

云龙发放惠农惠民补贴 191万元

株洲日报记者 李逸峰
通讯员/熊银 汤婷

株洲日报讯 近日,云龙示范区龙头铺街道三搭桥社区低保户汤罗春收到一家两口2月份低保金600元,1月份价格补贴46元,十分开心。据悉,云龙示范区这两项补贴共惠及571户困难家庭,发放总金额达243392元。连日来,该区财政部门在做好疫情防控和企业复工复产的同时,集中力量、统筹安排,优先保障基本民生支出,顺利完成首批惠农惠民补贴资金发放工作,共发放惠农惠民补贴16项,累计发放补贴资金191.28万元,惠及4717人。

茶陵首批42名 集中隔离人员解除隔离

株洲日报记者 陈洲平
通讯员/刘玉桂

株洲日报讯 3月3日上午,茶陵县紫荆花集中隔离点传来好消息,首批42名集中隔离人员顺利解除隔离。当天,隔离点工作人员按被隔离人员的详细住址,分三批次安排专车送他们回家。临行前,医护人员给他们进行了健康指导,叮嘱其继续做好居家隔离,加强自我防护。“非常感谢紫荆花隔离点工作人员,他们辛苦为我们服务,维护我们的健康。回去后,我会响应政府号召,居家隔离。”解除隔离人员谭周平表示。

捐赠10万元助醴陵抗“疫”

株洲日报记者 张洁
通讯员/丁时伟

株洲日报讯 3月2日,醴陵市举行“众志成城、共抗疫情”爱心捐赠仪式,醴陵三三一爱尔眼科医院向该市慈善会捐赠10万元,用于支持当前新冠肺炎疫情防控工作。“作为本地企业,我们想尽绵薄之力,奉献我们的爱心,春天已然到来,我们希望在一一线防疫的医护人员早日回家……”在当天的捐赠仪式上,醴陵爱尔

眼科医院执行总经理陈开宇说,此次专门通过湖南爱眼公益基金会定向捐赠10万元给醴陵,就是为了实现发展在醴陵,理应回报这座城市的初心。1月30日,醴陵市慈善会、醴陵市红十字会联合发布《呼吁社会各界参与支持疫情防控的倡议书》,号召社会各界伸援手、献爱心,风雨同舟,共抗疫情。截至目前,该市慈善会共募集捐款195.26万元,醴陵市委疫情防控指挥部将统一安排捐款,用于抗疫。

株洲日报讯 3月3日,在醴陵市2020年“产业项目建设年”第一次集中开工活动中,醴陵经开区恒茂鲲鹏计算机产业配套基地、华联瓷瓷总部两个重点项目同时开工建设。近段时间以来,醴陵经开区坚持疫情防控和复工复产两手抓,在“早”字上做文章,在“服务”上下功夫,多措并举实现经济稳定运行。项目建设来势看好,恒茂鲲鹏计算机产业配套基地项目,拟投资3亿元,主要着力于鲲鹏服务器配套上游产业及其它周边配套产品的研发与制造,致力于打造自

主可控的电子产业园,推动醴陵产业转型升级和经济结构优化。华联瓷瓷总部项目是华联瓷瓷转型升级和创新发展的重大项目,总投资2.68亿元。今年,醴陵经开区共安排项目86个,其中湖南省重点项目1个,株洲市重点项目26个,醴陵市重点项目72个,计划一季度复工和新开工项目53个。企业复工热火朝天。在株洲时代金属制造有限公司生产车间内,工人们正在赶制西门子和中兴通讯的订单。公司2月10日复工以来,共接到订单1000余万元。华联瓷瓷复工1个多月来,订单达700万美元,外贸发货突破10万件。旗滨玻璃5条生产线全部复工,日产玻璃3100吨。湖南旗滨节能玻璃有限公

醴陵经开区坚持“两手抓”,抓出成效 32个项目开工 规上企业全复工

株洲日报记者 李逸峰
通讯员/张斌

司深加工玻璃生产线,本月初已试生产。园区电商企业实行在家线上办公,代表企业华联瓷瓷前两个月销售收入增幅达25.5%。企业早一天复工,就能在市场中抢得先机。醴陵经开区成立企业复工人员排查复核工作组,全面掌握复工人员的身体状况和生活轨迹,共摸排11000余人,无一人遗漏,无一家企业因摸排出现用工障碍。80名园区干部进驻企业,担任防疫联络员,为企业复工复产做好保障服务。截至目前,该园区共向企业发放消毒液3吨、口罩14万个、测温枪100支。截至目前,已有32个项目开工,园区300多家企业复工率达99.5%以上,规模以上企业全部复工。

文明战“疫”我先行



志愿者向群众免费发放公筷。屈政亮 摄

株洲日报记者 李逸峰
通讯员/胡小庆 彭丽娜

高超市等地,9支青年志愿者分队免费发放公筷1200余双、爱心口罩200余个,向群众宣传防疫知识,倡导养成使用公筷公勺的健康文明生活习惯。据了解,新冠疫情发生后,醴陵市新时代文明实践中心累计发动志愿服务组织730个,开展志愿服务活动6780场次,参与志愿者达64016人次,捐赠口罩122020个,捐款501427元,捐赠物资金额达811213元。

龙下灌区给贫困户赠送口罩

株洲日报记者 陈洲平
通讯员/周文

株洲日报讯 “大哥在家吗,我给你送口罩来了。”3月3日下午,茶陵县龙下灌区管理局驻湖口镇浣溪村帮扶工作队队长陈林旭来到建档立卡贫困户陈长寿家中走访时说。今年50多岁的陈长寿,因妻子患病,家境不好。2018年,驻村帮扶工作队不仅为陈长寿

石峰区流动摊贩持证上岗

株洲日报记者 刘毅
通讯员/颜淑婷

株洲日报讯 “有了这张证,我可以安心摆摊了。”3月4日,石峰区先锋农贸市场,菜农冯华正在售卖自己栽种的蔬菜,他言语中充满感激。目前,石峰区已有50名菜农获得了“自产自销菜农证”,不再与城管“躲猫猫”。自产自销菜农的蔬菜新鲜,价格低廉,深受居民喜爱,但由于无序摆摊设点,影响市容环境卫生。尤其是在当前特殊时期,临担游走在街头不利于疫情防控。而这些菜农,大多数为老年人,劝导困难,且摆摊多为补贴家用。石峰区城管大队与辖区各农贸市场沟通,了

解临担区域设置情况,寻找一条便民惠民、疏堵结合的路子,出台了《石峰区临担管理方案》。“通过实地查看菜地等形式,区分菜农和菜贩子。自产自销菜农进入农贸市场临担区域和便民疏导点经营时,须持有《石峰区自产自销菜农证》,有效期为3个月。”该大队相关负责人说,有效期内若城管队员发现其有占道经营等违规行为,依法登记保存违规物品,并在菜农证上“违规行为”处划勾,超过10次违规则取消当季度摆摊资格。加大巡查力度。该大队每周组织开展大型专项整治行动,依法取缔并严格处罚占道经营行为,实现“零游商”的目标。目前,这种菜农证还在继续发放,此举将推动流动摊贩管理模式从“重复驱赶”向“引导经营”方向转变。

时事聚焦

责任编辑/美术编辑:刘珠昱 校对:马晴春

买菜靠配送、看病靠在线问诊、上课靠网络直播、健身也远程……疫情影响下,大家自觉“宅在家”,带火了一批“宅经济”业态。“宅经济”是疫情影响下的昙花一现,还是有更大增长空间?

1. 火爆的“宅经济”

虽然宅在家,生活依然要继续,由此催生了新的消费需求。近期,不少互联网应用平台业务规模大增,下载量、用户使用时长和用户活跃度等数据都明显提升。

——**生鲜配送**。蔬菜食品是刚需,巨大的需求推动下,线上生鲜平台迎来爆发。28岁的张永明是叮咚买菜上海的一名送菜员,以前他一天最多也就送100单,但近一个月来,他已经送了4000多单。数据显示,大多数生鲜平台的订单都爆发式增长。京东到家的粮油副食品、肉品销售额同比去年春节增长7倍,每日生鲜交易额同比去年春节增长约4倍,苏宁到家业务规模同比增长4倍……



生鲜配送

——**在线医疗**。2月以来,卫健委多次发文指出,充分发挥互联网医院、互联网诊疗的独特优势,鼓励在线开展部分常见病和慢性病的复诊和药品配送服务。易观数据显示,疫情以来,30余家互联网医疗平台或企业针对疫情开展线上义诊及健康防护科普,跨区域调动医生超10万名。“疫情期间,平安好医生App累计访问人次达11.1亿,新注册用户量增长10倍,新增用户日均问诊量是平时的9倍。”平安好医生董事长兼CEO王涛说。



在线医疗

——**在线教育**。学校延迟开学,学生全民开启在线学习模式。多家在线教育培训机构及线下培训机构纷纷推出免费在线课程,有数据显示,近期教育行业App日均用户规模达到1.27亿人。在家上课直接拉动了相关电子产品销售。据苏宁易购数据显示,近期学习所需的电脑、平板、打印机等销量快速增长,其中打印机增长同比超200%。



在线教育

——**直播健身**。疫情期间,健身房闭店,不少健身机构将业务从线下移到了线上,通过直播带领会员在家健身。一兆韦德、威尔士等健身房纷纷开启线上直播教学课程,在线健身平台Keep运动直播累计参与人数超过5000万,超级猩猩的抖音平台高峰期19万人在线观看,乐刻在快手平台的专题播放页面播放量超千万。直播健身直接带动了一些运动器材的热销。网红主播李琦在直播卖瑜伽垫时,从说开始到1.5万个瑜伽垫售罄,只用了30几秒。



直播健身

居家防疫带火「宅经济」,前景如何?



漫画:火爆“宅经济” 新华社发 王鹏

2. 需求刺激、行业自救催生“宅经济”火爆

这些“宅经济”业态并非什么新鲜事物,业内人士认为,疫情期间“宅经济”的快速增长,一类受益于巨大的市场需求,比如生鲜电商、在线医疗,还有一类属于相关行业的自救叠加需求,比如在线教育、直播健身等。此前,围绕生鲜电商的话题多是烧钱、亏损甚至倒闭,此次疫情让生鲜电商脱颖而出,巨大的需求刺激销售暴涨。一些平台数据显示,不仅销售额大涨,客单价也有了显著上涨。叮咚买菜数据显示,近期每日新增用户4万多人,客单价增加约70%。

火爆行情下,买菜成了“抢菜”,多个平台需要预约配送名额,有的甚至需要在零点预约。不少用户吐槽,“买菜要拼手速,犹豫一下就约不上了,即使约上了,也不一定按按时收到。”同样被需求刺激暴涨的还有在线问诊。对疾病的担忧,去医院的风险,疫情带来的多重焦虑让很多人选择了新的途径——网上问诊。易观数据显示,春节以来,互联网医疗在线问诊领域独立App日活最高峰接近700万人。而在线教育、直播健身的火爆,却并非完全是由需求刺激的。疫情期间,线下培训班全部停课,借由延

迟开学,多家教育培训机构以“停课不停学”的名义迅速推出了免费课程。有业内人士告诉记者,其实这也属于行业自救。“线下停课令很多培训机构承受巨大损失,学员流失是其需要面对的最大危机。在线教育一直以来获客成本较高,此次的免费课让各机构都得到了海量用户。”

同样,由于绝大多数健身房的收入都来自线下,疫情期间门店无法开业,不少健身机构面临危机。与快手、抖音等短视频平台合作录短视频、开展训练营直播业务,推出“一对一”直播教学……多家健身机构通过形式多样的“云健身”来“求生”,而“宅够了”的公众也有健身需求。数据显示,在不到一个月内,健身机构乐刻推出的健身视频全网播放量达20亿。上海财经大学高等研究院院长田国强认为,疫情打乱了众多以线下经营为主的企业的阵脚,迎合“宅”需求,线下企业主动加速了线上化。疫情还扩大了“宅经济”受众人群。互联网评论家丁道师表示,原本“90后”“00后”是在宅文化中成长起来的,他们是“宅经济”主体,而这次疫情让更多年龄层也成为用户。

3. 疫情过后 “宅经济”前景如何?

疫情过后,这些行业的火爆还会持续吗?业内人士认为,随着生活、工作逐步恢复调整,一些“宅经济”业态难免会有所降温,但此次疫情促使数字技术进入大规模应用阶段,也进一步培育了线上消费习惯,相关行业需要进一步提供更为优质的服务,将疫情期间的流量变现,才能实现可持续发展。

“疫情客观上倒逼了电子商务发展,但疫情过去都会继续做大,但一些业态可能就没之前那么火爆了。比如在线教育,作为一种辅助技术是很好的补充,但替代不了面对面、因材施教的线下教学。”商务部研究院研究员梅新育说。

“线下机构的优势就是看得见的服务、体验,现在被迫转到线上,老师看不到学生的真实状态,效果大打折扣。”一名培训班老师说。

相比线下教育,在线教育虽然有时间空间上的优势,但劣势也比较明显,个性化、互动性差,对学生的自主学习力要求高,绝大多数家长依然会选择线下培训。“如果在线教育无法提供更好的学习体验,火爆很难持续。”一位接受采访的业内人士表示。对于健身行业来说,“云健身”是特殊时期健身房维系用户的权宜之计。疫情过后,多数的健身还是会回归线下。除了原来的会员之外,收获的流量有多少能变现?“疫情让人们对健康的重视程度明显提高,长期来看,公众对健身的需求呈上升趋势。”有从业者认为,无论哪种形式,优质的服务才能吸引用户。

多位业内人士表示,现在谈扭转生鲜电商行业局势还为时尚早。疫情期间,受制于严格的社区进出管理制度和避险心理,不少人转为线上购买,但由于供应链等瓶颈,电商平台缺货、增加运费、延时配送等问题让用户实际体验并不好。疫情过后,需求会自然回落。虽然培养了一些用户的消费习惯,但最终能留下多少还是未知数。“宅经济”本质上是互联网经济,这种服务经济形态适应了新崛起的年轻一代消费群体的消费习惯,即使疫情结束之后,“宅经济”会冷下来不少,但整体仍会持续发展。”田国强说。