

重庆消费品以旧换新补贴拉动销售超200亿元

记者从重庆市商务委获悉,自8月下旬以来,重庆商务领域消费品以旧换新补贴政策已申报补贴24.17亿元,直接拉动汽车、家电、家居销售200.3亿元。

重庆市商务委副主任彭和良表示,自8月底重庆加力实施各项补贴政策以来,当地消费市场被快速点燃。第三方监测显示,重庆9至10月汽车月均交易量38947台,环比增长14.9%,其中新能源汽车月均销售22937台,环比增长18%;全市9至10月家电销量月均环比增长130.0%,重点监测的重百商社电器、苏宁易购、京东电器销售额分别环比增长85.4%、75.5%、179.3%。

截至11月18日,重庆汽车报废更新、置换更新直接拉动销售52.09亿元、109.16

亿元,拉动比分别为1:5.2、1:15.9,家电以旧换新拉动销售37.56亿元,拉动比为1:5.4。

据统计,截至11月18日,重庆享受汽车报废更新补贴政策5.25万人,享受汽车置换更新补贴政策5.83万人;申领家电以旧换新补贴资格113.07万人次,享受家电以旧换新补贴的交易81.92万笔,汽车、家电以旧换新补贴金额分别达到16.92亿元、6.99亿元,补贴参与人数、受众人数、补贴标准及补贴金额均处于历史高位。预估政策执行完之后,重庆享受政策人数将超过100万。

为进一步提高政策实施绩效,重庆市商务委对汽车置换更新、家电以旧换新、电

动自行车以旧换新补贴政策有关标准、执行时间、实施范围等内容进行了优化升级。

具体来看,提高汽车置换更新政策补贴标准。对售旧换购新能源乘用车新车的消费者,由原来按裸车价的6%最低不低于3000元、不高于1.2万元的标准提高至按裸车价的7%四舍五入取整十且不低于3000元、不高于1.9万元的标准予以补贴;对售旧换购燃油乘用车新车的消费者,由原来按裸车价的5%最低不低于2000元、不高于1万元的标准提高至按裸车价的6%四舍五入取整十且不低于2000元、不高于1.6万元的标准予以补贴。对已按原标准兑付的按新标准补齐差额,对审核通过还未兑付的以及新申报审核通过的按新

标准予以补贴。

扩大绿色智能家电以旧换新补贴品类。在现有11大类涉补家电品类基础上,将净饮机、空气净化器、微波炉(含嵌入式)、电饭煲、消毒柜(含嵌入式)等5类家电的一、二级能效或水效产品新增纳入补贴范围,家电补贴品类扩充至16大类,补贴标准保持不变。同时,京东、天猫、苏宁易购、重百电器、美的智慧家、海尔智家云店、重百璞康、海信爱家等8家线上企业也全部参与实施政策,消费者可通过线上线下享受换新补贴,渠道基本做到了全覆盖。

此外,重庆还优化调整电动自行车以旧换新补贴政策。

据中国新闻网

连开数“炮” 钟睺睺化身“钟怼怼”

“像我这种人,本身就应该承担比别人更多的委屈。”11月20日,农夫山泉董事长钟睺睺公开发声,回应市场关注,包括网络直播、做绿瓶水、被网暴、农业发展等市场关切的热点问题。但“直言”却引发了网友热议。如此大面积“开火”,钟睺睺怎么了?

”

点名“要道歉”,有没有道理?

钟睺睺先是强调了网络舆论的文明价值,呼吁媒体公正力量共同捍卫这一价值。

钟睺睺自嘲称,自己是“互联网小白”,在互联网文明面前感到自己是个需要被矫正的冲突对象。同时,他认为,抖音、今日头条作为一个以营利为目的的企业和一个有足够力量掌控舆论的平台企业,需要承担一个企业的文明准则和规则。

随后,钟睺睺表示,“谣言的传播者与制造者同罪”是一项法律意义上的文明,任何一项在营利平台上发布的谣言,平台都应该承担法律责任,这就好像一个制造企业,生产假货和销售假货一样同罪。

“我希望借今天的场合,喊话互联网的大佬,张一鸣先生,你是今日头条、抖音的实际控制人,同时你的企业是营利性和有力量的企业,有足够力量掌控舆论的平台企业,也请你承担起文明整治的责任。”钟睺睺还呼吁,算法应该公开,让所有使用者评价其意义。

隔着屏幕都能感受到,钟睺睺的愤怒和不满溢于言表。而对着张一鸣个人如此密集的输出,说明了一件事:钟睺睺真的怒了,甚至是急了,不再端着架子,直接亲自下场。

对“算法”早有意见,忍不下去了

2024年2月,娃哈哈创始人宗庆后去世。之后网络舆论开始冲向农夫山泉及钟睺睺,让他深受困扰。

当时,网上流传的一张截图显示,疑似钟睺睺在朋友圈发文吐槽:“竞争对手手段阴而狠,农夫山泉不是命硬,早就被弄死了!”接着,他历数此前“屠龙”“砒霜门”等事件,并将此番遭遇归结为“竞争黑手轮番上阵”。

为回击“网暴”,8月10日,钟睺睺在央视财经《对话》栏目中公开回应了市场关心的“首富”“网暴”“流量”“慢”“卷”和继承人等诸多问题。

当时,虽然钟睺睺还在反思自身,但他对于流量和算法已表露出不满。“比网络水军更恶的是掌握水军的算法。”他说。

听话听音,虽然钟睺睺没有直接点名张一鸣,但火药味已经很浓,不过钟睺睺还是忍住了。

如今回头再看,钟睺睺当时“含沙射影”地表态似乎已意有所指,最后他没等到自己



钟睺睺

想要的结果。从《对话》到现在,3个多月过去,围绕他的“负面舆情”并没有消散。可能也是在这段时间,钟睺睺对网络流量有了新的认知,不打算再忍,开始了全面“炮轰”。

但是,化身“钟怼怼”的首富,似乎在某种程度上开启了对其他企业家的“网暴”。

化身“钟怼怼”
一竿子打翻一群企业家

在此前一天的交流会上,钟睺睺谈到了电商的价格体系对中国产业的影响。

他认为,电商平台持续的价格战会导致种种恶果。“价格体系的下降与互联网平台有关,尤其是拼多多这样的价格体系,对中国品牌对中国的产业是一种巨大伤害”。另一位“中国首富”黄铮也“中枪”了。

钟睺睺也没有放过直播带货的企业家们。新东方俞敏洪、小米雷军、格力董明珠、360周鸿祎……钟睺睺一竿子打倒了一大片。

钟睺睺已经不管得罪多少企业家,但对在网上“网暴”他的网友,反而显得很宽容。“那些天天在骂钟睺睺的人,他不是一个利益获得者,他是一个受害者,他跟钟睺睺是一样的。他因为不了解情况,他有仇恨,他以为资本家赚了他们的钱。其实我们现在要的是营商环境,要尊重企业家。”他说。

其实,钟睺睺火起这么大的原因不难理解。过去几年,钟睺睺之所以稳坐首富宝座,主要得益于旗下两家上市公司——农夫山泉和万泰生物,尤其是农夫山泉。

但是,进入2024年之后,农夫山泉的业绩增长放缓,股价承压。2024年上半年财报显示,农夫山泉包装饮用水业务营收85.31亿元,同比下滑18.3%,收入占比由去年同期的51%下滑至38.5%。

这是农夫山泉包装饮用水板块首次占比跌至40%以下,而且下滑幅度很大。所以,不论是为了个人还是品牌,首富“开撕”,似乎不可避免。

相关

周鸿祎回应企业家“搞流量”:
不是不务正业,是企业家精神实践

11月21日,在2024年世界互联网大会乌镇峰会企业家论坛上,360集团创始人周鸿祎回应了企业家“搞流量”的话题,“昨天也有企业家批评直播带货,搞流量不是不务正业,我觉得‘搞流量’是企业家精神一种实践,企业家应该用行动为企业发展寻找新的突破口”。

“于私心来说,我争取流量是为企业代言,要为企业推广企业自己的理念和产品,实际上用户在哪里,企业家就应该在哪里。”周鸿祎说。

“目前我们应该看到一个不得不承认的现实,中国有11亿网民都是短视频用户,短视频已经成为国民应用,短视频直播把人的大脑格式化掉了,每天去刷短视频。传统媒体的影响力在下降,今天企业如果做市场做公关,还需要跟用户沟通,你再开一个传统的发布会,写一些传统的稿子,根本就没有人知道,所以企业必须调整 and 用户的沟通方式。对绝大多数企业来说,任何商业模式都需要获客。”周鸿祎表示。

“企业家究竟该不该直播?”周鸿祎发表了自己的看法,“企业带货应该给自己的产品、企业的理念去做推广。企业家在今天也应该不能不说话,也应该履行一些社会责任,把流量转成正能量。”

据北京商报、中国经营网等

11月LPR报价
维持不变

11月20日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率(LPR)公告,其中,1年期LPR为3.1%,5年期以上LPR为3.6%,维持上期报价不变。考虑到10月LPR两个品种报价均大幅下降25个基点,相关政策效应尚在释放,市场对于本月LPR报价不变早有预期。

10月份,多项经济指标有所好转,个人住房贷款规模企稳,一揽子增量政策效果初步显现,短期开展降息的必要性有所下降。市场机构普遍认为,当前已进入政策效果观察期,10月LPR报价大幅下降将持续引导企业和居民融资成本下行,推动房地产市场止跌回稳。

央行行长潘功胜在多个场合表示,将坚持支持性的货币政策立场。受访专家一致认为,明年逆周期调控强度会继续加大,降准降息仍有空间,进而使得LPR报价仍有下调可能。东方金诚首席宏观分析师王青表示,2025年央行货币政策将保持较高灵活性,相机抉择,降息降准都有空间,LPR报价也将跟进下降。

据证券时报

比特币
首次突破95000美元

11月21日,比特币价格持续上涨,并一度站上95000美元/枚的历史高位。此后有所回落,截至发稿,价格为94874美元/枚,上涨3.32%。

与比特币持续上涨不同的是,11月21日,多数加密货币出现下跌。截至发稿,以太坊(ETH)下跌1.16%,狗狗币(DOGE)下跌2.11%。

此外,SUI币下跌8.14%,价格为3.4653美元/枚;SOL币下跌0.76%,价格为230.99美元/枚;BNB币价格为590.71美元/枚,下跌2.64%。

加密货币被视为“特朗普交易”的一部分。特朗普曾在竞选期间表达了对比特币和加密货币的青睐,认为它们的创新精神和自主性符合美国的核心价值观,并计划以政策形式支持加密货币发展,使美国在全球比特币和区块链技术上占据领先地位。

据中国基金报

