

政策持续加力 为新能源汽车发展护航

工信部、交通运输部会同相关部门印发通知,在全国范围内启动公共领域车辆全面电动化先行区试点;商务部明确引导各地在牌照、充电、通行等各个方面,进一步优化新能源汽车使用环境;继续扩大二手车流通,加快建设完善全国性的二手车信息查询平台……连日来,鼓励和支持新能源汽车发展的政策不断推出。

新能源汽车既是汽车产业发展的大势所趋,新动能的重要支撑点,也是稳工业、稳经济的重要力量。中国汽车工业协会副秘书长陈士华认为,当前,我国新能源汽车逐步进入全面市场化拓展期。政策持续加力有助于产业克服多因素影响,保持稳健发展势头,巩固优势地位。

走进4S店,新能源车摆在“黄金展位”,吸引消费者的目光;企业车间里,自动化生产设备忙碌作业;工厂外,一辆辆新车驶上滚装船,走向海外市场。

近年来,国内新能源汽车产业发展迅速。据中国机械工业联合会统计,2022年,我国新能源汽车产销量分别完成705.8万辆和688.7万辆,产销量同比增长均超过90%。海关总署公布数据显示,2022年我国新能源汽车出口67.9万辆,同比增长1.2倍。尽管2023年1月,受购车优惠政策提前透支需求、春节假期等因素影响,国内新能源汽车市场表现有所回落,但从长期看,产业仍保持较强发展势头。

工信部有关负责人表示,新能源汽车是汽车市场的重要拉动力,是稳工业的重点行业,稳大盘的重要支撑,要进一步扩大新能源汽车推广规模,实施新能源汽车领跑强基工程,扎实



锻造新优势。

中国人民银行深圳市中心支行日前联合深圳银保监局等四部门印发《深圳金融支持新能源汽车产业链高质量发展意见》,提出12条具体举措,进一步完善深圳新能源汽车产业发展的金融生态;浙江不久前印发《浙江省加快新能源汽车产业发展行动方案》,要求通过加大对新能源汽车相关企业的供应链金融支持,优化动力电池产能布局等方式,提升整车规模和竞争力、全产业链条供给能力和特色优势零部件产业竞争力;中国汽车工业协会近日发布中国车用操作系统开源计划,推动产业形成协同创新合力……从完善金融生态、提升产业链效率到推进技术攻关,相关部门、协会和地方纷纷出台举措,护航产业发展。

在浙江宁波的领克汽车余姚工厂,

4个车间并行作业,千台智能设备高速运转。领克汽车余姚工厂制造副总监陈关刘说,将加快产业链协同,不断提升自动化智能化生产水平。

1月中旬,赛力斯新能源汽车SERES5亮相比利时布鲁塞尔车展,新车订单超过2万台。赛力斯集团有关负责人表示,企业形成了高性能纯电驱动技术和智能增程电驱技术,推出电动汽车及三电产品,在欧洲的市场基础逐步稳固。

车企深耕产业链、聚焦关键技术,努力打造核心优势。业内的一系列实践不断完善和优化产业发展的环境。

今年春节假期,蔚来充电桩累计服务订单数超过90万,在高速公路换电站免费为车主换电37万次,对充换电模式持续优化与探索,努力化解车主的“电量焦虑”。国家能源局不久前

发布数据显示,2022年我国充电基础设施数量达到520万台,同比增长近100%。

充电基础设施不断完善,换电模式也在推进。天眼查数据显示,截至目前,我国有16万余家新能源汽车换电相关企业。其中,2022年新增注册企业6.8万余家。工信部表示,将推动建成适度超前、布局均衡、智能高效的充换电基础设施体系,建立健全适应新能源汽车创新发展的智能交通系统、绿色能源供给系统、新型信息通信网络体系,实现新能源汽车与电网高效互动,与交通、通信等领域融合发展。但也要看到,特斯拉大幅降价,奔驰、宝马、奥迪等传统车企不断推出新能源车型,也让国产新能源汽车品牌面临更严峻的市场竞争。国内新能源汽车产业链的盈利能力、自主创新能力以及综合竞争力都需要进一步加强。与此同时,也要警惕整车和动力电池结构性产能过剩风险,进一步做好国内锂资源的适度开发,推动动力电池回收利用。

对此,工信部总工程师田玉龙表示,将进一步加强新能源汽车政策供给,优化发展环境,编制好汽车产业绿色发展路线图,保障好关键原材料和零部件的供应,加快制定动力电池回收利用管理办法,健全回收利用体系。

“我们将研究明确新能源汽车后续支持政策,深入推进换电模式应用和燃料电池汽车示范,发挥龙头企业和国家制造业创新中心作用,加快新体系电池、车规级芯片、车用操作系统等技术攻关和产业化,为产业发展添薪续力。”田玉龙说。

(王聿昊 张辛欣)

2022 科技企业先锋榜揭晓 火花编程获“年度创新产品”奖



近日,由中国互联网新闻中心主办,主题为“创新发展,自立自强”的“2022 科技企业先锋榜”评选活动最终揭晓获奖名单。火花编程凭借出色的产品特色荣获“年度创新产品”奖项。

据悉,火花编程作为专为6-12岁青少年设计的编程课程,采用AI互动模式教学,趣味动画导入情境,教学关卡让孩子高频练习,同时配备专属老师辅导答疑。其产品最大的特色是采用流程图分析程序,用思维导图规划项目,重在培养青少年的编程思维。

据悉,火花编程通过形象

直观的流程圖,帮助青少年在操作过程中更加清晰明了地将问题拆解,最终具象为更易操作和理解的步骤。与此同时,思维导图则是一种将思维形象化的表达方式,助力青少年将新旧知识进行整合,并建立完整的知识架构,理清其中的逻辑关系。通过长期、高频的训练,让青少年能够在面对新知识时,构造出自己的思维导图,并解决实际问题。

值得注意的是,火花编程沿用了火花思维“寓教于乐”的教育优势,采用剧情动画导入情境,能够迅速吸引青少年的注意,激发他们的探索兴

趣。每节课中共设置了9至12个趣味关卡,后一项关卡均是前一项关卡的重复和升级,既巩固了课程内容又锻炼了青少年的思维。同时,火花编程还为学员配备了一对一实时沟通的老师,以便于当他们遇到不知道如何解决问题时,老师会进行精准辅导,辅助他们解决问题。

目前,火花编程已打磨出图形化编程、Python编程两套针对性课程,让青少年能够通过进阶式学习,完成编程思维方式的进阶,开启青少年的结构思维能力,学会用编程解决身边问题。

“面签”变“云签” 房产交易迈向数字化时代

作为提振经济的重要引擎,数字经济加快发展势在必行。今年北京市政府工作报告中提到,北京将加快建设全球数字经济标杆城市,夯实数字经济发展底座。

作为涉及民生的房地产经纪企业,北京链家也在不断探索将数字化引入房产交易的环节中。“随心签”服务推出一年多来,北京链家联合十余家银行,打造了PC端、移动端与签约大厅融合互补的“一体式”签约服务体系。买卖双方可随时随地,打破时空限制地全程网办,既提高了签约效率,又减少了人员聚集,保障房产交易正常开展。

从“随时随地”到“随心所欲”

买过二手房的人都知道,贷款面签是十分“熬人”的环节。为此,早在2021年11月北京链家便推出了“随心签”服务,打破了以往房产交易中“请假难、时间紧、跑断腿”等痛点,为很多消费者节省了切实的便利。

疫情期间,针对客户出行不便等问题,北京链家服务再升级,推出“线上贷签”,与部分合作银行进行系统升级改造,将线下面签环节全程线上化,大大提升了交易服务效率与体验,越来越多的消费者选择线上贷签服务。数据显示,2023年1月,超过80%的客户选择了“随心签”线上贷签服务。

2月15日,北京链家在“交易新体验,云启新时代”主题沙龙中公布了“随心签”服务的“成绩单”:在北京链家的商贷成交单中,超过97%的客户选择了“随心签”服务,买卖双方对于随心签的服务满意度也攀升至4.60分。其中交易管家积极热情的服务态

度最受认可,客户的服务体验显著提升。

“线上+线下”的有效融合,也成为促进房产交易消费升级的契机。北京市消费者协会秘书长杨晓军表示,作为消费者权益保护的第一责任人,企业要从消费者痛点、难点出发,充分考虑消费者的感受和体验,切实保护消费者合法权益,希望企业继续坚持服务消费者,并推出更多有利于消费者的举措,让消费者在房产交易过程中获得增值服务。

面签环节15分钟全搞定

张先生是北京链家的老客户,过去10年,他与亲人买房换房,经历过经纪人帮忙排队才完成的面签,也经历过年迈的父亲坐着轮椅跨区才完成的面签。去年10月,他通过北京链家买了一套房子,原以为又要折腾一圈,没想到30分钟就完成了线上贷签。这让他十分惊喜。

像张先生这样的客户不在少数。数据显示,经过近一年的实践,选择线上贷签的消费者足不出户平均15分钟就可以完成贷款面签的全部流程。而在此之前,这个过程在线下需要150分钟左右。一套房屋从买卖签约到银行面签的时间也从54.4天缩短至48.6天,为消费者节省了近一周的房产交易时效。

作为北京链家“随心签”的合作方,中国工商银行北京分行个人信贷业务部副总经理吴蔚亲历了随心签从线下发展到线上的过程,她表示,“线上贷签服务的便捷性和有效性,满足了客户足不出户线上办理贷签的需求。随心签从之前的‘随时随地’到现



在的‘随心所欲’,为消费者带来了超预期的房产交易服务体验。”

效率和体验上去了,那么线上贷签的安全性如何保障?贝壳找房“随心签”产品经理刘帅表示,“随心签”线上贷签主要通过多重身份验证、国家及安全认证CFCA电子签名保障贷款服务的安全。同时,平台也会留存音频和视频,增加线上签约的安全系数。相比线下面签,某种程度上技术加持的线上贷签更加安全。

“一站式线上化”带动房产交易新趋势

在北京链家交易中心总经理刘璇看来,处于数字经济时代,客户有线上消费的习惯与需求,在这样的背景下,二手房交易线上化是大势所趋,北京链家将继续秉持“对客户好”的理念,通过线上评估、线上贷签、公积金一站

2023年初,根据国务院最新发布的数据,2022年中国社会消费品零售总额达到43.97万亿元,其中实物商品网上零售额增长6.2%,达到历史性的11.96万亿元,已占到社会消费品零售总额的27.2%。这意味着,实体零售占据中国社会消费品零售总额超七成份额。

相较于2012年,今天的中国零售产业环境已发生翻天覆地的变化。一方面,随着流量成本的不断上涨,线上零售增速放缓。2022年全国网上零售交易总额的增速只有4%,远低于2012年的67.5%。另一方面,传统实体店线下零售也在通过数字化工具不断武装自己。新零售、智慧门店、私域流量、门店自提/配送等新概念、新模式、新工具不断涌现,为众多零售品牌带来了思考和启发,也成为实体零售维持基本盘的根本原因。

以3C数码行业为例,该领域产品因标准化程度高、更新换代快、更注重科技感等原因,成为最适合线上销售的零售品类。目前,大量权威数据显示,该品类的线上渗透率已经超过40%,远超大盘的27.2%。在这一背景下,相关企业积极转型,赋予了传统线下实体门店在数字化时代下的全新价值。

如比较“重”的家装家居行业,其特点为重线下体验、低消费频次,长时间以来似乎没有受到线上渠道过多的压力。不过,行业内不少品牌先知先觉,早已通过数字化转型,优化客户消费体验,并打造核心竞争力。欧派整家在2022年8月上线“欧派智慧云店”小程序商场,短短2个月就有超10万访客和300万浏览量。据了解,“欧派智慧云店”通过线上线下载联动,打通了获客到交付链路,提升了成交转化效率。对于线上和电销客户,导购可以在加微信后,分享“欧派智慧云店”让客户了解产品及促销相关内容,实现客户留资和售卡,后续还可以通过活动进一步引导消费者到线下。进店后没有现场交定的客户也可以通过“欧派智慧云店”继续在线了解欧派的产品,弥补现场讲解的不足之处。此外,“欧派智慧云店”还支持千店千面运营、全方位数据分析,并为导购提供业务提效工具和近百种营销工具。欧派为此还设置了一系列激励政策和培训,提升门店与导购活跃度,充分发挥导购流量捕手的重要价值。提前布局数字化的优势,在欧派的最新业绩中直接反映出来。2023年1月16日,欧派家居公布2022年度预增业绩预告,预计2022年公司实现营业收入约30.66亿元,与2021年同期相比将增长5%-15%。

值得注意的是,更为传统的中华老字号同样在这股数字化转型的浪潮下获得新生。百年企业上海家化在近年深刻洞察到了年轻用户在消费理念和消费习惯上的变化,更推动了一场以线上线下融合为核心的转型。2020年6月,上海家化与微盟展开合作,依托“家化福利星球”智慧零售小程序商城打造一个全方位、多维度赋能品牌、代理商和终端门店的智慧零售平台,实现线上线下体系的对接及分店的长效赋能。

目前,上海家化已经实现了300家线下经销商门店上云,开启线上云店订货模式。在家化庞大的经销商体系中,门店上云最大的变化是从跑店等“地推式”的订货模式,转移到云店订货模式,大大提升了货品流通效率。同时,门店上云之后,商品SKU更丰富,实现了与经销商升级协同、合力共赢。

由此看来,虽然仍被冠以“实体零售”之名,但今天的线下零售早已非“吴下阿蒙”。伴随电商发展而形成的一系列数字化理念、技术和玩法正在反哺实体零售,并最终推动线上与线下的协同发展和融合共生。

(丁新伟)

e代驾:持续推动代驾行业数字化

□ 本报记者 丁新伟

近年来,数字化消费的概念逆势上扬,加之其具备的零接触、线上验证、支付便利等特点。引发了普遍关注,数字化消费也逐步成为促进各行各业转型升级的重要力量。

2011年,醉驾入刑。“喝酒不开车,开车找代驾”的理念逐步深入人心。加上交警部门对于酒驾醉驾等违法行为的监管愈发严格,越来越多的车主习惯于酒后找个代驾服务,整个代驾行业凭借政策的东风飞速发展。但在高速发展的同时,代驾行业乱象随之而来:司机质量把控难、“黑代驾”的神出鬼没难以辨别、乱收费或价格不透明等问题成为限制行业发展的三座大山。

变革:重塑车主与代驾员的关系

在当时尚未有数字化消费这个概念的时候,2011年e代驾就已在通过“线上数字化”来实现派单、结算;车主只需要一部智能手机,登陆e代驾app,即可筛选距离最近的代驾司机为其提供代驾服务;订单页面也有明确的收费标准,确保价格透明。e代驾凭借数字化引领了整个代驾行业的变革,通过移动互联网技术提高了整个传统代驾行业的体验。

“平台对于代驾司机的把控一直很严格,需要满足一定年限的驾龄、熟练操作手动挡自动挡,并且还要通过路考,才能加入e代驾为车主服务”。e代驾相关负责人介绍到,车主通过手机叫代驾,更多是基于对e代驾这个平台的信任,所以e代驾必须对司机层层把关,作为保障整个代驾环节安全的核心力量,服务流程数字化,让车主可以叫到靠谱的代驾员、线上付款,也让车主的财务安全与便捷性得到了极大的保障。

2021年4月1日,由中国汽车流通协会与中国道路交通安全协会组织制定,e代驾主笔的《汽车代驾服务安全管理要求》开始实施。这一团体标准对代驾服务工作人员提出了更高要求,如对从业人员身心健康、传染性疫病、交通肇事犯罪经历、危险驾驶犯罪记录等进行了严格界定。随着团体标准的实施,整



个行业愈发规范,也带给消费者更多信心。

从消费观念看,e代驾app的出现改变了车主对代驾行业的消费习惯。一方面,代驾服务数字化极具便捷性,重塑了消费者的消费心理和观念。另一方面,车主通过数字化渠道(app等线上渠道)获取代驾服务更为安全,价格也更加规范和透明,消除了车主因“黑代驾”产生的抵触心理,提升了车主对互联网代驾行业的接受度。

催生:衍变更多新的代驾场景

对于代驾,大部分人的印象还处在“酒后代驾”。事实上,近年来代驾的服务半径在不断拓宽,互联网代驾平台向定制化、精细化方向发展已经成为大势所趋,在个性化用户需求不断凸显的背景下,为各类人群提供贴心的服务是e代驾着重发力的方向。

2015年,e代驾推出e车管家(代保养、代年检),围绕“人车分离”解决车主的保养、年检需求;2018年,e代驾推出女司机服务,女代驾专为女车主服务,保障女代驾和女车主的双安全;同年,e代驾推出代泊车服务,为着急看病的车主解决医院门口停车难;2020年,e代驾推出不要小车主增值服务,为后备箱空间较小的车主提供便捷;2021年,e代驾推出包时代驾服务,一次订单、专心服务;2022年,e代驾推出即时一口价,让车主以更低的价格享受不变的服务。

如今,醉驾入刑即将迎来12年周年,e代驾也成立近12年,服务已覆盖至全国400多座城市,累计提供代驾服务超3亿人次。e代驾相关负责人表示,随着整个行业的数字化发展,未来平台将会给消费者带来更多的优质体验和惊喜。

数实融合成主流 去年中国社会消费品零售总额超七成来自线下