

ofo 大数据平台首批向 20 座城市管理部门开放

日前,共享单车首个经济社会影响力报告《2017年共享单车经济社会影响力报告》(简称“报告”)出炉。该报告由中信信息通信研究院与北大光华—ofo小黄车共享经济研究中心共同发布。报告显示,2017年共享单车行业对经济社会贡献达2213亿元,拉动社会就业39万人次,为民众节约7.6亿小时出行时间,节约雾霾治理成本13亿元。

今年1月,ofo小黄车正式发布智慧城市慢行交通大数据平台,将ofo人工智能大数据系统中单车数量、轨迹、热力潮汐图分析等详尽信息对城市主管部门开放,促进共享单车行业的科学管理。该平台首批将向全国20座城市政府管理部门开放,并将推广至全国超过200个城市。

“开放数据不仅会促进共享单车行业更加健康发展,也将成为ofo小黄车支持各地政府建设智慧城市的开始。”

ofo小黄车创始人兼CEO戴威表示。

成为城市交通生态重要一环

作为共享经济的典型代表,共享单车被誉为“新四大发明”之一。报告显示,2017年以ofo小黄车为代表的共享单车企业覆盖全国200多个城市,投放量超过2500万辆,在网民中渗透率达到41%,累计提供骑行服务170亿人次,最高日达到7000万人次,共享单车已成为城市交通生态的重要一环。报告对提升民生福祉、创造社会效益、赋能传统产业、拉动新兴产业发展、就业影响等5个方面、11个领域进行了调研,反映了共享单车的经济社会影响力。

随着共享单车骑行指数的不断增长,城市公共交通平均出行效率提升达15%以上,对缓解城市交通拥堵有显著的促进作用,城市公共交通节能减排水

平显著提升。

践行“共建共治共享”理念

党的十九大报告提出,“打造共建共治共享的社会治理格局”。ofo小黄车开放的奇点城市慢行交通大数据平台,努力尝试践行这一理念。奇点系统以“人、车、地点”为核心,连接了ofo小黄车在全球超250个城市的1000万辆单车及2亿用户。奇点拥有每个城市的全貌数据,高峰时每小时处理订单数据量超千万。庞大的数据体量强大的计算能力使得奇点大数据系统未来在共享单车运营、智能交通和智慧城市中可以发挥更大作用。

ofo小黄车也在建设一套完整的回收流程,让淘汰车辆能够得到及时处理。目前,ofo小黄车已与北京万科、中国环境经济协会、北京市再生资源服务中心达成了“城市存量自行车循环

共享计划”战略合作,共同推动废旧自行车循环再生,达到报废周期的共享单车将交给再生资源服务中心分类,作为生产材料实现资源化再利用。

需要共同治理和维护

共享单车在发展过程中存在的问题,需要大家共同治理、共同维护。共享单车是绿色的出行方式,有助于解决群众出行“最后一公里”问题,对解决交通拥堵有非常重要的积极作用。

通过实践,共享单车企业对路面车辆的运维能力正在不断加强。通过与属地政府和管理部门进行合作,通过城市网格化管理,通过与共享单车运营企业联合进行有效管理,可以共同探索一种新型的管理模式。ofo小黄车奇点城市慢行交通大数据平台就是一次政府与企业“共建共治共享”的探索。

中国交通运输协会共享出行分会



常务副会长张晖指出,大数据平台不仅可以提升共享单车管理的智能化水平,还可以有效服务于城市交通规划、路网监控和运行调度等精细化管理工作,为政府提供科学精准的决策参考。

戴威表示,ofo小黄车致力于满足居民短途出行、上下班“通勤”的巨大需求,希望能继续为促进城市公共交通健康发展做出更大贡献,为城市居民的出行提供更多的便利和选择。

《人民日报》

去年电商交易额同比增长11.7%

据国家统计局电子商务交易平台调查显示,2017年全国电子商务交易额达29.16万亿元,同比增长11.7%。其中,商品类、服务类电子商务交易额同比增长24.0%,合约类电商交易额同比下降28.7%。

从商品、服务类电商交易情况看,交易额持续增长,增速进一步提高。

2017年商品、服务类电商交易额21.83万亿元,同比增长24.0%,增速比2016年提高10.2个百分点。其中,以商品类交易为主,全年商品类电商交易额占77.3%,同比增长21.0%;服务类交易额增长较快,同比增长35.1%,比上年提高13.2个百分点,延续上年快速增长的态势。

2017年商品、服务类电商对个人的交易额同比增长33.1%,对单位交易额同比增长18.6%。对个人交易额快速增长说明网络购物在我国已经普及,对单位交易额快速增长意味着企业利用互联网开展经营的水平也在不断上升。

电子商务与服务类产品相结合,打

通了信息传递的瓶颈,提升了资源配置的效率。去年不仅像滴滴、携程、美团、优酷等大型服务类平台,小微企业也保持快速增长,一些新兴平台如微视频、喜马拉雅FM、八戒网和腾讯云等的发展也是非常迅速,一些平台交易额同比实现成倍增长。

据新华网

玻璃外壳成手机发展趋势 3D玻璃产业链有望爆发

近日,联想电子发布公告称,公司拟投资设立全资子公司实施年产5000万片3D曲面盖板玻璃产业化项目,项目总投资12.2亿元,达产后每年新增销售收入25亿元。业内人士向记者表示,目前智能手机正加速进入玻璃外壳时代,相关的3D玻璃产业链有望爆发。

之前,各大厂商的3D玻璃盖板产能将达不到市场需求。

金属和陶瓷面临转型

在玻璃材质成为发展趋势的同时,金属材质和陶瓷面临严峻的挑战。

上市公司布局 3D 玻璃产业

今年2月底召开的全球移动通信大会上,三星、索尼、中兴等手机厂商分别发布了新的旗舰产品,并无一例都配备了3D玻璃后盖。进入3月份以来,华为、小米、HTC、一加等手机厂商即将发布的新款机型中,也均采用3D玻璃后盖。

Wind数据显示,仅在在过去两年间,包括联想电子、蓝思科技、东旭光电、凯盛科技等企业在内的十几家A股上市公司,在3D玻璃产业方面已公告的投资金额就累计超过300亿元。

“公司投资3D玻璃项目,不仅和手机行业发展相匹配,还将与现有的触控显示业务形成协同效应。”联想电子一位负责人告诉记者,公司此次的投资项目不仅计划投产时间与5G启动商用时间完美匹配,还将充分利用公司在光学和触控显示产业的基础,以及国内外一流客户资源优势,提高公司在光学显示领域的竞争优势,增加未来利润增长点。

除了联想电子之外,2017年12月21日,凯盛科技发布公告称,公司的3D玻璃盖板产能项目总投入12.19亿元,年产300万片,生产用于手机外壳的3D曲面玻璃。

蓝思科技则在互动平台上回答投资者提问时表示,3D玻璃的应用是近几年智能手机外观创新的重要组成部分,目前3D玻璃盖板主要受限于OLED屏产能有限的制约,随着柔性OLED屏供应增加,预计采用3D玻璃的机型会增多,公司已根据主要客户的需求引制定了3D玻璃扩产计划。

比亚迪也在近期接受机构调研时透露,公司已开始在玻璃机壳业务上布局,目前正不断扩充玻璃机壳产能以满足未来市场需求。3D玻璃机壳已实现对部分客户的批量出货,未来随着新客户导入和良品率的提升,预计将为公司带来稳定的收入和盈利贡献。

智能手机行业资深分析师李星认为,参考行业3D玻璃盖板目前实际运行状况,预计目前所有A股上市公司所布局的3D玻璃盖板项目全部实施完成后,可形成年产4-5亿片产能。再加之市场上的其他参与者,李星预计到2020年,全行业将拥有约6亿片的3D玻璃盖板产能,可装机约2.5亿部。

不过,根据比亚迪提供的数据,2018年市场上大部分智能手机都会使用3D玻璃机壳,预计3D玻璃盖板的需求量约6亿片,这意味着在2020年

据《中国证券报》

汽车进口关税下调 倒逼产业升级

进口高端豪车或成最大受益者

作为左右进口车销量的因素之一,关税调整往往能直接影响进口车销量变化。我国汽车进口关税曾多次下调,2006年我国汽车进口关税下调至25%,并延续至今。随着中国汽车进口关税的持续下调,我国进口汽车数量不断增长。数据显示,2001年我国汽车进口数量仅7万多辆,2016年已超过107

万辆。

中国汽车流通协会与后市场政策研究室副主任陈海峰表示,“关税的降低会提高进口汽车的市场竞争力。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,未来的汽车进口关税下调,主要受益的是进口高端豪华车型。“可能形成较大的成本改善,将对特斯拉等高端车型与国产豪华车的竞争态势很有利。”崔东树分析称。

短期内难以冲击进口车市场

进口车关税下调的直接利好者还包括经销商。“关税下调,经销商购买进口车的成本就会下降。”一位从业多年的进口车经销商告诉记者,尽管经销商进口成本降低,但并不意味着进口车的售价会明显下降。“进口车的价格由多重因素决定,其综合税费包括关税、消费税和增值税三项,其中消费税仍根据排量大小来设定。同时,进口车价格还会受

到汇率变化的影响。”该经销商表示。不过,部分业内人士认为,进口车关税下调短期内对车市冲击不大。目前,多数跨国企业的豪华品牌车型均陆续国产,不断上演“虎口夺食”,抢占国内市场份额,使得进口车在乘用车市场总体占比一再降低。数据显示,去年国内进口车销量为90.4万辆,同比增长0.6%,在我国汽车整体销量中的占比仅为3.13%。

据新华网

相关新闻

平行进口车今年再迎多项利好

除了关税下调,近年来发展迅猛的平行进口车将迎来多项政策利好。

今年2月1日,商务部新闻发言人高峰表示,商务部等8部门印发文件,除原有9个试点地区之外,支持在内蒙古的满洲里口岸、江苏张家港保税港区、河南郑州铁路口岸、湖南岳阳城陵矶港、广西钦州保税港区、海南海口港、重庆铁路口岸、青岛前湾保税港区开展

汽车平行进口试点。

统计数据显示,2017年,天津等9个试点地区100家试点企业共进口汽车13.6万辆,同比增长109%。车型近180个,同比增加了30多个,拓展了产品供给范围,丰富了消费者购车选择。

同时,平行进口车的发展还促进了整个汽车市场的竞争,车价特别是中高

端进口车价格下降明显,大部分车价下降15%以上。

此外,记者了解到,今年2月,成都青白江自贸区快速通关平行进口车关税保税,为全国快速通关提供便利。在关税保税的支持下,企业可向海关提供银行开立的保函凭证。海关接到保函后,可对货物先放行后,加快货物通关进度,避免货物滞留港口加大成本。

中国汽车流通协会发布数据显示,2017年全年,中国汽车累计进口121.6万辆,同比增长16.8%。其中,平行进口汽车占比达17.2万辆,同比增长29.8%。中国汽车流通协会进口车委员会主任王存表示,2017年我国进口车市场高速增长,主要是因为平行进口车得到快速发展。

本。

中国加入WTO,以及世界经济一体化之后,这也是外贸进口一个必然的方向。”

据新华网

两会声音

有望倒逼制造业升级

全国政协委员、南京大学经济系主任杨德才表示,为了国际贸易平衡,适当降低进口关税,让更多外国产品进入国内,有利于平衡国际贸易,缓解国家之间尖锐的经贸关系。但从国内看,推行供给端改革是为了优化产业结构,提高产品质量,下调关税后,更多外国汽车、日用消费品进入中国,也会形成一种倒逼机制,对国内制造业升级、产

品质量提升将有很大的推动作用。降低部分关税让大量产品进来,把消费都留在国内,可能会出现税收的增长。此外,这一政策最直接的受益者是消费者,不出国也能用比以往更便宜的价格买到更好的东西,消费者的获得感将得到更大的满足。

消费者选择将更多元

全国人大代表、江苏亚邦国际购物广场有限公司董事长陆亚萍表示,下调

汽车、部分日用消费品等进口关税对民营企业固然会有一些冲击,但这也是倒逼民企提升档级的难得机会。国内消费市场足够大,但未来面临的竞争会越来越激烈,企业要有信心面对竞争。随着人们的生活条件越来越好,汽车、部分日用消费品等进行关税的下调,无疑会吸引更多更好的海外商品流入国内市场,让“海外货”更实惠,也让消费者的选择更多元。

将拉低国内外商品价差

全国人大代表、天衡会计师事务所首席合伙人余瑞玉称,对消费者来说,进口关税的下调,将拉低国内外商品的价差,而近年来热度不减的海淘、代购也会降温。希望对于国外商品,消费者在国内也能以与国外同等的价格消费。“中国加入WTO,以及世界经济一体化之后,这也是外贸进口一个必然的方向。”

据新华网

大数据将推动零售业技术变革

建设强大的数据中台,实现线上线下数字化打通,重构“人、货、场”,是新零售的重要内涵。业内人士指出,2018年将是大数据从技术阶段向应用阶段高速发展的一年,大数据未能在物联网、区块链、智慧城市、AR、VR、AI、语音识别等方面值得重视。这在不久的将来或深刻改变零售业的未来。

线下零售大数据应用刚起步

近日高鑫零售公布半年报,2017年实现营业收入1023.20亿元,同比增长1.9%;2017年净利润为30.20亿元,同比增长14.9%。这是阿里入主高鑫零售后的第一年。招商证券指出,虽然阿里入股高鑫在短期内并未给高鑫业绩带来大幅提升,但是阿里的互联网基因和大数据资源加速了高鑫的线上线下整合。

在阿里与高鑫的合作中,目前仍是线上大数据指导线下商品管理,大润发华东20个城市的167家门店上架了天猫超市百万件商品,这些商品由阿里大数据根据周边消费者喜好筛选商品,并由天猫供应链优化供货方案。招商证券指出,虽然这些商品销售状况尚好,但整体上调整了门店的经营体系和业务链条。

基于模式和技术优势,线上零售数

据的采集和大数据技术的应用已相当成熟,相比之下,线下零售大数据技术的应用还处于起步阶段。中国连锁经营协会会长裴亮曾指出,大数据技术在零售业的应用还没有发挥出来,目前来看,零售业企业不掌握大数据,如何与拥有大数据的企业进行合作,共同开始大数据在零售业的应用,还在探索的过程中。

从发展现状来看,线下零售应用大数据技术首先面临的难点是数据采集。专家指出,线下零售店由于技术限制和消费者更加碎片割裂的行为,很难根据消费者ID数据与商品销售、店铺库存、物流等数据进行连接,尤其消费者店铺行为偏好数据的获取。

这方面,同时拥有门店优势和互联网基因的零售企业将占据优势。苏宁易购向记者表示,在苏宁易购云店内已经开始全面打造线下门店客流数据分析的“苏宁北斗”系统。该产品的上线,标志着苏宁易购在门店端开始采用类似线上运营运营的流量运营逻辑,“从进店到店以及门店内的动线变化,进行线上UV到四级页面浏览路径的分析,对门店商品陈列、页面习惯分析将有很大的帮助”。预计到2019年,苏宁易购将会把人脸识别系统和北斗系统相结合,使监测数据更加精准,并将为



后期会员服务、会员运营的优化提供数据依据。

推动零售业技术变革

苏宁控股集团董事长张近东表示,2018年将是大数据从技术阶段向应用阶段高速发展的一年,“大数据未来在物联网、区块链、智慧城市、AR、VR、AI、语音识别等方面值得重视。这在不久的将来或深刻改变零售业的未来。”

中国电子商务研究中心主任曹磊表示,过去数据只在销售和营销端应用,今后还将向商品端、供应链端、仓储物流乃至生产端进行全方位拓展。过去商品和用户是零售商和电商最核心的资产,在大数据时代,大数据将成为他们最核心的资产。

基于对线上线下数据打通的重视,2017年美国零售数据巨头完成国美在线、国美Plus、国美管家、国美海外

购、国美零售整合成国美APP,连接线上线下,以互联网为基础,数据为核心,打造线上交易、线下体验的共享零售双平台。通过实施蒲公英计划,国美线上线下打通供应链、交易数据、服务数据、会员数据全面打通,汇聚为美美的数据中台,形成大数据工厂。

在大数据的支持下,国美升级了后服务体系,推出“扬帆计划”,实现订单配送、安装服务、维修服务、客户服务周期的可视化、标准化,打通厂家后台数据,首保内维修一键预约功能。

从整个产业链来看,大数据的最高效应用是从生产端开始就实现定制,对此,已有零售企业开始布局。国美将大数据应用于供应链,用C2M反向定制,家庭生活品类和智能产品横向延展,驱动精准选品和营销,进而与第三方供应链形成补充,提升零售效率,满足消费者品质化、个性化、智能化的产品需求,促进品质升级,优化商品结构。据新华网

