

已在重庆部分商圈、社区、机关、医院、高校等场所落地 智能专柜进商圈 扶贫产品码上购

用手机扫描二维码后拉开柜门，拿出一瓶矿泉水和一小包小米锅巴，再关上柜门，手机立即自动支付费用。

1月2日下午，重庆市观音桥步行街一侧，市民杨小玲花了约1分钟时间，就从一台形似冰箱的柜子里买到自己需要的商品。“在这里买东西，不仅非常方便，还能为扶贫做贡献。”杨小玲说。

记者了解到，这种售货柜叫消费扶贫智能专柜，已在重庆部分商圈、社区、机关、医院、高校等场所落地。它把贫困地区的农特产品直接带到市民身边，为社会各界参与消费扶贫提供了更便捷的渠道。

智能专柜渐受市民欢迎

观音桥商圈是投放消费扶贫智能专柜的地方之一，有30多台。其中，在观音桥苏宁易购广场不远处就有6台。

专柜里主要有饮用水、饮料、零食，还有一些水果，其中约一半是扶贫产品。这些扶贫产品中，既有重庆本地的，也有市外的，如城口九重山矿泉水、新疆阿克苏苹果、湖北小米锅巴等。

当天，不时有人来这里扫码买东西。到下午5时许，专柜里有些商品已所剩

无几。这时，重庆众果科技有限公司（简称众果科技，重庆消费扶贫智能专柜项目运营方之一）员工赵川等二人进行了补货。

“我们通过手机在后台看到有些商品快卖完了，就及时赶来补货。”赵川告诉记者，水、饮料和零食比较好卖，当天已经给近60台专柜补了货。

重庆中科锐星科技发展有限公司（简称中科锐星）是重庆消费扶贫智能专柜项目4家实施主体及项目平台方之一，负责全市部分消费扶贫智能专柜的投放，并为项目提供平台支持。该公司常务副总经理刘辉介绍，目前公司已在江北区、江津区、永川区等区县的商圈、社区、机关、医院和高校等地投放了500多台消费扶贫智能专柜，“经过半年多时间的探索，效果已初步显现。”

中科锐星的平台数据显示，前述观音桥商圈的6台专柜，每天合计销售额都在1200元以上。

严格把关挑选扶贫产品

随着消费扶贫智能专柜购物的消费者越来越多，中科锐星和众果科技打算逐步在专柜里增加一些扶贫产品品

种。“比如，随着春节临近，年货走俏，公司打算往专柜里上一些腊肉等年货。”众果科技运营总监陈辉透露。

就在前不久，众果科技运营主管徐倩和同事们前往城口、巫山等区县，考察了城口老腊肉、巫山清露茶叶等扶贫产品。期间，一行人对产品品质、企业生产资质及产品是否属于扶贫产品等进行了详细了解。

“每一款扶贫产品，我们都要严格考察，只有经过政府部门认定且无质量问题的扶贫产品，才能在消费扶贫智能专柜售卖。”徐倩说。

在每一次考察前，众果科技相关负责人会到位于江北区北滨路渔人湾码头的中国西部消费扶贫中心调查哪些扶贫产品好卖。同时，中科锐星也会根据平台数据，向众果科技推荐一些比较好卖的扶贫产品。

来自中科锐星的平台数据显示，目前投放的消费扶贫智能专柜有两大类扶贫产品，基本覆盖了全市各区县具有代表性的扶贫产品。其中，标准化扶贫产品有：城口矿泉水和牛肉系列、云阳菊花、酉阳琥珀茶油、石柱土蜂蜜、武陵碗碗羊肉、奉节香菇酱等；非标准化的产品有：

云阳木耳、石柱辣椒、渝东北地区的土豆、潼南榨菜、合川枇杷、黔江和秀山猕猴桃等。

已有超20个区县投放专柜

消费扶贫是打赢脱贫攻坚战、巩固脱贫成果的重要手段。2020年，重庆创新消费扶贫模式，在中西部地区率先试点消费扶贫智能专柜项目。

2020年5月下旬，消费扶贫智能专柜在九龙坡区杨家坪步行街第一次亮相。

截至2020年12月，重庆已签约采购超过1万台消费扶贫智能专柜。目前，全市已有超过20个区县投放了消费扶贫智能专柜。“消费扶贫智能专柜具有点多面广、智能化、24小时营业、体积小、投放灵活、购物简便快捷等优点，几乎可在各种场所投放。”刘辉认为，基于此，消费扶贫智能专柜可让扶贫产品与消费者实现零距离对接，打通消费扶贫“最后一公里”，帮助贫困户增收。同时，通过推广消费扶贫智能专柜，有利于构建网络化消费扶贫，引导和动员更多人参与消费扶贫。

据重庆日报

多地推动住房租赁市场 健康发展

北京、上海等地近日发布住房租赁新政。北京市2021年计划向市场供应集租房5000套左右；上海市要求进一步整顿规范本市住房租赁市场秩序。

分析人士表示，租赁市场成为政策关注重点，长租公寓行业监管将加强，租售并举是趋势。

增加供给

2020年12月29日，北京市住建委副主任张国伟指出，加快集租房建设供应。进一步加大集租房建设力度，按照毗邻功能区和产业园区、毗邻交通枢纽、毗邻新城的选址原则，鼓励功能混合，促进职住平衡、产城融合。同时，加快推进竣工交付，明年计划向市场供应集租房5000套左右，重点解决新市民等群体过渡性居住需求。政府搭建房源供需平台，实现供地信息与开发建设、用房单位有序对接，鼓励信誉好、实力强的企业参与建设并持有运营。继续推进一批存量低效商业、办公、厂房等建筑改造为租赁型职工集体宿舍，多种方式多渠道稳定租赁市场。

“十四五”期间，北京将有效增加保障性住房供给，完善住房保障体系。共有产权房住房供给也将有效增加。北京市将优化共有产权房住房项目选址，在新城区域交通方便、配套设施完善地区优先供应，按需配置共有产权房住房地块、布局和供应时序，带动中心城区人口向新城转移。修订完善共有产权房住房宜居建设导则，拟按照建筑层数执行差别化面积标准，有效增加居住空间，倡导多居室精细化套型设计，增加图书馆、健身房等公共空间，进一步提升居住品质。

北京市住建委强调，北京市将推进住房租赁条例地方立法，强化长租房管理，强化联合监管和信用监管，规范租赁市场秩序，维护租赁各方合法权益，使住房租赁回归服务属性。同日，上海市政府常务会议指出，进一步整顿规范本市住房租赁市场秩序，并指出良好的住房租赁市场秩序是房地产市场平稳健康发展的重要内容和基础。

加强监管

2020年长租公寓遭遇寒冬。据贝壳研究院不完全统计，2020年以来超

40家长租公寓企业陷入经营纠纷或资金链断裂。“部分城市的二房东租赁模式频频出事。”中原地产首席分析师张大伟指出，“长租公寓企业在北京、上海等城市市场份额已经超过20%。如果计算二房东这种模式的交易，60%的租房房源很难见到房东。租赁市场特别是长租公寓需要加大监管力度。”贝壳研究院认为，疫情对租赁市场的冲击是长租公寓企业经营困难的一大原因，但深层次原因主要有三方面：首先，以包租为主的商业模式单一、灵活性差，抵抗市场波动能力不足；其次，包租模式融资困难，企业倾向于使用长期预收款，容易陷入租金贷扩张的陷阱；第三，行业进入门槛低，行业鱼龙混杂。

租售并举

张大伟说，租赁市场成为政策关注重点，要解决好大城市住房问题，租售并举依然是趋势，各地会继续大力发展租赁住房。

对于长租房行业发展趋势，贝壳研究院指出，租赁机构化、专业化运营是发展趋势，核心原因是帮助业主提供专业的管理服务，为租客提供规范的租后服务。机构化运营的模式分为包租和托管两种方式，托管方式可能更加适应当下国情。托管模式既能帮助业主打理房屋，又不会背负过高的改造成本。

对于未来租赁市场的发展，贝壳研究院建议，要坚持机构化租赁的方向不动摇，逐步解决行业融资难题，加强对企业合规化经营的监管。长租企业需不断迭代商业模式，平衡“轻”和“重”的关系，注重自身的专业运营能力建设。

业内人士建议，大力发展租房市场，促进租购同权，降低租赁住房税费，多渠道增加租赁性住房土地供应，规范发展长租公寓，将租金水平纳入调控；高度重视保障性租赁住房建设，完善住房兜底保障。

据中国证券报

瞄准“三个转变”着力“四个突破”实现“五个目标” 四川省农业保险 高质量发展工作推进会召开

□本报记者 赵媛

为深入贯彻党中央国务院及四川省委省政府关于推动农业保险高质量发展的决策部署，近期，四川省财政厅会同省发展改革委、省农业农村厅、省地方金融监管局、省林草局、四川银保监局等有关单位组织召开全省农业保险高质量发展工作推进会，研究部署当前和今后一段时间内农业保险工作。此次会议是四川省农业保险工作自启动以来规模最大、覆盖面最广的一次会议。

会议深刻阐释了推动四川农业保险高质量发展的重大意义，并提出了服务现代农业发展、促进乡村振兴、保障农民收益为目标，同心协力扎实推进农业保险高质量发展的“三四五”工作思路：

瞄准“三个转变”。转变观念，发挥财政资金杠杆作用和保险市场化机制功能，促使政府救灾由“行政决策”向“市场契约”“保险理赔”转变；提升防灾减灾能力和乡村治理水平；转变方式，加强组织领导，由保险商业行为向地方政府统筹推进转变；转变效能，提升保险服务质效，实现农业保险工作由粗放发展向精细高效转变。

着力“四个突破”。为产业发展提供支撑上有突破。以财政部首次将四川纳入中央财政对地方优势特色产业保险以奖代补试点省份为契机，加大地方优势特色产业保险推动力度，在助推产业发展上实现突破；在考核评价机制上有突破。对标全省目

标任务，建立健全针对地方工作推进力度和保险机构服务能力的考核评价机制；在金融保险协同联动上有突破。推广“保险+融资担保+信贷”“保险+期货”和“订单农业+保险+期货（权）”等金融工具联动经验；在信息共享上有突破。加强主管部门行业数据、保险机构业务数据及财政部门补贴数据的信息共享，畅通信息沟通渠道。

实现“五个目标”。实现多方协同机制更加健全的目标。分级建立以财政部门牵头，发展改革、农业农村、地方金融监管、林草、银保监等部门共同参与的农业保险工作协同机制，强化推进落实、提升工作效能；实现主粮保险保障水平大幅提升的目标。对标到2022年实现稻谷、小麦、玉米3大主粮作物农业保险覆盖率达到70%以上的目标，制定分年实施计划，制定配套措施，确保全省目标任务圆满完成；实现农业保险深度和密度稳步提高的目标。加快推进农业保险“扩面、增量、提质”工作，确保实现到2022年农业保险深度和密度较2019年提高50%以上的目标；实现提升财政资金使用效率的目标。加强财政补贴资金管理，将“花钱必问效、无效必问责”的绩效管理要求贯穿农业保险保费补贴全过程，不断提高财政资金使用效率；实现农业保险可持续发展更有保障的目标。健全农业保险政策体系，规范农业保险市场行为，筑牢农业保险防护堤。

广安利华化学有限公司3000吨精细化工农药中间体及配套设施建设项目环境影响评价第二次公示
广安利华化学有限公司3000吨精细化工农药中间体及配套设施建设项目环境影响评价第二次公示（登报公示第二次）
征求意见稿网络链接：http://www.guang-an.gov.cn:8888/preview/view/Manuscript_View/Manuscript.action?index=1608629250180&actionParam=FF7495D194C3270128FB01C8862C5F0B3D11677948014EA6E6
查阅报告书的方式和途径：公众可通过网站或电话等方式向建设单位索取环评征求意见稿。
征求意见稿的公众范围：受本项目直接影响和间接影响的单位或个人以及关注项目建设的单位和个人。
公众提出意见的方式和途径：任何单位和个人可通过网络调查、信函、电话、电子邮件等任何一种方式将意见和建议反映给建设单位。
联系人：王先生 联系电话：18064880750 环评单位联系人：夏工 联系电话：18010612598 邮箱：1354073197@qq.com
广安利华化学有限公司
2021年1月5日



制种稻田冬不闲 种菜卖出好价钱

通讯员 杨政权 摄

“公司充分利用今冬闲置制种稻田发动群众种植红菜苔13亩，目前已创收4.5万元，种植西兰花800亩，预计可创收400余万元，带动当地村民就近就业3100人次，累计发放务工补贴24.8万元……”2020年12月30日，在贵州省岑巩县注溪镇周坪村制种核心区种植基地，看着绿油油长势喜人的制种制种稻田，贵州榕丰农业科技有限公司负责人陈龙开心地地说。

岑巩县作为贵州唯一的杂交水稻种植基地县，2020年，全县杂交水稻制种3.2万亩，生产种子775万公斤，产值1.17亿元，带动9个乡镇1.02万农户稳定增收。同时，该县为了综合利用好冬季闲置制种稻田，采取“公司+基地+农户”的经营模式，由公司根据制种基地因地制宜发展蔬菜、油菜、草莓等果蔬品种，采取当地市场价格的方式，由公司统一收购定向销往广州、深圳等沿海发达大中城市，最大限度增加农民收入。2020年，该县利用冬季闲置稻田发展蔬菜15764亩，预计产值可达7145万元；种植草莓50亩，预计产值可达213万元；种植油菜65500亩，预计产值可达3930万元。

赋能商业转型，更有效链接运营方、商户、消费者—— 商场机器人带来购物新体验

智能服务机器人走进商场，以不断升级的交互能力和数据能力，一方面赋能商户，让其具有更强的消费服务能力，另一方面给消费者提供了更智能更多样的购物体验，进而更有效链接运营方、商户、消费者。

最近，北京一所全新的购物中心大兴大悦春风里购物中心开业。在这里，消费者不仅可以看到高科技高颜值的机器人“迎宾团”，还可以品尝到机器人“大师”现场制作的手冲咖啡……随着智能时代的到来，线下商场正通过人工智能、大数据、人脸识别等新技术不断升级自己的全新面貌，重塑其在新零售和新商业中举足轻重的地位。

商场亟需精细化运营

2020年，突如其来的新冠肺炎疫情让餐饮、影业、商场等线下实体经济陷入困境。商场被誉为实体经济重要的晴雨表，疫情对人们的线下消费影响究竟有多大？商场的客流在一天之中经历了怎样的变化？从什么时候开始线下消费出现回温？分析这些问题，商场可以更好地读懂消费者的消费习惯，从而对经营和管理做出相应调整。

疫情中，智能机器人当大显身手。以猎豹移动商场机器人大屏网络为例，覆盖全国32座城市、近千家商场，超过7000名机器人组建的大型网络，在疫情期间交出了一份商场“大数据热力图”。从这张图上不仅可以看出现下商场运营情况，更能体现线下实体经济现状，从而为商场经营者提供了难能可贵的智力支持。

不仅如此，这些机器人还能代替人工为顾客提供24小时无接触服务，譬如招揽客流、与顾客互动咨询、推荐商品和商户等，甚至能影响顾客的购物和消费

决策，它的人脸识别、语音交互、客流统计等技术还能积累大量的商场数据，帮助商场进行科学管理和决策。

专家认为，随着线上和线下的边界日益模糊，商场所扮演的角色也更加复杂，从一定程度上说，商场需要融合商业地产和零售的逻辑，承担起重构人、货、场和服务的任务。因此，商场需要加速数字化转型，才能更好地服务消费者，提升自己的经营管理水平。

商场并非没有努力，从最初的自建电商系统、零售O2O，到后来官方公众号、小程序，再到最新的商场直播带货，一直在积极适应消费者的变化，但是效果并不理想。

专家认为，在消费者行为瞬息万变的今天，商场更加迫切需要精细化运营。未来，各大商场一决高下的根本就是用户对用户的精细化运营管理。而这种精细化需要新技术的赋能，通过将人工智能、大数据、人脸识别等新技术渗透到商业零售领域，有效链接运营方、商户、消费者之间的关系，将客流转化为会员，多渠道收集会员数据信息，建立数据库，策划互动性强、即时、应景、个性、情感且给用户带来惊喜的场景式智能化营销活动，提升核心客户的复购率，从而实现整体收益的提升。

机器人赋能商业转型

壹方城是深圳地标性商业综合体，在这里，猎豹移动商场机器人扮演着导购、问询、广告载体等多重角色，成为商场营销的得力助手。

对消费者而言，机器人可以提供找优惠、找新品、找店铺位置等功能，还可以承担商场的部分服务，如咨询、客服、停车等。随着主题消费、粉丝经

济、种草经济等消费群体的出现，可投放多媒体内容的机器人的主动招揽、营销互动和收集反馈会激发消费者实现体验式消费，从而增强消费者与商家、商场的黏性。一位消费者表示，询问机器人避免了导购员过分推销的尴尬，也提升了沟通效率，为购物带来了不少便捷。

机器人的出现也为商场打开了全新的思路。对商场而言，消费者与机器人交互产生了很多其他媒介不容易数据化的信息。比如，通过分析消费者和机器人互动时的数据，可以分析出消费者关心什么品牌，是否有购买意愿等；商家可以推广优惠券、营销活动、店铺信息等多媒体营销素材自主上传到机器人上，让商场和顾客都更了解商家。此外，商场也愿意机器人承担一部分智能客服功能，并与商场人工客服形成配合，以较少成本的人为介入为消费者提供周到服务。西单大悦城某时装品牌的销售经理告诉记者，作为商家，最大的诉求就是怎样让自己的信息更有效地触达消费者，包括新品上线无法及时告知顾客、新店开业引流困难、商场优惠活动推广形式单一等。机器人的出现解决了商场线下场景流量与线上数字化平台割裂的问题，用商场线下客流有效反哺线上数字化平台，可以以更多样的手段引导消费者使用商场数字化平台。

专家认为，对商场而言，信息不对称或推广渠道单一，线上和线下的流量隔阂以及如何将商场流量效益最大化，是商场在数据化和智能化过程中亟待解决的问题。智能服务机器人之所以走进商场的视野，在于其不断升级的交互能力和数据能力。这种能力一方面赋能商户，让其具有更强的消费服务能力，另一方面也给消费者提供了更智能的购物体验，

进而更有效链接运营方、商户和消费者。

场内场外数据融合

除了商场内的数据外，机器人网络也可以生成集团化、矩阵化品牌连锁商场的跨场数据。“当机器人在场内密度足够，每个商场就变成了数据岛，岛与岛之间的数据如果互联互通，将会进一步为商场运营决策带来更“明智”的参考依据。比如商场所覆盖的3至5公里商圈范围内消费者的基本画像如何？全国范围的某商场消费者在商场中的高频服务是什么？”

目前很多集团化商场已在尝试跨场跨区域的数据打通。以龙湖集团的会员体系为例，其会员平台构建不但尝试不同项目打通，而且进行了不同物业打通，如与外部平台滴滴、支付宝等打通。此类信息数据打通，会让商场更了解驻场商家和核心消费者，一方面在运营商场和用户层面的决策更有针对性，另一方面也将场内场外数据进一步融合，提升数据价值。

借助商场机器人大数据，不仅可以追踪各城市商场客流佩戴口罩比率、零售业客流复苏数据，还可发布各城市商场品牌热度榜单等。譬如在北京新发地疫情期间，猎豹移动商场机器人大屏网络就实时发布了关于丰台区、海淀区、西城区商场运营数据；在端午小长假、七夕节期间，发布节假日全国和重点城市商场均客流、分时段客流、不同年龄段顾客占比、品牌热词等数据，在第一时间为商场、商家及政府和行业机构提供线下零售运营情况……这些场外数据不仅为商场和商家提供了其商圈覆盖范围内消费者的基本画像，更为政府管理和行业研究机构提供了客观的行业观察数据。

据经济日报