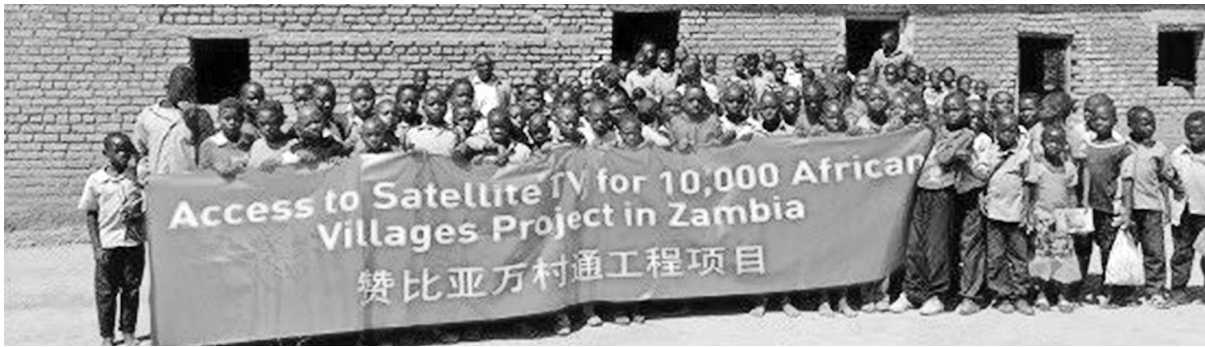


超80%村落完成设备安装调试 17个国家顺利完成项目验收

中国援非卫星电视 万村通民心通

■ 本报记者 刘禹松



12月17日,《中国贸易报》记者从四达时代集团获悉,由该公司在非洲负责实施的“万村通”工程目前已有超过80%村落完成设备安装调试,乌干达、赞比亚、加纳、卢旺达、布隆迪、中非、刚果(布)、刚果(金)、几内亚比绍、尼日利亚、乍得、马拉维、喀麦隆、肯尼亚、马达加斯加、贝宁、加蓬等17个国家顺利完成项目验收。

“万村通”项目是落实习近平主席在2015年中非合作论坛约翰内斯堡峰会上对非洲援助承诺的具体成果。该项目计划为撒哈拉沙漠以南的23个非洲国家的10112个村落安装、接通卫星电视信号。该项目的实施对造福非洲国家国计民生、促进中非之间实现“设施联通”“贸易畅通”和“民心相通”、推动新时代中非关系长远发展具有重大而深远的意义。

感谢中国！

“你们还来吗？到哪儿了？我在村口等你们。”

乌姆毕村的校长瓦姆安迪拉一大早就站在离学校最近的小山坡上等待着。尽管几乎每隔30分钟就会打一个电话,但他还是觉得不放心。

赞比亚是“万村通”项目第一批受援国家之一,500个村庄将因此受益,乌姆毕村便是其中之一。乌姆毕村远离城市,即使从最近的城镇出发,开车也要行使100多公里。沿途不但要经过布满沼泽湿地的草原,还要穿过土地严重沙漠化的丛林,因此,这段看似不长的道路要耗费五六个小时才能到达。

看到四达时代的安装团队进了村,瓦姆安迪拉从半山坡快步向车队走去,任凭巨大的汗珠沿着额头滚落也来不及擦拭。

瓦姆安迪拉今年56岁,已经在这个村子的学校工作了30多年。由于地处偏远,手机需要到村子附近的山坡上才能接收到微

弱的信号。因为交通非常不便,他一个月才能去一趟城里,来回往往需要三天。但即便如此,这样的条件在村里也已经是最好的。瓦姆安迪拉也因此成为村里和外界信息交流的唯一媒介。

当得知中国政府要援助给自己所在的学校一套卫星电视设备时,瓦姆安迪拉简直不敢相信自己的耳朵,直到经过反复确认后才肯最终相信。“没有哪个国家像中国政府这样,对非洲这么友善、慷慨。过去如此,今天仍是如此。中国企业给我们带来电视节目、信息、知识,扩宽我们的视野,使我们有机会了解外面的世界,使我们的人生多了一种可能。”瓦姆安迪拉说。

据他介绍,当很多村民得知学校要安装电视和投影仪后,都主动把辍学已久的孩子重新送了回来。因此,当所有设备安装调试完毕,老师手持一根木棍敲打着用废旧轮胎改造成的“上课铃”时,孩子们便自觉地涌进教室,好奇地看着那些从未见过的投影设备,像发现珍宝一样小心翼翼地尝试用手在镜头前移动,观赏着手心里的成像。

就在四达时代的安装人员即将离开学校准备前往下个村庄时,一个小男孩跟着老师走了过来,像是有话要说,却又羞涩地笑而不语。“孩子们想让你们回去一趟”。几经犹豫,最终,老师替这名羞涩的孩子开了口。看到安装

队员们点头答应,小男孩好像得到了解脱,飞一般地向后奔去。

教室里,安装队员们才一进门,孩子们便齐刷刷地站起来。响亮的童声瞬间填满整间教室:“感谢中国!感谢TopStar(四达时代旗下品牌)!”任凭安装队员们怎样示意,孩子们就一直这样冲他们笑着,没有一个人坐下……

电视来了,鞋匠的生意好了

与赞比亚乌姆毕村学校的学生相比,今年快要50岁的肯尼亚鞋匠麦克恩戈无疑是更加幸运的。

2018年,“万村通”项目来到肯尼亚,麦克恩戈所在的乌锡鲁村被选为受援助村落,而他本人更有幸成为项目的直接受益者。

“以前,我家没有电视信号,孩子们想看电视,就只能去邻居家。自从四达时代帮我安装了数字电视,无论是中国还是肯尼亚的节目,我都能收到。为此,我们很开心,也很感激。”麦克恩戈还说,一家人最喜欢来自中国的电视节目,功夫片和卡通片更是孩子们的最爱。

如今,忙完了一天的工作,瘫坐在自家沙发里,悠闲地欣赏电视节目已成为麦克恩戈每天最为惬意的事情。尽管只有一台很多年前的老旧电视,但对他来说,这已是最大的享受。然而,电视为他带来的改变却并不止于此。“以前,孩子们会觉得修鞋的工作很无聊。但现在,大女儿会时常来

到我的工作台前,好奇地看我在做什么。有一次,她看到我做鞋样的纸片,也要用剪刀剪出来一个蝴蝶。她说这是自己在电视里学到的。”

随着收到的节目越来越多,麦克恩戈家里的电视也吸引了周围的不少邻居和好友前来观看。这也意外地带火了他的生意。

“家里来的人多了,卖出的鞋子和送来修的鞋子也多了。不少人还主动帮我宣传,一传十、十传百,我的生意越来越好。原来,一个月卖出的鞋子只有五双,现在足足翻了一倍呢。”麦克恩戈说,“未来,我希望通过电视,多学一些和疾病有关的知识。学会一些预防和护理常识。这样就能更好地保护自己和家人。”

非洲小学有了中文课

同样也是在肯尼亚,作为当地一所非常有名的公立学校,Milimani小学从幼儿园到8年级共有学生3261名。因为是“万村通”项目的受援助学校,所以这里也有一套由中国援助的太阳能投影设备,那是一年前由四达时代肯尼亚公司为孩子们带来的。如今,这套设备平时被静静地锁在一个铁皮盒子中。每天,只有经过允许,才会有专门的学生进行播放。

这套被严密保护的设备位于学校一个可以容纳上百名学生的公共教室里。在校舍十分紧张的

非洲农村地区,这样的教室十分罕见。当初负责来学校安装设备的四达时代员工耿建勋至今记得孩子们飞奔向自己的场景。“学校里都是土地,数不清的孩子就这么齐刷刷地跑来,可以说尘土飞扬,但这也见证了他们的热情和渴望。”

“真的非常感谢中国。”Milimani小学校长马丁毫不掩饰对“万村通”项目的肯定。“投影仪和免费的电视节目帮助我们实现了教育的数字化,也让我们接触到世界上其他国家知识与文化,让孩子们视野变得更加宽广。”

尽管Milimani小学目前有教师69名,但面对3200多名学生却依然只能满足日常学科的教学需要。“万村通”项目覆盖学校后,来自中国的设备对弥补学校师资不足发挥了重要作用。

“学校因为举办音乐节,所以要让孩子们学习舞蹈,但一直苦于没有老师。如今,有了这套设备,孩子们就可以通过电视,学习到包括中国舞、印度舞在内的很多舞蹈形式。”马丁校长说。

电视也让孩子们的文化课学习发生了变化。Milimani小学老师丹马拉拉就表示,视听手段让学习更加形象化,学习的过程不再枯燥,学到的知识也更多。“电视更像一种激励手段。孩子们对它都非常感兴趣。因为很多孩子家里没有电视机,所以他们就非常急切地期盼能来学校看到电视节目。”丹马拉拉说。

此外,丹马拉拉还介绍说,自从有了投影仪和免费的电视节目,孩子们就开始对中文和中国特别感兴趣。他们很喜欢为远道而来的客人展示从电视里学来的“花拳绣腿”。对一切有关中国的问题都极为好奇。为此,学校专门开设了中文课。“孩子们很高兴能学习到一门新的语言,在中文课上,我们会教授中国的文化和发展情况等内容。”丹马拉拉说。

年轻商业不只是年轻人的商业

■ 本报记者 张海粟

面临数字化时代带来的价值重构,众多企业或品牌开始陷入增长的困境,互联网技术则以其非凡的影响力,结构性地改变了品牌成本、投入和回报之间的联系。构建于新消费之上的年轻商业正在社会生活中发挥越来越重要的角色。如何看待年轻商业,传统商业是否拥有更多可能性?由哈佛商业评论主办的价值增长·长期增长大会特别推出了“年轻商业与新增长”版块给出答案。

“年轻商业”就是互联网时代和数字化基因对于消费常态进行改变而产生的新型商业模式。随着95后、00后成为消费新主力,年轻商业自以前所未有的规模和速度席卷当代社会。“年轻人关注‘悦己’,兴趣爱好、价值观多元化,注重同好社交,并热爱创造。”腾讯视频商业化总经理王莹指出,不同于70后、80后被自身社会定位所定义,新生代的需求更注重自我满足。

以近几年火热的IP重制为例,王莹讲述了年轻商业的几大特点。

首先是年轻用户对于审美水平和需求达到空前高度。王莹提示,品牌要找到稳定的“人设”,让用户产生类似人和人之间的喜爱。“人设不仅要特征鲜明更要具备稳定性。”以脉动饮料为例,按照品牌特色,在视频播放的固定时刻进行穿插,让用户形成固定印象甚至会对广告的穿插时间产生预判和期待。她还提醒品牌要特别注意“人设”的稳定性,前后形象不一致会导致用户一头雾水并且对品牌的好感度下降。

其次是“热爱”。从最近被点名的影视剧“会员超前付费点播模式”可见,年轻用户甚至可以为热爱进行二次付费。王莹提到,今年播出的现象级热门剧集《陈情令》就吸引了一批忠实年轻用户,从影视OST的开发、后续的国风演唱会等系列活动,都产生了巨大的经济效益。此外,剧集的火爆也助力赞助商品品牌实现爆

光效果与销量的双重增长,IP影响力不断升级,“粉丝经济”得到充分体现。

“其中也可以看出当代年轻用户的孤独感。品牌要想成功获取年轻消费群体,要尝试和年轻人做朋友,创造陪伴感。”王莹指出,从同好社交可以看出,年轻人对于社交圈子进行有意识的规范和缩小,品牌在进行商业表达时需要与年轻用户进行平等对话,不要存在上帝视角。

对于年轻商业来说,王莹认为,品牌和企业的持续增长需要满足两个条件。一个是满足用户需求。“年轻商业的一切产品设计、渠道设计和品牌打造都是基于年轻用户的需求,凡是能够尊重年轻用户并打动他们的品牌都具有长期增长的潜力。”二是“借势”而为。数字化科技的发展、数字化平台的建立给企业做产品、做渠道提供了新的方式。用户需要所见即所得,看到KOL推荐的东西可以立马下单,认为好的内容可以马上转发。“年轻商业是内容和社交、电商、智能零售的结合,用户有较强的参与感,不仅可以观看还可以表达。”

一个企业或品牌持续增长的来源就是它的价值增长。“传统的价值增长,要有长远的规划和投入以及对回报的合理预期。但是,进入数字化时代,随着中国国内市场经济竞争日趋激烈以及新商业模式出现,价值增长的方式迫切需要重新定义。”《哈佛商业评论》中文版新媒体中心总经理麻震敏这样说道。年轻商业的酷、有趣、不一样,可能逐渐从边缘地带进入中心地区。对于传统品牌来说,进入年轻人的话语体系,将带来商业价值的增长。如果传统的企业或品牌不改变自己的增长模式,尝试新的商业表达,灵活看待市场环境的变化和竞争,就可能在愈发多元化、白热化的竞争环境中走向淘汰。年轻商业其实不只是“年轻人的商业”。



岁末年终,位于安徽省长丰县双凤工业园的合肥荣事达水工业设备有限责任公司迎来海外订单高峰,工人们开足马力赶制产品。

中新社发 许庆勇 摄

新技术助零售业实现个性化精准服务

■ 本报记者 周东洋

“过去两三年,智慧零售、无界零售的时代变革激流席卷了整个中国零售业。行业为此做出转变,线下线上融合发展正在加快。”广州餐道联合创始人李娜日前在WIM2019零售新消费创新论坛上表示,零售业未来将依靠新技术为局部业务创新提能增效,助力企业绩效合一。

当前,我国网络零售市场规模快速扩大。2011年至2018年,全国网上零售额平均增速达到41.8%,截至2018年网上零售总额已突破9万亿元。除传统线上购物渠道外,社交电商、网络电商、网红电商等新业态、新模式也得到快速发展。人工智能、人脸识别等信息技术的大量应用则推动了线下零售行业智能化水平不断提升。目前,移动支付在我国已经基本普及,零售+餐饮、零售+文创等新模式不断涌现。

“依托大数据与云计算等互联网技术的支持,新的零售模式可以比传统零售业更为精准地识别用户需求、实现个性化服务。”和君商业

零售研究中心主任丁昀表示,这为消费者带来更好的消费体验和更多的参与感,提高了企业效率。商务部流通业发展司副司长王建平也认为,零售行业需以消费者需求升级为中心,运用技术创新加快发展,优化服务供给。

以苏宁易购的无人店4.0为例,这家无人店不但同步支持单人单账户、多人单账户支付,而且利用AI人脸识别技术,在消费者出店时实现闸机自动开合及扣款。如此,消费者便可享受到“即拿即走”的购物体验。人工智能超高的准确率也确保从供应链到商品管理再到完整零售的长线链条有效运行。

与会专家表示,未来人工智能将成为零售业的主流技术,并将在很大程度上提高零售商的效率。IDC发布的《智能互联网赋能零售新时代》白皮书显示,2016年之后,零售行业经历了一次“体验式零售”的数字化转型。如今的新零售是顺应时代发展的高度个性化、数字化的产品与服务新生产模式,它

以数据为核心驱动力,以新兴技术作为实现手段。

迈外迪CEO张程表示,在此背景下,零售行业的发展存在以下趋势:首先,消费升级所带来的红利正在消退,为了扩大整个消费市场,很多品牌开始布局渠道下沉。其次,随着线上流量的垄断以及竞争的激烈,线下流量入口重新被重视和重塑。最后,随着消费者的品牌偏好、消费习惯逐渐养成,消费群体开始分级,行业龙头加速整合。

对此,物美集团创始人张文中表示,零售企业要全面实现线上线下一体化,在数字化的大背景下,传统零售和电商最终要融合在一起。而这种融合,并非只是线上下单、送货上门,或者线上下单、到店提货,需要运用互联网、大数据和人工智能等新技术,对过去的商铺和供应链等进行优化甚至重构,实现线上线下用统一的App,线上和线下的商品价格和服务完全相同,线上线下共用一条供应链、共用一个前端的商铺资源。

内地和香港再次成为全球第一IPO市场

本报讯 12月17日,安永发布《穿越迷雾,中国内地和香港再次成为全球第一IPO市场》报告,分析总结2019年全球及大中华区IPO活动并展望明年市场前景。受贸易摩擦、市场担忧情绪及其他地缘政治因素影响,今年全球IPO预计达1115宗,同比下降19%;筹资额下降4%,预计为1980亿美元。

该报告显示,科技行业在2019年全球IPO数量和筹资额方面继续占据主导地位。由于下半年大型IPO的有力推动,香港联合交易所IPO数量和筹资额在2019年双冠全球。科创板的成功运行则推动上海证券交易所位列全球IPO数量的第三位和筹资额的第四位。全球前十大IPO中,中国内地和香港市场共占三席,分别是阿里巴巴、百威亚太和中国邮政储蓄银行。

据了解,今年,共有21家海外企业在港上市,筹资49亿港元,筹资额较去年有所增长。东南亚国家企业仍是海外赴港上市的主力,其中新加坡企业占据13席,零售和消费品以及建筑和基础设施并列海外赴港上市的第一大行业。

安永大中华区上市服务主管合伙人何兆烽表示:“第四季度沙特阿美和阿里巴巴这两宗全球最大IPO改善了2019年相对低迷的IPO市场情况。在即将到来的2020年,尽管我们预计地缘政治不确定性及贸易紧张等某些影响IPO市场表现的因素将逐渐减退,市场仍将持续波动,拟上市企业需尽早做好准备,以把握住预计在2020年上半年出现的市场先机。”

(张莉)

海南发布营商环境类制度创新案例

本报讯 12月22日,海南省委深改办(自贸办)召开中国(海南)自由贸易试验区制度创新案例(第六批)新闻发布会,发布了优化营商环境11项制度创新案例。

海南省委新闻发言人、省委副秘书长、省委深改办(自贸办)常务副主任孙大海表示,这11项营商环境类制度创新案例,均按照“首创性、已实施、效果好、可复制”原则,从57项候选案例中优选出来。

这11项营商环境制度创新案例包括:发行首单国有土地承包资产支持证券;创新不同品种保税油品同船混装运输监管模式;搭建会计师事务所准入和会计师引进“直通车道”;创设“立、审、执”一体化涉外商事法庭;与平台企业信息共享,实现税收征管“一次不跑、一步到位、一站办结”;创新“不征不转”等土地利用制度保障建设项目快速落地;创建临床急需国内未上市进口药品监管模式;创新会计审计专业服务政府采购管理模式;推行更广泛容缺办税;实施琼港澳游艇自由行;率先建立帆船运动旅游管理专项制度。

(尹海明)