



品质竞争大幕开启 科技赋能用电安全

电动自行车奏响“智能化”主旋律

□ 本报记者 卢岳

“后疫情时代,要聚焦两轮出行产业的电动化、智能化、网联化等趋势。”在近日举办的2021中国两轮出行产业高峰论坛上,中国自行车协会行业发展部主任郑小玲表示。在摒弃了价格战后,电动自行车行业朝着高品质演进的同时,智能化发展已成为不可逆转的趋势。

“真智能”打破同质化竞争

数据显示,2021年1—10月,自行车行业规模以上企业收入同比增长22.4%,利润增长36.8%。在新国标、共享经济及产业升级推动下,电动自行车产业迎来快速发展,目前国内电动自行车保有量已超过3亿辆,市场规模达到全球第一。哈啰出行执行总裁李开逐表示,市场规模不断扩大的同时,行业却存在竞争同质化、产品创新力低等问题,整个行业拥抱产业互联网,加速数字化转型势在必行。

记者看到,日前,哈啰推出其代表电动车新物种的旗舰产品ME70,充电速度达到传统电动车的十几倍且兼容汽车充电桩,更实现全车无钥匙操作、快捷无感解锁、监测电量、鞍座感应、蓝牙智能遥控器、定速巡航、远程授权多人用车、倒车和推车辅助系统,以及开机自检胎压、电机、控制器等。业内人士指出,该款产品让电动自行车从普通的出行工具进化为移动服务平台和终端,这需要背后有强大电芯、自主的BMS系统以及将各模块串联起来的强大算法,让智能化得到最终的极致展现。哈啰电动车商品中心负责人迟星德表示,两轮电动车智能化依然处在破局前的探索期,2021年行业推出了不少智能产品,但仍面临着“叫好不叫座”的窘境,归根结底在于没有从用户价值



出发,而目前哈啰电动车的智能化探索将围绕“充得快”“跑得远”“够聪明”三个维度真正解决用户痛点。除了哈啰、雅迪、爱玛、台铃等传统电动自行车品牌也在加大智能化布局。台铃新事业部副总经理庄清表示,电动自行车行业拓展智能化要满足市场需求,数据显示约55%的消费者购买电动自行车时把智能化作为搜索依据。同时,智能化作为产业的升级,将打破电动自行车行业同质化严重的困境,引领行业进入全新的品质竞争时代。

“真科技”为用电安全保驾护航

业内人士指出,在“双碳”背景下,两轮出行产业仍有很大发展潜力。行业头部企业通过电动自行车让数字技术和传统产业实现更好融合,同时更开启了电动自行车产业互联网革命。但在行业快速发展背后,充换电需求及安全等问题也日益凸显。

2021年11月8日,应急管理部消防

救援局局长琼色公开表示,2021年以来,全国已经发生电动自行车火灾1万多起并造成人员伤亡,相对车辆本身质量,多数电动车起火原因来自电池质量及电池充电或使用不规范。电动自行车安全治理存在“紧迫性、严峻性、复杂性”;同时,提高产品自身及电池质量和使用安全,加速推动电动自行车换电设施建设等成为各大城市、电动自行车企业和共享运行平台的发力重点。

目前,两轮电动车最新国标《电动自行车安全技术规范》中,仅涉及安全标准条款就增加了16条。专家指出,对电池外壳进行相关的防火阻燃技术处理,可以很大程度降低电动自行车火灾事故发生的几率。随着两轮电动车充换电技术的发展迭代,前沿智能技术将有效为消费者用电安全保驾护航。记者看到,Ninebot九号最新自研的智能BMS 6.0系统也凭借双重短路保护、双重过流、过充过放保护、OTA在线监控等技术进一步保障了电池使用安全,延

长了电池寿命。据悉,目前在售的九号电动车均全面搭载智能BMS 6.0电池管理系统,用汽车级安全策略实现智能充放电管理,压差过大保护、均衡启动压保护、温度过高保护等30余项电池保护升级。同时,Ninebot九号超3亿颗锂电池安全管理经验让其产品结构、充电器设计及生产工艺管控等方面,均针对安全具备明显优势。

Ninebot九号相关负责人表示:“两轮电动车的智能化发展已经成为趋势,基于母公司九号公司的机器人基因,我们正在通过依托车联网等智能技术打造真智能2.0系统,赋予两轮电动车智能化属性,在提升骑行体验的同时,也通过实时监控电池健康状态,优化充电方式,提升电池保护等级,从而最大限度保障电池安全。”

头部企业示范作用显著

据天眼查数据显示,电动自行车作为数千亿规模的巨大产业,伴随着“一带一路”战略走向全球化,服务数十亿人的出行。目前,我国有超过100万家电动自行车相关企业,65%的相关企业分布在批发和零售业。业内人士指出,未来,电动车还有很大的消费升级空间,换电、快充、智能化是业内提及较多的趋势,也是行业未来的布局重点。而其中,行业头部企业在电动自行车未来的智能化发展趋势中将起到积极重要的示范和引领作用。

该专家表示,电动自行车行业正朝着轻量化、锂电化、智能化方向发展。其中,智能化作为行业品牌最关注的发力点,将带动产业链的数字化转型,电池技术安全创新升级及换电市场的崛起。而在这之中,通过技术实现用电安全也是智能化进程中行业的明确目标之一,更是技术不断创新迭代希望解决的最大痛点。

能柜。”

据了解,消费者对快递小哥不打招呼就把快递塞进快递柜这点尤其反感。南京市民杨女士说:“之前网购黄油、燕窝之类的生鲜食品就遇到过,黄油第二天才发现,全都变质了。”

“目前,江苏省邮政管理局一直按照《快递市场管理办法》等法律法规对快递企业进行监督管理。”江苏省邮政管理局市场监管处处长杨月新表示,快递企业未经用户同意将快件投放至快递箱的行为,邮政管理部门经过调查核实,将责令企业整改,情节严重且给用户造成较大损失的将依法给予行政处罚。(徐 斌)

擅自将快递放至快递柜最高罚3万元?

2022年1月7日,国家邮政局《快递市场管理办法(修订草案)》(征求意见稿)公开向单位、个人征求意见。征求意见稿提到,经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为用户确认收到快件,不得擅自将快件投放至智能快递柜、快递服务站等快递末端服务设施,否则最高可罚3万元。

经梳理发现,在快递服务方面,征求意见稿还提到,经营快递业务的企业投递快件,应当告知收件人有权当面验收快件,由收件人查看快件外观。快递

包装出现明显破损的,收件人可以当面查看内件物品的外观或者拒收快件。

如果违反将受到什么样的处罚?征求意见稿第六十六条指出,经营快递业务的企业有下列情形之一的,由邮政管理部门责令改正,予以通报批评,并可处三千元以上一万元以下的罚款;情节严重的,处一万元以上三万元以下的罚款。对直接责任人员,由邮政管理部门予以警告,并可处一千元以下罚款;情节严重的,处一千元以上三千元以下的罚款:1.在分拣作业时,抛扔快件、踩

踏快件或以其他方式造成快件损毁的;2.未经用户同意以代为用户确认收到快件或者擅自使用智能快递柜、快递服务站等方式投递快件的;3.未按照与用户约定的收件地址投递快件的。

征求意见稿出台后,引发网友热议。快递企业对此有何看法?德邦快递相关负责人表示:“我们其实一直都是送货上楼,即使不上楼也会提前跟客户打电话确定送货地址。”顺丰江苏地区相关人士也表示:“我们平时的要求就是必须经过收件人同意方可放入智

制造企业转型升级“智造” 高端人才有了新选择

随着制造业的转型升级,传统行业和新兴技术之间的不断交叉融合也加大了对复合型人才的需求。一些互联网企业中的从业者逐渐从这个“风口”行业中退出,转投到了智能制造这个“浪尖”行业。

据公开数据显示,2020年中国工业增加值达到31.31万亿元,连续11年位居世界第一制造业大国;全国327万家制造企业吸纳了1.05亿人就业,占总就业的27.3%。制造业的持续健康发展、顺利转型升级,对中国经济的未来至关重要。在这一背景下,企业对

这种“跨界”人才的需求量是巨大的。制造业的转型中,单一技能的“蓝领”和“白领”已经不能满足智能制造时代的需求。一份关于《中国制造业智能制造现状》的报告指出,近30%的受访企业认为,使用智能设备生产的大难题是人才。有预测显示,到2025年,我国智能制造领域人才需求将达到900万人,人才缺口为450万人。

今天的中国拥有足够多的技术工人,但更加适应未来智能制造时代的人才却缺乏合适的教育培训体系,一

个现实的情况是,互联网企业招走了高端人才,大型制造业企业可以消化互联网公司挑选后的人才,而中小型制造业企业却将长期面临因无力支付高企的成本无法向智能化转型,导致恶性循环。

根据去年发布的《中国科技人力资源发展研究报告》,本科层次,我国培养的理工农医科技人力资源共计254.9万人,居世界第一;本科层次,我国工学毕业生比例达到32.8%,高于发达国家。而在硕士、博士层次,工学科技人力资源比例也同样高于发达国家。

比特币“挖矿”被列入“淘汰类”产业

关法律法规规定,不具备安全生产条件,严重浪费资源、污染环境,需要淘汰的落后工艺、技术、装备及产品。

而所谓“挖矿”就是通过专用计算机(即“矿机”)来计算生产虚拟货币的过程。其实早在2013年,我国就发布了《关于防范比特币风险的通知》,要求所有金融机构和支付机构不得开展比特币相关业务。2014年,招商银行、华夏银行、建设银行、中国

银行、光大银行、平安银行、农业银行、浦发银行、广发银行、兴业银行、工商银行、交通银行、民生银行等13家银行,宣布禁止比特币交易。

2021年以来,我国的虚拟货币交易和相关的“挖矿”活动都受到了自上而下的极其严厉的打击和清退。2021年9月,国家发改委、网信办等11部门印发《关于整治虚拟货币“挖矿”活动的通知》,要求加强虚拟货币

“挖矿”活动上下游全产业链监管,严禁新增虚拟货币“挖矿”项目,加快存量项目有序退出,促进产业结构优化和助力碳达峰、碳中和目标如期实现。

去年11月,发改委新闻发言人孟玮曾表示,将以产业式集中式“挖矿”、国有单位涉及“挖矿”和比特币“挖矿”为重点开展全面整治。对执行居民电价的企业,若发现参与虚拟货币“挖矿”活动,将研究对其加征惩罚性电价,形成持续整治虚拟货币“挖矿”活动的高压态势。(经 言)

《2021年Q4中国在线教育用户体验与投诉监测报告》发布

由于一场突发疫情,在线教育势头火爆,伴随着网络教育K12用户不断增加,在线教育竞争白热化,获客成本不断增加,不少消费者遭遇退款难、虚假宣传、霸王条款、培训贷等烦心事。国家同样注意到校外培训的种种乱象,“双减”政策在2021年7月份落地,学科培训受到沉重打击。随着监管之拳一出,资本对于在线教育的热情明显减退,K12教育迎来退潮,不少机构仓皇退场,剩下的K12机构忙着转型,使得一些原本购买课程的家

长权益受损。近日,记者在网社电子商务研究中心发布的《2021年Q4中国在线教育用户体验与投诉监测报告》中看到,在线教育领域各细分包括K12教育、素质教育、职业教育、语言教育等行业的相关投诉中,用户投诉问题类型排名前十的依次为:退款问题、网络欺诈、霸王条款、售后服务、虚假促销、商品质量、客服问题、订单问题、货不对板等,投诉金额集中在1000-5000元的占比最高,达到25.04%。其中,该报告中总结的三十大典型投诉案例涉及大塘小鱼、有教不金、51Talk、天普教育、轻轻教育、学慧网、沪江网校、环球网校、深海教育、众趣教育、帮考网、掌门1对1、常青藤爸爸、兴为教育、赛优教育、平安好学、潭州教育、小叶子智能陪练、帮考网、深海教育、一只船教育等。(悦 欣)

南京同仁堂虚标燕窝饮品营养含量被处罚

食品标签作为食品的“名片”,包含的生产日期、配料、生产批号、营养成分等信息是消费者识别和选购的重要依据。近期,江苏省南京市雨花台区市场监管局铁心桥分局接到了一起关于营养成分表的举报,市民购买了一款南京同仁堂绿金家园保健品有限公司的燕窝胶原蛋白肽饮品,产品外包装上标注的蛋白质含量为7.6g/100ml,但是服用了一段时间后,并没有感受到产品应有的效果,认为其标注虚假含量。

对此,雨花台区市场监管局委托第三方检测机构对被举报的生产日期/批号为2020年12月6日、规格型

号为20ml×12支/盒、名称为燕窝胶原蛋白肽饮的产品进行了买样检验。检验结果是产品的蛋白质含量为2.5g/100ml,而商家生产的产品外包装标注的营养成分表中蛋白质含量为7.6g/100ml,不符合GB28050-2011《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》中蛋白质允许误差范围≥80%标示值的规定。依据《食品安全法》的相关规定,雨花台区市场监管局给予其行政处罚。

全国网约车监管信息平台

2021年12月共收到订单68123万单

据全国网约车监管信息交互平台统计,全国网约车监管信息交互平台2021年12月份共收到订单信息68123万单,环比上升9.3%。

截至2021年12月31日,全国共有258家网约车平台公司取得网约车平台经营许可,环比增加3家;各地共发放网约车驾驶员证394.8万本、车辆运输证155.8万本,环比分别

增长2.2%、3.9%。

据统计,2021年12月订单量超过30万单的网约车平台共17家。在各主要中心城市中,订单合规率最高的是广州,最低的是石家庄。其中,广州、厦门、杭州、深圳、南昌、重庆等9个城市订单合规率均在80%以上。当月订单合规率增长前3名的依次是宁波、海口、济南。(人 民)