

行业动态

财政部提前下达 2020 年节能减排补助
新能源公交车运营补贴或将延续

本报讯 近日,财政部发布《提前下达 2020 年节能减排补助资金预算对地方分配结果》(以下简称《分配结果》)。业内人士表示,结合此前发布的《关于支持新能源公交车推广应用的通知》(以下简称《通知》),此次文件透露出一个重要信号,那就是到 2020 年到期的新能源公交车运营补贴或将延续。

新能源汽车补贴指购置补贴,由相关部门直接发放给整车企业,而新能源公交车的运营单位可以享受补贴后的优惠价格。按照计划,这一方面的补贴到 2020 年底就将正式退出。但实际上,新能源公交车的运营单位还能享受一定的运营补贴。

2015 年,多部委联合印发了《关于完善城市公交车成品油价格补助政策 加快新能源汽车推广应用的通知》。在《分配结果》中,运营补贴在此次下发的补助中占比达到一半,有超过 76% 的地区运营补贴超过了购置补贴。

虽然公交车的体量不如乘用车,但推行新能源汽车具有更重要的意义。与乘用车购置税地方补贴彻底取消不同的是,地方政府仍可继续对购置新能源公交车给予补贴支持。在补贴下降 60% 的背景下,中大型公交车基本无法如乘用车般通过配置的调整来优化到手补贴额。地补的存续可以有效缓解车企下半年压力。

此外,包括中央财政已经安排的 2019 年及以前年度燃油补贴结余资金,地方可收回统筹用于新能源公交车的运营。管理部门还将共同研究完善新能源公交车运营补贴政策,2020 年起,将采取“以奖代补”的方式重点支持新能源公交车运营。

施芸芸

中汽 C-ECAP 新规首次启用
揭秘市场热销车型生态性能

本报讯 近日,中国汽车技术研究中心有限公司 C-ECAP 管理中心在天津发布 2019 年度中国生态汽车抽查评价结果,这也是管理中心启动 2019 版新规后,发布的首批车型成绩。

此次评价的 5 款车型均为热销车型,既有经济车型,也涵盖了豪华车型。评价显示,车内空气质量项目整体表现良好。无论是常温条件还是高温条件下,5 款参评车型的 VOC 均表现优异。在主观气味评价方面,只有 1 款车型达到 3 级,其余 4 款车型均为 3.5 级。

车内噪声项目各有优势。在 3 种细分工况场景下,5 款车型各有优势。在 120km/h 匀速行驶工况下,一款车型静谧性较好;对于 60km/h 匀速工况,各车型彼此差距较小。

评价显示,有害物质项目均表现不佳。提前达标 5 种零部件的有 3 款车型,提前达标 4 种和 6 种的各有 1 款,未提前达标的零部件主要有气门嘴、蓄电池、中央电器控制单元、发动机 ECU、爆震传感器等。

此外,综合油耗项目拉开成绩差距,得分率最高达 86%,其他分别以 79%、77%、74% 的得分率紧随其后,在油耗项目中得分较低的得分率仅为 50%。

尾气排放项目表现相对优异。这 5 款车型尾气排放得分率均在 83% 以上,得分率最高达 98.3%。这说明 5 家车企均已跳过过渡阶段的国六(a),提前布局,以国六(b)为标准进行产品研发制造。

下一步,管理中心将继续采取自愿性和抽查并行的评价模式,开展新能源汽车评价规程研究,营造绿色消费的健康氛围。

车来了挤吗?
上海公交推出车厢舒适度智能预报系统

本报讯 预报公交车到站时间已不是新鲜事,但是你见过可以预报车厢拥挤程度的系统吗?近日,上海公交推出“车厢舒适度智能预报系统”,乘客可以通过公交站牌上的标识,了解下一趟公交车的拥挤程度。

不少细心的乘客发现公交车站牌上,上海 99 路公交车的预报信息增加了“卡通小人”的标识。“卡通小人”的数量代表着车厢的舒适度,1-3 个“卡通小人”分别对应“舒适、适中、拥挤”的程度。上海市民陶女士说:“舒适度预报给乘客更多选择权,如果发现下一班车很拥挤,我可以选乘别的线路或者交通工具。”

参加该系统研发的上海理工大学团队表示,他们与相关企业从 2017 年开始研究公视频智能分析系统,采用了视频特征分析技术、空间密度分析技术以及大规模视频图像实时处理分析,目前系统可以支持上万辆车辆视频信息的实时分析。

上海理工大学教授陈庆奎说:“这一系统为大城市的公交资源管理提供了一定的技术基础,以后还将为对接轨道交通系统提供技术支持。”

上海巴士一公司营运信息部主管葛佳介绍,每辆车出站 30 秒后,由多个车载探头实时拍摄车内画面,后台可以计算出乘客密度,也就是拥挤程度。新技术既可及时引导客流,也为调度员调整发车频次、优化平衡车距提供数据依据。

目前,该系统已率先在 99 路试点,并在多条线路上进行后台测试。未来,上海将根据试用情况不断调整、优化系统显示和预报精准率,并逐步推广到各条线路中。

王辰阳

科技赋能 教育生态日趋美好

▶ 本报记者 张伟报道

“教育的本质就是一棵树摇动另一棵树,一朵云推动另一朵云,一个灵魂召唤另一个灵魂。”德国哲学家雅思贝尔斯所说的这一段话,一直是教育界诸多人士努力奋斗的目标。在日前结束的 GET2019 教育科技大会上,与会人士表示,随着移动互联网及智能设备普及、5G 等新技术的发展,教育插上了科技的翅膀,“教学相长,学以致用”的和谐生态正在形成。

在线教育风生水起

在线教育一直是近几年的热门话题,根据艾瑞咨询数据显示,2019 年上半年,中国在线教育市场实现营收 1300 亿元,2019 年全年在线教育市场规模预计达 3133.6 亿元,同比增长 24.5%。用户对在线教育的接受度不断提升,在线付费意识逐渐养成以及线上学习体验和效果的提升,成为在线教育市场规模持续增长的主要原因。

“截至 2019 年 11 月 23 日,这个数字增长到了 98.95 亿次,非常惊人。这些数据采样范围可能有限,但却在一定程度上代表在线教育行业的发展趋势。”保利威总裁白剑对于近年在线教育的发展深有感受,并向记者分享了 3 组数据。首先是直播场次,2017 年每个机构每年大概开展 195 场的直播,这个数据 2018 年为 235 场,2019 年截至到 11 月 24 日为 354 场;其次是直播时长,平均时长从 2016 年的 60 分钟,增长到 2019 年的 108 分钟;最后是下沉市场,2016 年三四线城市观看直播的总人数为 20.19 亿次。

技术的飞速进步是在线教育发展的重要推动,5G、AI、大数据等技术的发展给在线教育的带来了无限可能性。“从今年新客户的增长情况以及中大型客户的视频活跃度来说,我认为今年形势并不悲观,反而看到了因为 5G 等新技术正在推动第三波在线教育浪潮的到来。”白剑认为,新技术虽是在在线教育发展的重要推手,但如何落地为教育机构所使用,成为一道难题。诸如 5G、AI、语音识别等技术对于教育场景的真正落地,依然有着大量研发工作需要去对接和完成。

另外,随着 80、90 后父母教育理念的革新,家长对孩子的教育诉求逐渐向低龄、个性化和素质教育延伸,启蒙英语的赛道也愈发成熟和火热。据《中国英语启蒙市场用户行为调查报告》数据显示,近九成家长认为启蒙阶段学英语对孩子很有帮助,每年愿意支出 2000 元以上购买课程。

赛道的火热,更考验每个身在其中的品牌“硬实力”。叽里呱啦联合创始人兼 CEO 谢尚毅向记者坦诚,“我们认为有效的在线英语启蒙内容需要具备几个原则:自然的语境、真实的场景、多维的媒介,还有主动学习。”

谢尚毅分析说,“真人+教育 IP”还原语言场景,AI 赋能英语启蒙将会是未来的一大趋势。一方面,通过真人老师的拍摄,构建和还原真实的生活语言环境,能让孩子在每一个看到、听到、学到和说出的英语内容都具有生活中的实用性和场景性。另一方面,教育 IP 是最能吸引孩



子注意力的一环,以服务教学目的为出发点设计的动画 IP 形象,会吸引儿童自发性地学习英语。

AI 落地教育

与会人士表示,当前的教育行业,正处在一个三浪叠加的发展节点之上。标准化和规模化推动的线下扩张是教育机构的第一个浪潮,新东方、好未来等大型教育机构随之崛起;而第二个浪潮则是教育机构的互联网化和线上扩张,这种模式之下,在线教育领域走出了很多独角兽;随着人工智能、大数据、5G 等新技术的逐渐成熟,教育行业又迎来了第三个浪潮,在不久的将来,整个行业的生态会随着科学技术的不断应用而发生巨大变化。

“政策趋严提高了机构的生存门槛,互联网时代模式创新快速趋同,教育行业竞争非常残酷。当别人用弓箭时,AI 就像一把枪,飞速地收购和占领市场。”悉之教育 CEO 孙一乔认为,在教育行业的第三个浪潮里,一位 AI 虚拟老师可以实现产生内容、真理解知识、理解学生,然后进行交互、推理和决策,这是第三代 AI 的范式。

“从 AI 的角度该如何破局?我认为,技术应该做的是在减负、放大产能、招生、授课、课前课后、续班等一系列环节将效率提升 10 倍。AI 赋能口号叫了几年,为什么没有很好地改变这个行业?我认为技术成熟是需要周期的,其实 AI 技术在近两年就达到了非常好的拐点,已经可以非常深刻地赋能教育行业。”孙一乔表示。

技术潮流引领新娱乐价值传递新常态

本报讯 (记者 张伟) 如何探索通过人机协作——即“机器和算法”与“人工审核和推荐”相结合,来更好地营造资讯生态,驱动好的创作者生产更多好内容;同时更深入地与用户互动,向年轻人靠拢?日前,在“腾讯 ConTech 论坛·娱乐新生态”论坛上,娱乐、影视行业从业者齐聚一堂,共同探讨娱乐产业内容新生态的发展变化。

“2019 年,娱乐行业进入了‘新常态’,‘破圈’和‘扩圈’正在成为行业新风向。因此,探索娱乐内容的新调性和新的叙事方式迫在眉睫。”腾讯新闻运营总经理黄晨霞指出。

人民日报数字传播有限公司董事长、总经理徐涛指出,信息科技不断冲击着每个人获得信息资讯的方式,社会传播结构正在发生变化,每个人获取信息的方式也在发生变化,“新闻资讯要考虑如何寓教于乐,娱乐内容也要考虑如何传递价值资讯。”

拍摄过《黎明之前》《老酒馆》等现实主义题材热播剧的导演刘江直言,自己在过去几年时常感到困惑,因为行业生态发生了变化,大数据、粉丝需求取代了创作需求,影视作品成为流水线上的商品。但从刘江自身的从业经历来看,现实主义创作必须“来自于生活,来自于时代,反映生活的本质,时代的本质、人性的本质”,并且“传递真善美的价值观”。他呼吁观众与创作者们一起“关注创意

的价值,拒绝廉价的套路”。

彩条屋 CEO 易巧回忆道,自己 5 年前创立彩条屋时没有一个人愿意加入,大家都觉得动画“弱智、不赚钱”。但今年夏天,《哪吒之魔童降世》却以 49.7 亿的票房横扫暑期档,吸引了 1.4 亿动画观众,口碑与票房齐飞。易巧称,“国漫崛起”的关键就是创作者坚持从自己的内心出发,以及在创作上回归现实,让“虚拟 IP”成为“现实生产力”。

贡献了《我和我的祖国》《捉妖记》《芳华》《中国女排》等经典电影营销案例的伯乐营销创始人张文伯感慨,伴随着视频网站、社交媒体、短视频等新媒体平台的崛起,渠道分发方式升级换代,影视营销从业者面临巨大挑战。但这恰是促使影视营销从“套路”向“内容为王”的观念转变、“革自己的命”的契机。

会上发布的《2019 腾讯新闻·新娱乐生态内容报告》显示,53.02% 的腾讯新闻用户会关注、搜索、阅读、消费娱乐内容。截至 2019 年 9 月 30 日,腾讯新闻上图文类娱乐内容的阅读量达到 218 亿,视频更是达到 941 亿。

对此,Sir 电影合伙人、首席营销官赵峥指出,生活中讲“消费升级”,而在内容上,现在是用户的“审美升级”推动着内容生产者的“创作升级”,人机互动模式能够“帮助内容生产者找到更好、更精准地看优质内容的流量,为内容生产者提供了工具和能量”。

湖北省首支
水果类价格电商指数发布

本报讯 (记者 张伟) 近日,中国经济信息社与湖北省秭归县委、县政府合作编制的新华·宜昌秭归脐橙电商价格指数在北京发布。该指数是新华·宜昌秭归脐橙系列价格指数中的首支指数,将对脐橙线上零售市场价格波动规律进行客观分析与科学研判,反映脐橙产业市场供求变化,为政府监测、科学种植、贸易决策提供参考。

中国经济信息社党委会常委、副总裁曹文忠表示,指数是大数据应用的核心成果,通过采集、提炼市场数据,能够准确感知市场温度,再配合有效渠道传播后,将逐渐形成具有公信力的价值基准。新华·宜昌秭归脐橙电商价格指数将发挥秭归脐橙电商销售价格“晴雨表”、秭归脐橙品牌价值“扬声器”以及秭归农业产业化“制高点”作用。

“新华·宜昌秭归脐橙电商价格指数的编制发布将是推进乡村振兴、实施‘互联网+’现代农业行动、培育特色农产品品牌、发展农业农村数字经济创新举措,必将在推动农业绿色、数字两个转型上发挥示范标杆作用,倒逼脐橙生产、包装、运输等产业链各环节标准化效应逐步显现。”农业农村部信息中心主任王小兵说。

“新华·宜昌秭归脐橙系列价格指数项目,主动对标国家乡村振兴战略,将有力提升秭归脐橙的品牌知名度和影响力,推动秭归脐橙产业进一步提档升级,迈向产业发展的中高端。”湖北省农业农村厅二级巡视员欧阳书文说,该指数是湖北省首支水果类价格指数,更是全国柑橘类首支价格指数,这必将成为湖北省数字经济与实体农业深度融合的经典范例,对于推动湖北现代农业高质量发展意义重大。

在秭归县委书记卢辉看来:“秭归以指数为抓手,全面整合产业数据信息,在行业内树立以‘秭归标准’为基础的产品生产标杆、质量标准,实现脐橙种植标准化、生态化、优质化,进而推动脐橙产业由中低端走向中高端,进一步做大做强‘秭归脐橙’区域公共品牌,助力宜昌秭归脐橙产业高质量发展。”