

地方动态

“十三五”期间甘肃省GDP年均增长5.5%

本报讯(记者 刘胜利 魏公平)记者从日前召开的甘肃省第十三届人代会第四次会议上获悉,2020年甘肃省地区生产总值9017亿元,比上年增长3.9%。由“十二五”末的6557亿元增加到9017亿元,年均增长5.5%。

主要预期目标是:地区生产总值增长6.5%。规模以上工业增加值增长5%,固定资产投资增长7%,社会消费品零售总额增长7%,一般公共预算收入同口径增长5%。居民消费价格指数涨幅控制在3%左右,城镇调查失业率控制在6%左右,城乡居民人均可支配收入分别增长6.5%和8%。生态环境质量进一步改善,单

位生产总能耗、主要污染物排放控制在国家下达的目标之内。粮食产量保持在240亿斤。

全力办好提高城乡居民省级基础养老金最低标准、新建或改扩建通自然村道路1万公里以上、重点增补市州政府所在地城区义务教育中小学学位15000个、落实1万名未就业普通高校毕业生到基层就业、新建或改造提升100个综合养老服务中心、实施100处农村水源保障工程等10件为民实事。

宜昌枝江市2家企业入选湖北“小巨人”企业

本报讯(记者 默晓龙)近日,湖北省经济和信息化厅公布2020年省级专精特新“小巨人”企业名单。枝江市恒友化工、宜硕塑业两家企业获评2020年省级专精特新“小巨人”企业。专精特新“小巨人”企业是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的排头兵企业。

原料和化学制品制造业细分领域的研发生产,2019年五氯吡啶全国市场占有率为64%,全国排名第一。2020年,公司建成全球产能最大的五氯吡啶生产线,年产达到4000吨,拥有国家专利21项,先后获评“湖北省科技进步三等奖”“湖北省细分领域隐形冠军科技小巨人”“中国石化联合会科技进步三等奖”“中国精细化工百强企业”。

宜昌宜硕塑业有限公司持续专注于塑料管材的研发及产销,是华中区域两大主要细分市场(饮用给水管材、节水灌溉管材)的头部企业,所有者权益年均复合增长率达到30%以上。目前公司拥有核心自主知识产权24项,其中发明专利2项,实用新型22项,连续四届获得“国家知识产权优势企业”“高新技术企业”。

近年来,枝江市全力支持技改升级,支持工业企业围绕智能化、信息化开展技术改造升级,累计完成工业技改投资127亿元。

内蒙古呼和浩特城市大脑上线启动

本报讯(记者 闫廷)近日,内蒙古首府——呼和浩特城市大脑上线启动,这也是内蒙古自治区第一个“城市级”城市大脑。

内蒙古呼和浩特城市大脑,由一个城市大脑智能中枢和感知、数据、安全、“爱青城”APP四个基础支撑体系,以及由此生成的N个应用组成。呼和浩特通过“1+4+N”体系构建的基础框架,建立健全大数据辅助科学决策和社会治理机制,推进政府管

理和社会治理模式创新,实现政府决策科学化、社会治理精准化、公共服务高效化。以推行电子政务,建设智慧城市等为抓手,以数据集中和共享为途径,推动技术融合、业务融合、数据融合,实现跨层级、跨地域、跨系统、跨部门、跨业务的协同管理和服务。呼和浩特城市大脑于2020年10月开工建设,历时100天建设完成交付运行。

“零点行动”长春绿园市监局突击检查食品安全

本报讯(记者 王春宝 董建伟)为做好“两节”食品安全和常态化疫情防控工作,切实保障人民群众食品安全,1月24日凌晨,长春市市场监督管理局绿园分局开展“两节”期间食品安全“零点行动”,突击检查东北亚物流有限公司粮油市场、台北大厦及欧亚物流园。据介绍,此次行动重点检查食品价格以及进口冷链食品“三证一码一单”公示情况和食用农产品进货查验记录制度落实情况,并对常态化疫情防控工作进行督促指导。

绿园市场监管分局执法人员对三家批发市场逐车逐户查验进货数据是否一致,严防非法“夹带”行为,从源头上把牢食用农产品进货关、销售关,防止来源不明、腐败变质、掺杂使假的食用农产品流向市场。同时,现场指导市场主办方及经营商户把好准入关,自觉遵守各项食品安全制度,严格按照《食品安全法》和《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》经营。此次检查共出动执法人员45人次,车辆9台次,检查商户45户次。

声音

2020年我国服务进出口总额45642.7亿元

出口明显好于进口,知识密集型服务贸易占比提高

本报讯 近日,商务部数据显示,2020年,受新冠肺炎疫情等多种因素的影响,我国服务进出口总额45642.7亿元,同比下降15.7%。

商务部新闻发言人高峰表示,2020年,我国服务进出口增速降幅逐季收窄趋稳,服务出口明显好于进口,贸易逆差减少,知识密集型服务贸易占比提高。主要呈现以下特点:

一是12月当月服务出口增速创年内最高。12月当月我国服务出口2316.2亿元,增长6.9%,是2020年出口

增速最高的月份。其中,知识产权使用费出口79.4亿元,同比增长76.6%;个人文化娱乐服务出口13.5亿元,同比增长46.5%;运输出口509.7亿元,同比增长56.9%。

二是服务贸易逆差大幅减少。2020年我国服务出口19356.7亿元,下降1.1%;进口26286亿元,下降24%。服务出口降幅小于进口22.9个百分点,带动服务贸易逆差下降53.9%至6929.3亿元,同比减少8095.6亿元。

三是知识密集型服务贸易占比提

高。2020年,我国知识密集型服务进出口20331.2亿元,增长8.3%,占服务进出口总额的比重达到44.5%,提升9.9个百分点。其中,知识密集型服务出口10701.4亿元,增长7.9%,占服务出口总额的比重达到55.3%,提升4.6个百分点;出口增长较快的领域是知识产权使用费、电信计算机和信息服务、保险服务,分别增长30.5%、12.8%和12.5%。知识密集型服务进口9629.8亿元,同比增长8.7%,占服务进口总额的比重达到36.6%,提升11个百分点;

进口增长较快的领域是金融服务、电信计算机和信息服务,分别增长28.5%、22.5%。

四是旅行服务进出口大幅下降。全球新冠肺炎疫情形势严峻,世界范围内旅行服务进出口受到很大影响。2020年,我国旅行服务进出口10192.9亿元人民币,下降48.3%,其中出口下降52.1%,进口下降47.7%,是导致服务贸易下降的主要因素。剔除旅行服务,2020年我国服务进出口增长2.9%,其中出口增长6%,进口基本持平。

□ 三石

近日,中国日用玻璃协会组织开展了日玻行业先进节能玻璃炉窑评选活动,为配合自2020年1月1日起正式实施的行业三项单位产品能源消耗限额行业标准,也为各企业在落实“双控”指标、绿色生产及节能减排等相关政策法规时提供基础依据。

根据国家《节约能源法》和国务院有关规定及要求,国家发展改革委每年对各省(区、市)年度能源消耗总量和强度“双控”目标完成情况、措施落实情况均进行考核。工信部近几年也在持续开展绿色产品、绿色工厂评价。持续推进节能减排等相关工作,部分地区将绿色产品纳入政府采购清单。因此,双控指标及节能减排等相关政策法规的实施,对整个行业的节能减排、清洁生产工作提出了更加紧迫的要求。

在当前倡导绿色经济的大环境下,淘汰落后产能、节能减排已日渐成为共识,任何一个企业都不可能置身事外。调结构、转方式,推动产业转型升级,是每一个日玻企业尤其是重点企业不可推卸的职责。应该看到,只有加快淘汰落后产能,才能为先进产能腾出市场容量,缓解产能过剩的矛盾;同时也将进一步推动各行业向低成本、高技术、高国际竞争力转型,走上科学发展的道路。

可喜的是,当前,日玻行业加快淘汰落后产能、转型升级的氛围正在形成。过去大多数企业的落后产能是被动地被关停,而现在很多企业已经主动迈出了更新换代的步伐,为了自身发展积极行动。

整个行业也都在切实推进节能减排工作,协会帮助企业建立“高效率、低能耗”的生产模式,积极推进玻璃企业改造升级,淘汰落后产能,从源头削减和预防污染物的产生。

同时致力于玻璃制品生产耗能更少,更具环保效益的绿色产品,并通过绿色采购、清洁生产和资源分类回收、循环利用,提高资源的综合利用率,打造出一条绿色产业链。

此外,行业还研讨加快推动玻璃行业绿色制造体系建设,进一步推进玻璃行业节能环保,加强玻璃窑炉烟气脱硫、脱硝、除尘成熟技术的应用推广,开拓玻璃行业绿色发展、转型升级之路。

这些都必将有力地推动日玻行业提高经济增长质量和效益,实现科学可持续发展。

绿色发展 任何企业都不能置身事外

全球智能手机销量预计今年增11% 5G占三成

近日,第三方市场研究机构Gartner预测,到2021年全球面向最终用户的智能手机销量将达到15亿部,同比增长11.4%。其中,全球5G智能手机的销量将达到5.39亿部,占该年智能手机总销量的35%。

Gartner称,在2020年由于新冠大流行对行业的影响而下降10.5%之后,智能手机的销量预计将在2021年反弹。成熟的亚太地区,西欧和拉丁美洲预计将在2020年之间呈现最强劲的增长。

Gartner高级研究总监Anshul Gupta表示:“到2020年,消费者减少了在智能手机上的支出,但新产品的推出将使用户需求显著增加。延迟更换智能手机和低端5G智能手机的可使用性结合在一起,

有望在2021年增加智能手机的销量。”Gartner分析师预计,2021年智能手机的销量将接近2019年的水平。

Gartner称,5G网络的可用性不断增长,加上种类繁多的5G智能手机(起价为200美元),将引导成熟市场和中国的需求。买家正在寻找具有更好规格和5G连接作为可选功能的智能手机,这将推动新兴国家的需求。Gartner预测,到2021年,全球5G智能手机的销量将达到5.39亿部,占该年智能手机总销量的35%。

Gupta说:“在低成本型号的推动下,在中国的普及尤其激进,中国5G智能手机的份额有望在2021年达到59.5%。”

中在20—29岁,这说明《哆啦A梦》的受众并不低龄。从1991年系列动画正式被引进中国,相当于80后、90后的“小朋友”正好赶上其上线的时间——如今,成年的他们已经消费的主力。

这与卡西欧品牌年轻化的核心消费人群不谋而合。不仅如此,去年“双11”期间,卡西欧通过阿里云数据中台,前置规划系列营销活动,从产品到内容再到营销玩法,将数据洞察贯穿在“商品-营销-成交”全链路,由此大大提高了产品创新和市场需求的匹配度,实现了哆啦A梦联名新品的精准投放。

数据显示,“双11”当天卡西欧天猫官方旗舰店哆啦A梦联名新品首波售罄率

100%。IP联名款的“老玩家”九阳,也尝到了数据技术进行IP联名创新的甜头。

2018年,九阳曾联合小黄人推出IP联名新品,但当时消费者更多抱以尝鲜的态度。“产品不是很热门的品类,相对价格也比较高,IP购买人群中,尝鲜人群会占据很大一部分,所以不能设置太高的门槛。”九阳数字运营部总经理陈波说。

但是,对于IP联名创新这个方向,企业依然十分看好。陈波认为,随着现在年轻人审美和需求的变化,IP联名产品除了为用户提供功能性之外,还额外增加了情感认同感,同时也帮小家电跳出了产品设计同质化的圈子。

因此,关键问题是,找准市场需求。

通过电商平台卖到海外的销量比去年增长了一倍多

麻将机成热销年货 工厂供不应求



马吊牌演变而成。这种牌类游戏在中国有非常广泛的群众基础。有句话精准地概括了它的影响力——这世界上只要有人的地方就会有中国人,有中国人的地方就少不了麻将。

实际上,撇开春节旺季,就地过年号召等因素不谈,自动麻将机本身已经发展为一类越来越热门的娱乐家电产品。

江再供职于一个老牌麻将机品牌“雀友”,这家公司在1997年生产了中国内地的第一台全自动麻将机。近3年来,雀友的自动麻将机年销量一直在增长。同时自动麻将机的设计、功能也越来越成熟。

与早年间自动麻将机的笨重、噪音大、拆装麻烦不同,如今的麻将机轻薄、可折叠、静音,甚至连AI语音控制等五花八门的功能特性也已成为普遍配置。如天猫、小米等科技大公司也都在麻将机方面有布局。这些都刺激了消费者购买麻将机的欲望。

在价格方面,麻将机产业及供应链的成熟,也让这类产品的市场售价由早年间万元的起步,降至如今的千余元便可买到。淘宝平台上,品牌较为知名、销量较高的麻将机价格大致在1000—2000元区间,一些材质更高档、功能更丰富的麻将机售价可以达到5000—20000元。

麻将机的销售场景也在改变。江再说,传统上,川渝地区是麻将机销售最强势的地区,但近年来,麻将机在两广、湖南、江浙等地也卖得很好。

“IP+年货”:春节送礼新方式?

数据技术须去“虚火”

春节期间,推出IP联名款成为各品牌抢占节日市场不约而同的选择。

德芙携手故宫博物院,推出宫廷定制礼盒;蒙牛纯甄联手国产动画姜子牙+哪吒,推出姜子牙+哪吒联名款;阿尔卑斯则牵手迪士尼米奇,推出米奇系列糖果礼盒;礼盒……

有媒体称:IP+年货,打开正确的春节送礼方式。

事实上,IP联名款早已屡见不鲜。去年8月,CBNDATA发布的《2020全球时尚IP白皮书》显示,随着中国时尚消费持续增长,IP产业蓬勃发展,以品牌联名、IP授权等多种方式打开的线上时尚IP产业发展迅速,尤其是跨行业联名成为时尚IP合

作的重要趋势。

然而,各个品牌前仆后继的IP联名热,消费者到底是不是买单,也日益引发质疑。

在卡西欧中国数字营销总负责人渡边敦志看来,基于品牌和IP的合作,双方的关系是相辅相成的,“如果IP形象与品牌想要传达的理念相悖,反而会影响到品

牌。”但是,品牌要找到与自身契合的IP,进而实现有效的产品创新,却并不容易。

过去,包括卡西欧在内的诸多品牌在选择IP合作时大多凭IP热度和自身经验进行判断。渡边敦志认为,这种办法“缺乏对IP和品牌契合度的洞察能力,也很难预估购买转化等结果性数据”。

而通过使用阿里云数据中台,卡西欧

的IP创新从“经验驱动”转变为“数据驱动”,为IP联名创新找到了更科学、精准的决策依据。

渡边敦志介绍,通过阿里云数据中台,卡西欧了解到其线上消费人群中有相当一部分对潮流、动漫有着非常强烈的感知和偏好。据了解,从《哆啦A梦》剧集的受众来看,其年龄最大的观众群体主要集