

产销创新高、自燃事件频发 新能源车产业发展“危机并存”

本报记者 卢岳 王鑫坤

先前,全国多地接连发生新能源汽车自燃事件,引发社会的广泛关注。近年来,在技术发展与政策扶持的背景下,新能源汽车的市场份额不断扩大,已成为越来越多消费者的购车首选。

另外,新能源车充电桩爆炸、车体自燃等安全问题也不免给消费者带来隐忧。当下,新能源车的安全争议不断,其能否成为拉动消费经济增长的强劲引擎?

新能源车市场规模持续扩张 产销量突破新高

中国汽车工业协会最新发布的数据显示,截止到今年6月底,国产新能源汽车累计产销量已经正式超过了3000万辆大关,市场占有率达到35.2%。具体来看,今年1月至6月,国内新能源汽车产销量同比分别增长30.1%和32%。

在汽车出口方面,我国新能源汽车的出口热度仍在不断提升。相关数据显示,今年7月我国汽车出口量为46.9万辆,同比增长19.6%。其中,新能源汽车出口量为10.3万辆,同比增长20.6%。

“之所以新能源汽车的销量逐年走高,首先在于新能源汽车拥有燃油车无法比拟的优势,比如电车型类全新的智能科技和驾乘体验,远超传统燃油车。一辆二、三十万的新能源电车带来的驾乘体验,过去百级燃油车可能都无法达到,这使得大量的消费者开始选择



新能源车。”业内人士表示。

乘联会最新数据表明,今年上半年车市一共推出了11款燃油车,比2018年同期减少31款,而新能源车上半年则一共推出了60款新车型,几乎是燃油车的六倍。

J.D.Power中国区汽车产品事业部总经理杨涛曾表示,“随着中国新能源汽车竞争加剧,汽车公司在控制成本的同时,不断加速产品迭代,缩短开发周期,对新能源汽车的质量管理产生了巨大挑战。”

投诉量激增 安全、续航问题成“重灾区”

随着新能源车销量的增长,相关投诉问题也成为行业关注的焦点。记者看到,2023年新能源汽车投诉量呈现出显著增长的趋势。黑猫投诉平台发布的《汽车领域2023年投诉数据报告》显示,2023年汽车领域投诉量超1.3万单,其中涉及新能源汽车的投诉占比达到61.28%。较2023年上半年增长了8.36%。中国消费者协会发布的数据也指出,充电桩体验不佳、质量参差不齐等问题亟待改善。

据应急管理部门统计公布的最新数据,仅2023年第一季度,新能源汽车自燃率就上涨了32%,平均每天就有8辆新能源汽车发生火灾。业内人士提醒消费者,为预防“车上火”,应及时保养,定期检查电气、开关、灯座的连接头是否松动;如遇用电中断、散发胶皮臭味、仪表台冒烟等,需立刻停车熄火排除故障。

值得注意的是,为改善新能源车存在的诸多使用问题,部分企业相继做出努力:如特斯拉在中国大陆面向部分非特斯拉品牌电车试点开放充电桩,一定程度上提高了充电便利性;卫仕麒推出

“防火盾”,针对新能源汽车火灾自燃现象,提供安全防护。将其安装在车仓内底部后,便能有效阻燃。

政策扶持技术创新 释放强劲消费潜能

“上述问题归根结底还是新能源汽车产品设计跟不上消费者日益突出的需求。很多新能源厂商在产品研发时满足于利用贴牌战略快速占领市场,营销策略方面过度追求豪华配置的堆叠来吸引眼球,对品控问题和售后服务问题不太重视或者心有余而力不足。这是需要全产业链和监管层面合力统筹解决的。”独立国际策略研究员陈佳说。

关于新能源车发展的下一阶段,比亚迪公司董事长王传福曾经有个著名的论断:新能源汽车的上半场是电动化,下半场是智能化。

“技术创新和研发投入是提升新能源车核心竞争力度的关键,但企业可能面临成本压力。在这方面,建议政府加大对新能源汽车产业的资金支持和政策引导,以鼓励企业加大研发投入。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示。

8月8日,上海市政府印发了《上海市交通领域大规模设施设备更新专项工作方案(2024-2027年)》。其中提到,计划到2027年年底前,上海市公交车、出租汽车全面实现新能源化。

在浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平看来,新能源车将成为拉动经济和产业高质量发展的“新引擎”。“新能源车市场的快速增长将带动相关产业链的发展,促进产业结构的优化升级;新能源汽车技术创新和智能化、网联化等发展趋势也将带来新的经济增长点,推动产业的高质量发展。”

强化行业自律,确保经营行为符合法律法规和消费者权益保护规范;压实网络运营平台责任,加强对入驻商家发布信息审核把关;进一步优化住宿业经营者

七部门发文推动进一步便利境外人员在境内住宿

待能力、加强行业自律、发挥平台作用、优化登记管理、畅通服务渠道、提升支付便利度、营造友好氛围八个方面,推动进一步便利境外人员在境内住宿。

通知要求,地方相关部门、网络运营平台不应以资质要求等为门槛限制住宿业经营者接待境外人员住宿,网络运营平台、住宿业经营者不应违规对外发布不接待境外人员住宿的有关信息;支持住宿业经营者开展培训提升服务能力,

对境外人员住宿登记的管理服务工作,简化信息采集项目,坚持教育管理先行,包容审慎执法;完善境外人员沟通服务渠道,持续提升住宿领域支付便利度,营造良好涉外服务环境。

下一步,商务部将会同相关部门指导地方抓好便利境外人员住宿相关措施的落实落地,为境外人员住宿提供更加友好的住宿环境,更好服务高水平开放和高质量发展。(人民日报)

北京:暑期强化三大文化建筑周边公交、地铁运力保障

记者从北京市交通委获悉,为进一步提升游客前往三大文化建筑的出行体验,今年暑期,北京市交通部门进一步强化三大文化建筑周边公交、地铁运力保障,加大力度优化停车场导航服务、服务旅客出行。

地面公交方面,面向不同游客,公交线路持续优化补偿,形成“常规线+通游线+摆渡线”三位一体的公交线路组合。面向来副中心内的游客,调整317路,增设小站庙桥东、上码头路北,上码头路公交站,覆盖三大文化建筑,周边公交线路分别增加备车,适时采取加密班次、发车间车等运营调度措施,保障游览高峰时段公交运力充足;面向

长距离出行游客,开行3条节假日通游专线,实现三大文化建筑与地铁1-8号线、6号线、7号线与市郊铁路快速接驳,引导公共交通出行;面向自驾出行游客,开通停车场摆渡线路,服务游客从P12停车场前往三大文化建筑,日均服务近5000人次自驾游客,较暑期前增长100%。

轨道交通方面,进一步加强运力保障,6号线双休日最小列车间隔将由5分钟缩至4分钟,增加运力投放25%。同时,在邻近的1号线八通线到通州北苑站、土桥站站厅、站台等处张贴“温馨提示”,为去往的乘客提供换乘公共交通工具。(中国网)

“她的作品视觉语言透露出对神秘哲学观念性探索,我们在不知不觉中精神得到巨大的净化和升华。这是一种内心深处修行。”展览学术顾问、美国芝加哥艺术博物馆亚洲总兼



中国艺术总策展人汪涛先生这样评价艺术家杨蓉的作品。据介绍,她的作品曾被多个慈善机构收藏和拍卖,包括上海宋庆龄基金会和澳大利亚BOX HILL BURWOOD扶轮社等。2024年1月份,杨蓉的艺术画展“内心戏”在上海金臣亦·鸣美术馆举办,由芝加哥艺术博物馆东馆长汪涛担任学术顾问,画展展出了其近30件艺术新作,其本人也受到了多家媒体的关注和报道。

据介绍,杨蓉的作品主要来自于中国传统戏剧和世界舞台剧的元素相结合,作品中色彩和线条激烈碰撞,人物、动物和抽象符号交融在一起,表达出对生命和宇宙的思考 and 致敬。同时这些作品贯穿了中美澳多元文化,表现出对世界的深度思考及探索。据介绍,其相关作品在澳洲SOMERS艺术博览会上荣获最佳展览奖,更于2021年和2022年获得澳洲KERNART艺术展的最受欢迎奖。

通过和艺术领域的不菲成绩,杨蓉被邀请担任上海戏剧学院社会艺术水平考级澳大利亚中心的艺术总监和考级评委。此外,她更积极投身于中澳两国青年艺术家的培养与交流,参与并合作举办由澳洲艺术机构、上海中外文化艺术交流协会等组织的艺术交流赛事,在担任评委的同时,也对艺术家的创作过程、技术技巧、艺术表现力等方面提供专业的指导和反馈。杨蓉表示,目前自己已受邀前往美国加州州立大学分校担任访问学者,进行跨文化艺术交流中的当代艺术和社会变革主题研究。同时她更计划在美国芝加哥开设自己的北美艺术工作室。她坦言,“希望未来,自己能与更多的东西方艺术家深入沟通合作,为国家艺术交流和当代艺术创作贡献出自己的力量。”(周建)

“影院+奥运”跨界融合 推动影院业态多元化发展

本报记者 卢岳 王紫茜

2024年巴黎奥运会虽已落下帷幕,但比赛期间“影院看奥运”模式却悄然兴起,消费者可以在影院大银幕前共同见证奥运会的荣耀时刻。这不仅技术与创意碰撞出来的火花,更是时代变迁下文化消费新需求的生动体现。

“影院看奥运”引关注 互动仪式激发情感共鸣

在影院看奥运会是什么感受?在场感、仪式感、凝聚力、情感认同……成为消费者口中的“关键词”。

8月5日,消费者李女士在接受记者采访时难掩激动之情。她说:“在影院的大银幕前看奥运会,真的是非常特别的体验。这是我第一次在电影院尽情释放情绪,与周围的观众一同呐喊助威。那一刻我仿佛置身于奥运赛场,深切感受到了奥运的激情,那种仪式感和凝聚力是在家里看电视无法比拟的。”

对此,西南民族大学马克思主义学院副教授刘佳认为,通过身体在场的互动仪式,让群体成员更容易聚集共有情感焦点,感知他人的情绪状况,从而形成高度的情感连带感和成员身份感。

记者了解到,“影院看奥运”模式,是由中央广播电视台总台广影视听卫星

有限责任公司与中国电影股份有限公司北京电影发行分公司联手打造,将巴黎奥运会电视节目首次引入全国符合条件的数百家影院进行直播,让广大观众得以在影院共同见证奥运的荣耀时刻。

技术、内容、服务多管齐下 探索跨界融合新路径

记者注意到,近年来中国电影飞速发展,影院已成为城市文化生活的重要组成部分。“影院看奥运”模式顺应了时代发展潮流,中国电影市场与国际体育赛事的跨界融合也迈出了坚实的步伐。谈及奥运盛会首次在影院直播,中国电影集团公司董事长傅若清曾表示,这不仅为电影技术赋能奥运比赛的一次创造性尝试,也是进一步探索非影院内容创新赋能影院功能的多元化发展。

“从技术层面来看,影院的大银幕、高画质、高音质等优势为体育赛事的转播提供了强有力的支持。消费者在影院内观看奥运比赛,能够享受到更加震撼和沉浸式的视听效果。从赛事安排来看,影院精心策划比赛项目转播单,既涵盖了乒乓球、跳水等观众关注度高的传统强项,也不乏有篮球、足球等适合群体观看的赛事。同时,部分影院还通过延长营业时间、更新餐饮配套等服务,满足消费者对奥运会赛事的观看需

求。‘影院+奥运’模式在提升消费者观赛体验的同时,进一步增强了影院的市场竞争力。”资深零售分析师杨宇在接受记者采访时说。

知名战略定位专家詹军豪认为,“‘影院+奥运’的跨界融合具有深远的意义。一方面,它打破了传统体育赛事的观看方式,为消费者提供了更加多样化和个性化的选择;另一方面,它促进了文化与体育产业的深度融合,为双方带来了更广阔的发展空间。”

增加盈利渠道、促进文化传播 跨界合作推动影院业态多元化发展

在“影院+奥运”这一跨界合作的浪潮下,影院业态也经历了变革与升级。北京社科院研究员王鹏在接受记者采访时说,“从长远来看,‘影院+奥运’的融合不仅预示着影院业态朝着多元化、综合化的方向发展,更重新定义了影院作为现代休闲娱乐空间的核心价值,不再局限于放映电影这一传统功能,而是逐渐发展为集娱乐、休闲、社交等多功能于一体的综合空间。这一转变,它对行业本身而言,即是挑战也是机遇。它要求影院不断创新与尝试,拓宽业务范围,丰富内容供给,提升服务质量,强化品牌形象,为观众提供更加优质、贴心的体验。”

中国青年剧作家、导演向凯从实际

操作层面出发,强调平衡商业利益与观众体验对推动“影院+奥运”的发展所起到的关键性作用。他认为,“发展新模式,影院需要制定合理的定价策略,确保成本全覆盖,同时也让消费者感受到物有所值;应持续优化服务质量,提升消费者的满意度和忠诚度;还需要积极收集消费者的反馈和建议,不断调整和完善观赛模式。”

据相关数据统计,到影院看奥运的观众以女性为主,占比达80%,主要年龄段为25岁—29岁,且二线城市观众为主力军。截至8月5日,影院奥运直播的观看人次突破5万次,累计票房突破210万元,其中半数票房由7月30日贡献。当日“莎头”组合在乒乓球混双比赛中夺冠,影院奥运直播票房达112万元。业内人士认为,“这一数据既说明了‘影院+奥运’模式的市场潜力,也印证了其作为影院盈利渠道的可行性。”

王鹏进一步指出,“‘影院+奥运’新模式不仅为影院开辟了全新的盈利渠道,丰富了其经营形态,更在促进体育赛事文化传播方面扮演着重要的角色。通过影院这一大众化的娱乐平台,体育赛事得以跨越传统界限,获得更广泛的传播。同时,影院提供的沉浸式观赛体验,也让消费者更加深入地了解 and 感受到体育赛事的独特魅力,有助于激发其对体育赛事的兴趣和热情。”

苏州宽仁塑胶科技有限公司管理人与海南航投投资有限公司债权转让通知暨债务催收联合公告

新好那数字技术(上海)有限公司管理人与浙江回归投资有限公司债权转让通知暨债务催收联合公告

债权转让公告 债权转让公告 债权转让公告

债权转让通知暨债务催收联合公告

债权转让通知暨催收通知2

广州广永投资管理有限公司与中山中启投资合伙企业(有限合伙)债权转让通知暨债务催收联合公告

贵阳市公共交通投资运营集团有限公司与贵州云端盟网络科技有限公司债权转让暨债务催收联合公告

转让方厦门国际银行股份有限公司上海分行 受让方绍兴市汉博纺织制品有限公司债权转让通知暨债务催收联合公告

债权转让公告

债权转让公告

债权转让公告

债权转让公告

债权转让公告