

企事录

微信支付就校园支付费率过高致歉

事件:近日,全国多家高校发布公告称将于7月1日起暂停使用微信支付,原因是微信开始针对校园支付场景收取服务费用,费率为0.6%。

当天稍晚,微信支付发表致歉声明称:“由于我们对高校生活服务场景支付费率个别调整事项传导不畅,造成大家的误解困扰,在此向广大高校及师生致歉。在校园非营利场景,我们会持续保持零费率优惠政策。”

点评:银行在与支付机构合作时,往往会针对快捷支付、余额提现等业务向后者收取通道成本费,这也是用户在微信支付、支付宝等账户中提现需要收取手续费的原因。2015年起,微信支付一直在校园等非营利场景采取零费率优惠政策,但由于大量涉及电商等营利场景挤占零费率的教育补贴资源,近年来微信支付一直承担着大额的银行通道成本,因此才有了此次支付费率调整及引发的“误伤”。

因拥有海量年轻消费者,校园场景时支付领域的必争之地,除微信外,蚂蚁金服、银联等也将校园作为其拓展业务的重要场景。对支付平台来说,对非营利场景采取零费率政策,有助于其在在校师生更多生活场景中成为首选。当消费者养成了支付习惯,支付平台即有了更多可拓展服务及盈利的空间。

菜鸟推出自营“菜鸟速递”

事件:6月28日,菜鸟集团宣布推出自营快递业务——菜鸟速递。菜鸟集团CEO吴森在菜鸟举办的全球智慧物流峰会现场表示,菜鸟已经获得“快速牌照”。此后,菜鸟速递将由服务天猫超市的配送业务升级为全国快递网络,主打半日达、当日达、次日达和送货上门等品质服务。菜鸟速递还将在全国近300城提供晚到、破损必赔,不上门必赔,在途拦截和在途更改目的地等五个100%承诺。

点评:6年前,为支撑天猫超市等阿里内部自营业务的发展,菜鸟开始着手搭建落地配网络。如今,菜鸟的网络架构逐渐成熟,全国性的干线运输、转运网络落地,这些都为菜鸟速递的诞生做好了铺垫。

较高的时效性和送货上门是菜鸟此前在为阿里提供自营服务时的两大优势。显然,菜鸟速递希望将这些优势保留下去。比如今年3月,天猫超市在杭州启动了半日达服务;几乎与此同时,菜鸟宣布将作为菜鸟驿站站点提供30亿元补贴,但前提是驿站送货上门的业务量需要达到一定比例。

现在,菜鸟速递加入全国快速网络,一来其原本拥有的优势会给其他快递品牌带来压力,这可能会加速快递业服务升级;另一方面,将业务范围扩大到阿里自营之外后,菜鸟还能否将“小而美”中的“美”一以贯之,也有待进一步观察。

国内Kindle电子书店停止运营

事件:6月30日,根据亚马逊Kindle服务号发布的通知,正式停止中国Kindle电子书店的运营,此后用户无法再购买新的电子书。

对于用户此前已购买的电子书,可以在2024年6月30日之前下载,并且可以继续阅读。存储在Kindle设备上的电子书及个人文档不会受到影响。Kindle于2013年正式进入中国大陆市场销售,历经多次设备版本迭代,为满足用户阅读要求,亚马逊还引入了Kindle Unlimited包月电子书服务。

点评:10年前,集优质终端服务、内容服务于一体的kindle进入中国市场,带来了电子书产业的新模式。10年后,这一电子书的代名词结束了它在中国的“旅程”。此期间,中国数字出版行业快速发展,出现了科大讯飞、华为、掌阅、文石、微信读书等国产品牌,对Kindle的市场占有率造成一定冲击。这些阅读设备大多支持多设备共享资源、进度,更能满足人们的实际需求。

另一方面,虽然kindle在最大程度上保留了纸质书的“纯净阅读”氛围,但它终究不是纸质书。于是,尴尬的情况出现了:人们要么选择了更便利的电子书阅读途径,要么坚持阅读纸质书。曾经流行一时的kindle就显得可有可无了。当然,作为电子书的开创者,kindle无疑是一款有标志意义的好产品。时代在发展,也许未来还会有更多、更便捷的阅读渠道出现以供人们选择。

(本报记者 罗筱晓)

物资再生行业面临回收网点覆盖率不足等问题

本报讯(记者蒋蕊)中国物资再生协会会长许军祥在6月29日举行的《中国再生资源回收行业发展报告(三十周年特别版)》发布会上表示,物资再生行业要想实现高质量发展,还面临回收网点覆盖率不足、行业集中度偏低等问题。

该报告显示,我国回收的再生资源主要品类有废钢铁、废有色金属、废塑料、废纸、废轮胎、废电器电子产品、报废机动车、废旧纺织品、废玻璃及废电池等多个品类。

目前,我国再生资源回收企业约有9万多家,以中小型企业占据主流,从业人员约1300万人。近年来,行业规模持续扩大,主要品种再生资源回收总量逐年攀升,全国大部分地区已建立起回收网络,集回收、分拣、集散为一体的再生资源回收体系逐渐完善。随之而来的是,我国再生资源产业的规模快速扩张,主要类别再生资源回收总量整体呈现逐年递增趋势。“十三五”时期再生资源年均回收量达到31681.66万吨,较“十二五”时期增加33.06%,较“十一五”时期增加155.14%。

许军祥表示,根据《再生资源回收站点建设管理规范》,要求城区每2000户设置1个回收站点,乡镇每2500户设置一个回收站点。现阶段我国再生资源回收站点主要分布在城市中,但覆盖率较低,缺少配套分拣加工设备,运输储存不方便等问题突出。农村地区,城乡接合部回收网点不足的问题更加明显,居民再生资源的交投、处置渠道不畅通,导致资源回收效率低下。

另外,从事再生资源回收的企业中80%以上为中小型企业,受到技术、成本等多因素影响,企业普遍重生产轻研究开发,粗放拆解、处置混乱、“二次污染”等现象屡见不鲜,同质化竞争严重,产品附加值不高,规范化水平较低,严重制约产业高质量发展。

许军祥还指出,所得税优惠则有待进一步完善。由于各地政策执行力度不一,很多地区存在“税收洼地”,区域之间税收政策严重不平衡;企业前端难以取得进项发票,退税难度大幅提高等问题尚未解决,为正规企业的发展带来压力。

湖南邵阳在非洲注册的假发贸易公司超200家,“邵阳造”发制品在非洲的市场份额超3成

这里的假发缘何成非洲女性“刚需”

阅读提示

从收头发、建作坊做起,经过40多年的发展,湖南邵阳的发制品以质量优良、价格实惠的优势,广受非洲消费者欢迎,当地已把这项“头顶”时尚做成年产值达60亿元的“头等”生意,“邵阳造”发制品在非洲市场份额超3成。

本报记者 王鑫 王群 方大丰

在刚刚结束的第三届中非经贸博览会上,湖南邵阳发制品展区格外热闹。各种花色、式样的假发制品,让前来参展的非洲女性爱不释手。

“非洲女性可以不买衣服鞋子,但一定会买假发。在非洲,假发是‘刚需’。”一位参展商告诉记者,非洲人头发刚硬卷曲,生长速度缓慢,打理起来费时费力。假发就成了当地爱美女性的必需品,也是她们“最舍得花钱的商品”。

从收头发、建作坊做起,经过40多年的发展,邵阳的发制品以质量优良、价格实惠的优势,广受非洲消费者欢迎,当地已把这项“头顶”时尚做成年产值达60亿元的“头等”生意,而作为全球最大发制品原材料集散地,中国最大发制品出口基地之一,“邵阳造”发制品在非洲市场份额超3成。

相关数据显示,目前,邵阳注册的发制品企业有115家,可生产不同造型、材质、工艺的发制品3000多种,从业人数超15万人次。今年1月至5月,全市发制品出口近19亿元,其中对非洲出口发制品13.9亿元,假发已然成为湖南邵阳的一张新“名片”。

维持生计的生意

改革开放之初,假发对于邵阳人而言,不过是一个维持生计的生意。

“当时为了省剪头发的钱,很多人都会留长头发。我们就4角钱一斤收,5角钱一斤出,赚个差价。”邵阳美丽来发制品有限公司董事长刘晓忠说。

从回收头发做起,到兄弟二人携手前往深圳开设假发厂,精明能干的刘晓忠,在2004年响应家乡招商引资号召,回到邵阳创

办了美丽来发制品有限公司。经过近20年的深耕,公司业务从最开始的发制品粗加工、代加工,延伸至集研发、设计、生产、制造、销售等多个领域,产值也从原来的500多万元增加到了3.6亿元。

“今年我们将新建1.2万平方米厂房,新增200多个就业岗位。”刘晓忠踌躇满志。

同样成立于2004年的邵阳阳光发制品有限公司,主营收购、加工、销售人发制品,是国家外贸转型升级专业型示范基地龙头企业,也是邵阳第一家出口额突破1亿美元的企业。这家致力于打造“人发产品第一品牌”的公司,目前拥有员工800余人,其中专业技术人员100余人,还拥有30余项专利。

“公司正向研发、设计、生产和销售人发发条及各类发套的综合性企业转型,向南美、欧洲、非洲及国内市场拓展业务,争取用5到10年时间,成为全球发制品行业重要组成部分。”公司董事长黄永祥说。

也正是在2004年,伴随着一大批企业的快速崛起,邵阳发制品产业初步形成一条完整的本土产业链。

集群发展

梳发、打发、排发、拉发、洗发……从原料到假发成品,一般需经近10道工序,耗时一周。而从最初的小作坊经营,到如今规模化生产,经过40余年发展,邵阳市发制品行业已形成具有一定优势的产业集群,发展成为全球有影响力的发制品原材料集散地和全国

非洲“头等”生意

“来到非洲,才发现假发这么受欢迎。”2006年,在湖南省贸促会带领下,刚在家乡站稳脚跟的刘晓忠,第一次走出国门来到非洲乌干达参展。让他没想到的是,公司携带的假发产品竟很快被抢购一空,这也坚定了

加快推进新旧动能转换
做大做强镇域民营企业

6月30日,在山东辛化硅胶有限公司,工人在包装出口的猫砂产品。近年来,山东省滕州市东郭镇加快推进新旧动能转换,出台政策鼓励人才创业、企业创新,着力做大做强镇域民营企业,围绕高端化工、新材料、硅胶等产业集群持续发力,其中,以山东辛化硅胶有限公司为龙头生产的水晶猫砂系列产品,出口美国、加拿大、德国等80多个国家和地区。

新华社记者 范长国 摄

“智能员工”助力企业高效率运维

本报记者 李丰

在贵州省铜仁市松桃苗族自治县的220千伏太平变电站,这里一台类似于“无人坦克”的小型职能机器人会定期监测着站内设备,站内3800多个巡视点和测温点再也不需要人工参与,准确率达100%。

铜仁220千伏太平变电站是贵州电网首座智能化试点变电站,“智能员工”的加入,解决了变电站分布广、路程远的运维难题。如果人工对变电站进行一次巡视,运维人员仅从班组赶到变电站就需40分钟,完成巡视则需要12小时。“南方电网贵州铜仁500千伏松桃巡维中心副站长周敬余告诉记者,如果采用智能机器人巡视,从下达指令到完成工作,只需要50分钟。

智能机器人的应用,是贵州电网通过数字电网建设助推服务转型升级的一个缩影。目前,在贵州全省多个220千伏及以上

变电站,已投入使用智能机器人,变电设备巡视工作效率大幅提升。

不仅如此,“智能员工”还具备一键多站巡视功能,只需提前设置摄像头需要巡视的点位及时间,到点以后平台就可以自动远程控制巡维所辖变电站内的所有红外双光摄像头,利用可见光对站内环境进行识别,利用红外成像对站内设备进行测温,针对异常点位自动生成巡视报告,巡视结束后,直接审核报告中提示的异常点位即可。

据介绍,依托数字技术,贵州电网公司构建了智能化指挥机构——生产指挥中心,通过“指挥一块屏”,能直观、精准地展现冬季凝冻天气时的灾害预警、覆冰信息、停电设备、影响用户、损失负荷、应急队伍、恢复情况等相关数据信息,为日常运维和应急状态的科学决策、指挥调度提供支撑。生产指挥中心通过大数据分析和决策,发挥统一指挥、透明管控的作用,全面提升应急指挥调度能力。

近年来,南方电网贵州电网公司依托贵州大数据产业发展的区位优势 and 电力大数据领域的优势,大力推进数字电网建设。

立足贵州省经济及用电结构特点,该公司利用电力数据与经济运行态势的高相关性,不断扩展数据应用,于2021年4月与贵州省大数据发展管理局签署数据合作协议,共同探索政企数据资源融合交互新模式,实现了决策层、执行层、专业层“无缝对接”,从“数据共享、平台共通、安全共保”三个方面全力推进工作协同。

2021年8月,贵州电网公司互联网客户服务平台与贵州省政务服务平台成功互联互通,实现了各类数据的共享共用,促进了电力数据资源与贵州“一云一网一平台”的深度融合,形成了跨层级、跨地域、跨部门、跨业务的协同管理和服务,为政府部门制定相关政策提供了重要参考。

记者了解到,贵州电网公司在数据合作协议的基础上,还与贵州省工信厅共同建设

刘晓忠打开非洲假发市场的信心。

回国后,刘晓忠做的第一件事,就是学英语,准备进军国际市场。

“我们派驻了20多名业务员到非洲开拓市场。”刘晓忠说,为了更好打开国际市场销路,刘晓忠花了五六年时间调研非洲各国市场,随身带着产品走访客户,并根据各地实际情况搭建海外销售点,培育电商平台,同时不断加大科技研发投入,升级产品和服务。

在非洲,当地人买的假发一般是200元人民币左右的产品,买的起真发产品的人不多。为此,邵阳相关企业根据客户不同需求,开发出长短不一、颜色各异、品质不同的假发产品,有各类时尚长发,也有非洲传统辫子;有千元以上的真发,也有一两百元的塑料化纤产品。渐渐地,邵阳产品靠着物美价廉、款式丰富的优势,在非洲站稳了脚跟。

“一开始,来自非洲的商人都是去义乌、河南、广州等地采购假发,我们就直接去这些地方跟他们对接,慢慢把生意引到了湖南。”黄永祥告诉记者。

黄永祥比刘晓忠还要早两年踏上非洲热土。他独自一人来到科特迪瓦开辟市场,一筹莫展之际,一位曾在湖南求学的非洲朋友帮他打开了蓝海。这位非洲朋友带他逛遍了当地大大小小的假发市场,并在当地顺利注册了公司。

与非洲客户建立联系后,刚开始大多是非洲客户来到邵阳采购。随着非洲对发制品的刚性需求越来越旺,从2013年起,一些企业干脆将工厂建到了非洲。如今,光是邵阳市在非洲注册的假发贸易公司就超过200家。

“目前,我们发往非洲的假发订单已经排到了今年12月份。”在第三届中非经贸博览会现场,刘晓忠的女儿,美丽来发制品有限公司副总经理刘婉璐说。

她希望,借助此次博览会契机,能够与更多的非洲客户达成合作意向,拓宽非洲市场。