年中国生鲜食品零售额从3.61万亿元增长到4.72万亿元,而其中,菜品消费占了七成,也就是近3.5万亿元。

在2016年,由于冷链物流不完善,生鲜电商一度走入冷静期。但随着冷链配送技术的提升,以及社区配送站的增加,近两年资本对互联网生鲜的消费市场表现出了高度关注。数据显示,2018年生鲜零售融资超过20起。业内人士分析,资本对生鲜电商的追投意愿较高,企业的融资速度也比过去快。

随着生鲜电商竞争持续升级,各大电商平台纷纷将目光瞄准了菜市场。从种类来讲,过去的生鲜电商以水果和海鲜为主,如今,买300克南瓜,一盒白玉豆腐,500克供港紫薯……打开手机APP下单,1小时内就可送菜上门。随着手机买菜的订单开始放量增加,以往扎堆在餐饮街附近的“外卖骑手”,也开始在菜市场或大卖场周边等候订单,针对蔬菜的争夺战的硝烟在互联网巨头之间弥漫。

电子商务研究中心主任曹磊表示,从目前的生鲜市场来看,本地菜市场有时效性,超市覆盖不够密集,加上一二线城市生活节奏加快,一些居民特

别是上班族,买菜难问题突出,所以买菜领域具有较大的用户需求。

对于需要下班做饭的都市白领,时间和便利性是他们需要优先考量的因素。相比去菜市场,刷手机等菜上门,显然更惬意。

有业内人士表示,生鲜市场80%在菜市场,20%在大卖场。随着以夫妻老婆店为主要形式的菜市场逐渐衰落,新的业态将对菜市场形成围剿之势。

又一场烧钱大战?

在互联网消费场里,烧钱,从来都不是新闻,菜市场的争夺或也要打一场烧钱战。把菜市场搬到线上,首先要带动消费者消费习惯的场景转移。逛菜市场对消费者而言,不仅是花花钱,它是集运动、社交和休闲于一体的活动,更让消费者无法舍弃的是,面对摆放整齐的番茄挑挑选选的满足感。

在社区附近开便利店的杨慧认为,大爷大妈们不转手机,很难养成互联网购物习惯,而且中老年人这一买菜群体对价格很敏感,所以互联网买菜业务的主要客群是年轻白领。

而对年轻消费者小楠而言,APP上买菜更看重价格。注册、下单能领取新人红包,还有很多满减优惠,算下来,比去卖场便宜多了而且送菜上门。小楠告诉记者,“家里长辈来北京的时候,总有买菜的需求,如果APP上持续优惠,那还省去超市采购的时间和力气。”

“线上买菜还需要资本烧钱,这样才能养成消费者对平台的专一消费习惯。”在谈到线上买菜时,一名电商从业人员告诉《工人日报》记者,“从2017年开始竞争就很激烈,目前还是靠烧钱补贴,线上买菜有持续补贴才能持续有订单,但订单越多人,亏钱越多。”

据电子商务研究中心此前公布的一组数据显示:生鲜电商4000多家入局者中,4%持平,88%亏损,7%是巨额亏损,最终只有1%实现了盈利。看



互联网巨头开始下场“卖菜”。尹正义/东方IC

来,线上买菜习惯的养成和市场竞争,将会是一场持久战。

有痛点才有发力点

无论烧钱抢市场的资本口袋里有多少钱,他们对线上菜市场的盈利之痛都无法做到视而不见。波士顿咨询公司和阿里研究院联合发布的《中国生鲜消费趋势报告》中提到,到2020年,中国的生鲜消费市场仍将以下线为主,这意味着,3.5万亿元的菜品消费里,75%-85%依旧由线下市场占据,无法盈利甚至亏损是他们需要优先考量的因素。相比去菜市场,刷手机等菜上门,显然更惬意。

业内人士表示,生鲜市场80%在菜市场,20%在大卖场。随着以夫妻老婆店为主要形式的菜市场逐渐衰落,新的业态将对菜市场形成围剿之势。

供应链是未来生鲜新零售企业的核心竞争力,其中包括采购、流通、仓储、配送等多个环节。每个环节的质量把控最终都会影响到消费者的体验,既要保证更好的果蔬品质,又要降低成本和保证价格实惠,确实是个难题。

另一方面,“时间就是金钱”这一准则并不是事半功倍。“我更喜欢逛菜市场的原因是,在菜市场里,我掌握主动权。”从事汽车行业的龚先生接受记者采访时说,虽然线上配送可以省时省力,但在菜市场挑选是消费主动权的体现,菜品的优劣可以当场甄别,也可以随心买多买少,而不像线上买菜有所限制。

业内人士分析称,毛利低、损耗高、供应链复杂,这是生鲜企业的难点,菜市场尤其。卖菜类的生鲜电商,只有实现足够大的点位覆盖,有足够高的订单量支撑,同时提高客单价,才能扭亏。

曹磊认为,随着巨头们以不同形式进军社区菜市场,竞争不断升级也将推动原有行业格局加速洗牌,未来生鲜市场的线上渗透率将会逐步提升。如何提高配送速度、引导线下流量、满足消费需求、优化供应链、建立产品标准、保障品质等问题,都是生鲜新零售企业未来发展需要突破的难点。

西北油田:今年将投入亿元退井还林

本报讯(记者孙喜保)4月22日,在第50个“世界地球日”当天,中国石化公众开放日品牌活动正式启动,位于新疆的西北油田邀请公众走进南疆塔里木盆地油田生产一线,零距离接触油田现场。西北油田党委书记刘宝增在活动现场接受记者采访时表示,企业2019年将投入1亿元资金在塔里木河中上游湿地缓冲区退井还林,这些资金一方面用于胡杨林保护区的油气井退出;另一方面则用于科研,用科研的成果保护环境、保护胡杨树。

企业负责人告诉记者,近年来随着新疆维吾尔自治区对环保的重视,当地的生态正在好转,塔里木河的水量在增加,河两岸的植被已经初现规模,野鸭子、野鸡等野生动物也不时出现。戈壁滩上生长植被十分不易,破坏容易恢复难,因此越是环境在变好,越要珍惜这来之不易的成果。

在这样的地方开采石油和天然气,环保压力之高可想而知。尤其需要注意的是,在西北油田,随着产业聚集、政策扶持、区域合作等措施,瞄准竹家具厨具、竹工艺品、竹纤维纸等“以竹代木”产业,形成从毛竹生产加工到销售的完整产业链。朱海鹏 摄/东方IC

以竹代木 绿色生金



4月20日,江西省赣州市会昌县麻州镇竹制品加工企业的工人在晾晒竹条。近年来,会昌县因地制宜,利用丰富的速生毛竹资源,大力发展竹制品精深加工产业。采取产业聚集、政策扶持、区域合作等措施,瞄准竹家具厨具、竹工艺品、竹纤维纸等“以竹代木”产业,形成从毛竹生产加工到销售的完整产业链。朱海鹏 摄/东方IC

透过车展看未来:汽车产业将会发生怎样的变化?

李永钧

正在进行中的2019上海国际车展,无论在车企还是消费者的眼中,早已不是一个纯粹的新车展示和作秀的舞台,而成为观察车市发展的风向标。从本届车展大致可以看出当前汽车产业发生的嬗变。

5G时代来临

2019年被视为全球“5G元年”,随着5G商用时代的到来,本届上海车展车企开始面向5G发布战略动向,抢先布局。上汽集团发布概念车——荣威Vision-i concept,上汽称之为全球首款5G情感化智能移动座舱概念车,以5G元素的Vision-i concept宣布上汽正式步入5G时代。此外,上汽集团与华为、中国移动、华为、上海国际汽车城共同启动5G智慧交通示范区建设,打造智慧出行生态,MARVEL X 5G版也将上市。与此同时,东风汽车携国内首台融合5G远程驾驶技术的Sharing-VAN亮相,在此次车展之前,东风汽车携华为签署了智能网联合作框架协议,表明了东风汽车面向5G发展的战略方向。

北汽集团发布全球首个商业搭载5G技术的平台,该架构拥有算力高达每秒352亿万次的最强芯片,可实现L3至L4级以上自动驾驶技术。2020~

2021年将推出六款产品,包括ARCFOX-GT赛道版、ARCFOX-GT 街道版两款跑车以及四款高性智能车。

自主品牌恒强

从本届车展可明显感觉到,自主品牌马太效应加剧,本土品牌的新一代量产车系列已拉开差距。

长城汽车聚集哈弗、长城皮卡、欧拉、WEY四大整车品牌,以及上下游诸多技术支撑子公司与合资公司,共同出击联袂参展。吉利汽车携全新概念车——吉利PREFACE、帝豪GSE、缤瑞MHEV、帝豪GL PHEV、嘉际PHEV和博瑞GE等车型及多种新能源及电气化动力总成组成强大的阵容亮相。奇瑞呈现全新纯电SUV瑞虎e、全新升级的2019款小蚂蚁和全新一代艾瑞泽5e,全面升级创新。另外,包括长安、比亚迪、上汽荣威等自主品牌车企均在本届车展中阵容强大。

过去这种多品牌联合参展的大气场,多见实力雄厚的跨国汽车巨头,现在轮到本土车企了。经历这些年国内汽车市场增速减缓和大浪淘沙,自主品牌已告别过去“你好我好大家好”,呈现强者恒强的态势。

年轻化成潮流

不管你接受或不接受,本届车展汽车设计

风格年轻化已经成为潮流。如大众推出的全新T-Cross车型、丰田全新换代车型RAV4、日产全新换代车型轩逸、起亚全新换代车型K3等,产品设计统统都在向年轻一代偏移。

此外,年轻化设计也成为本次车展上许多车企的战略规划,这是汽车行业发展的大趋势。如一向以商务沉稳著称的大众开始了时尚设计,以居家中庸闻名的丰田大打年轻牌,日产打起了运动牌。时尚化车型层出不穷,表明车企对于年轻消费者愈加重视。

预计到2025年,90后汽车消费将占市场的54%。所以未来5年,90后将是重要的汽车消费群体,年轻化已不是汽车品牌的一厢情愿,更多的是市场需求。处在主力购车人群交替变化的风口,对于汽车厂商而言,唯有抓住年轻喜好,推出更多风格年轻化车型,才能在市场立于不败之地。

此外,与智能化和车联网概念相关的车型也是本届车展的重点之一,占到约六分之一比例。本届上海车展首次设立未来出行展区,聚合了自动驾驶汽车核心零部件供应商、自动驾驶解决方案、软件算法公司等数十家企业,集中展示在各自细分领域的最新科技与产品。再次印证了发展智能汽车已成为一种趋势,智能汽车比新能源汽车更能决定企业在未来汽车市场的竞争力。

该报告称,在自动驾驶汽车测试方面,美国保持领先地位,其他国家(例如荷兰与法国)也正在逐渐放开自动驾驶汽车测试与上路的限制。2018年6月,英国颁布并实施的《自动驾驶与电动汽车法》对自动驾驶的关键领域做出了相关规定。作为自动驾驶的关键前提,5G网络的发展情况良好。

如今,投资者也非常关注自动出行市场。一些自动驾驶公司,不断获得高额的投资。风险投资更关注人工智能,期待通过人工智能算法实现全自动驾驶,获得重大的市场突破。

本报讯(通讯员王彦民 记者康劲)记者从国网甘肃省电力公司获悉,2019年一季度,甘肃风电光伏新能源发电量80.92亿千瓦时,消纳率达到了91.41%,一季度弃电率首次降至8.5%。