

桨板、皮划艇等小众运动走入大众视野,带动相关租赁、培训和商品销售升温

水上运动成暑期消费市场“新宠”

阅读提示

今年夏天,小众水上运动逐渐走入大众视野,不仅为水上运动爱好者带来了全新的体验,也带火了相关消费,水上运动用品销售、租赁、运动项目培训等业态呈现快速发展的良好态势。随着水上运动普及,产业潜力有望进一步释放。

本报记者 莫莽菲

入伏后,高温来袭,不少人开始探索夏季运动的新玩法,桨板、皮划艇、潜水和尾波冲浪等能够“清凉一夏”的水上运动,成为暑期消费市场上的“新宠”。

这些小众水上运动逐渐走入大众视野,不仅为消费者带来了全新的体验,同时也激活了产业链条,相关租赁、培训和商品销售市场正迸发出更多活力。

装备租赁热度飙升

入夏以来,亮马河成为北京市民夏日玩水的水上天堂。7月14日,正值周末,从亮马桥向西1公里,近百只五颜六色的桨板和皮划艇漂浮水面,热闹非凡。循着河上的欢声笑语望去,不少家长正带着孩子划桨戏水,众多青年男女约上好友同乘一条艇,共划一块板,享受着水上乐趣。还有一些水上运动爱好者,手持桨站立或跪坐在板上划行,亦有人悠闲地躺在板上,晒着“日光浴”……

河岸边,一众市民正围着租赁桨板和皮划艇的商家,咨询项目体验的费用。租赁商武德山告诉记者,每天从早上10点到晚上9点都有市民来租赁桨板和皮划艇。“暑假来游玩的人达到了高峰,周末每天至少有2000人,比去年更热闹。”由于租赁桨板和皮划艇的热度持续飙升,顾客有时还需要提前在线上与租赁商预订装备。

也有一些人选择自带划行装备游玩,北京市民俞女士便是其中之一。7月14日下午,俞女士用露营推车装满整套划行装备,和两名家长相约带着孩子前来游玩。“我们去年玩过一次桨板后就自己买了装备,包括桨板、桨和救生衣。孩子放假以后,每个周末都会来亮马河划桨板。”

桨板爱好者韩易自2019年以来一直在北京各大公共水域练习桨板,他向记者介绍,在北京护城河、昆玉河、八一湖等水域,与亮马河类似的景象同样在上演。

进阶培训课程火爆

相比桨板和皮划艇,更小众的潜水和尾波冲浪近来也被纳入暑期消费的“菜单”。北京、河南、云南等省市多家潜水馆负责人向记者表示,夏季来临后,来潜水的顾客数量明显增多,一些潜水馆客流较之前增长了一倍。

目前,市场上的潜水馆提供水肺潜水、自由潜水、美人鱼潜水等多种体验项目。在北京英东游泳馆,记者看到一家潜水俱乐部为顾客配备了潜水服、防寒服、水肺用具、脚

蹼、面镜、氧气罐等各式专业装备,方便顾客游玩体验。

潜水爱好者白芷告诉记者,自己在北京朝阳区体验过一次潜水,商家除了提供免费的潜水装备外,每个场次还会有教练看场指导,并提供专业的水下摄影服务。这让她在水中找到了许多乐趣,于是决定学习潜水。

多家潜水馆负责人表示,体验后再回来报名专业潜水课程的人越来越多。河南CVn-30潜水俱乐部负责人告诉记者,为了考潜水证报名该馆培训课程的人数已占其总接待量的40%。

在北京顺义奥林匹克水上公园和雁栖湖,不少人加入了另一项小众水上运动尾波冲浪的队伍,享受冲浪的速度与激情。这是一项通过造浪艇在船尾激起浪花,让冲浪者在人造浪上快速滑行的运动。

北京爱上水尾波冲浪俱乐部负责人高桐介绍说,7月以来,俱乐部迎来营业旺季,目前,周末的船期基本排满。

消费激发产业潜力

随着桨板、皮划艇、潜水和尾波冲浪等

小众水上运动受到青睐,人们对相关装备的消费也逐渐增加。

市民魏先生初次体验桨板运动后便购买了全套装备,“包括充气板、桨、救生衣和溯溪鞋,一共花费3000元左右”。市民何先生今年夏天对皮划艇萌生兴趣,也购买了最新装备。“皮划艇是2700元,这件救生衣500多元,桨大概是400元,一套买下来差不多要4000元。”何先生说。潜水爱好者曾先生自购了潜水服、潜水灯、呼吸调节器、潜水表、脚蹼等专业装备,开销已达四五万元。

记者从运动品牌迪卡侬了解到,进入夏季以后,桨板、皮划艇、泳衣、冲浪服等水上装备的咨询量和销量逐渐增多。在线上,迪卡侬天猫旗舰店内,专业潜水服和冲浪服的月销量超过3000套。

人们对水上运动的热情激发了水上运动产业的市场潜力。有关报告显示,目前,我国水上运动产业体系日益完善,水上运动用品制造、销售等业态呈现快速发展的良好态势。2022年,中国皮划艇市场规模达1.43亿元,充气站立式桨板市场规模达到3.84亿元,占全球充气站立式桨板市场的19.8%;冲浪板市场规模达到2.24亿元,约占全球冲浪板市场总规模的16.9%。

业内人士认为,目前,国内的水上户外产业仍处于成长期,相关的产业配套还不完善。随着水上运动逐渐大众化、普及化,水上运动的产业潜力有望进一步释放。



人防工程内觅清凉

7月18日,居民在山东省济南佛慧山避暑纳凉点内运动健身。

盛夏时节,济南市9处人防工程避暑纳凉点向公众免费开放,为前来消暑纳凉的居民提供休闲娱乐、读书看报、运动健身等服务。

新华社记者 朱峰 摄

专用设备数智化改造可享税收优惠

涉及节能节水、环境保护、安全生产领域

本报北京7月18日电(记者唐殊)记者从财政部获悉,财政部、国家税务总局联合发布公告,规定节能节水、环境保护和安全生产专用设备(以下简称专用设备)数字化、智能化改造可享受企业所得税优惠。企业在2024年1月1日至2027年12月31日期间发生的专用设备数字化、智能化改造投入,不超过该专用设备购置时原计税基础50%的部分,可按照10%比例抵免企业当年应纳税额。企业当年应纳税额不足抵免的,可以向以后年度结转,但结转年限最长不得超过5年。

据了解,专用设备数字化、智能化改造,是指企业利用信息技术和数字技术对专用设备进行技术改进和优化,从而提高设备的数字化和智能化水平。具体包括数据采集、数据传输和存储、数据分析、智能控制、数字安全与防护等方面。享受公告税收优惠的改造投入,是指企业对专用设备数字化、智能化改造过程中发生的并形成该专用设备固定资产价值的支出,但不包括按有关规定退还的增值税税款以及专用设备运输、安装和调试等费用。

此外,企业享受公告规定的税收优惠政策,应事先制定专用设备数字化、智能化改造方案,或取得经技术合同认定登记机构登记的技术开发合同或技术服务合同,相关资料留存备查。税务部门在政策执行过程中,不能准确判断是否属于专用设备数字化、智能化改造的,可提请地市级(含)以上工业和信息化部门会同科技部门等鉴定。

组建100亿元产业基金,推动产业集聚

广州黄埔抢滩低空经济产业风口

本报讯(记者赵思远 叶小钟)日前,广州市印发《广州低空经济发展实施方案》《全空间无人体系2024年工作计划》等文件,推动低空经济高质量发展。作为广州发展低空经济的先行区,黄埔区正强化顶层设计,推动产业集聚、完善基础设施,丰富应用场景,进而抢滩低空经济产业风口,全力打造世界级无人驾驶航空器产业集群。

据了解,黄埔区强化顶层设计,出台“低空经济10条”产业扶持政策,与广州产投合作组建100亿元低空产业基金,并规划建设5平方公里低空经济产业园。同时,加快产业集聚速度,聚集低空产业链企业50家,覆盖研发设计与原材料、制造与集成、应用与服务等环节。

在完善基础设施方面,黄埔区正全力构建4个大型起降枢纽、9个中型起降场站和N个小型起降点的“4+9+N”的低空起降点布局体系;启动“低空飞行基础设施新基建项目”,建设一批低空飞行基础设施,一个低空飞行管理指挥大厅、一个低空飞行器应用验证基地、一个低空管理服务平台;积极推动通讯导航、充电储能等新型专用基础设施规划布局建设。

此外,黄埔区持续丰富应用场景,按照先载物后载人的思路,稳步推进低空飞行应用。低空物流方面,推出首批10条高效物流低空航线,开通首条城市医疗集团低空配送快线;智慧城市方面,利用无人机进行工地巡查管理、水域环保保洁、应急管理等工作,并开展违建、农业用地现状摸查等方面巡查;观光旅游方面,完成环九龙湖广场、环迺下纳米小镇等5条旅游观光测试航线。

延长补偿期限,提高补偿资金规模

云南推动建立横向生态保护补偿机制

本报讯(记者赵黎浩)记者日前从云南省人民政府举行的新闻发布会上了解到,云南将健全完善生态保护补偿制度,生态保护补偿奖励政策覆盖范围将扩大到全省六大水系,同时建立珠江、珠江流域横向生态保护补偿机制,启动赤水河流域第二轮跨省横向生态保护补偿。

据了解,云南与贵州、四川两省建立了首个长江流域跨省横向生态保护补偿机制,2023年推动签订第二轮赤水河流域跨省横向生态保护补偿协议,进一步延长补偿期限、提高补偿资金规模。借鉴赤水河流域横向生态保护补偿经验,云南出台珠江流域横向生态保护补偿实施方案,建立了珠江流域省内全流程横向生态保护补偿机制。

云南省财政厅联合省生态环境厅、水利厅印发《云南省珠江流域省内跨州(市)横向生态保护补偿实施方案》,组织昆明、曲靖、玉溪、红河、文山5个州(市)政府签订补偿协议。2023年至2025年,省级财政和珠江流域5个州(市)政府每年按1:1比例筹资1亿元实施珠江流域省内跨州(市)横向生态保护补偿。此外,云南还建立省级奖补机制,支持横向生态保护补偿机制向全省拓展。为鼓励各州(市)在干流、重要支流、重点流域等建立横向生态补偿机制,省财政厅会同省生态环境厅修订省级环保专项资金管理办法,将跨州(市)横向生态保护补偿纳入资金支持范围。近年来,昆明、大理、文山等州(市)已在辖区内重点流域建立了横向生态保护补偿机制。



福州新区打造数字经济产业高地

在福建骏腾智能制造有限公司自动化钣金车间,工人们在自动化机床上制造新能源汽车电池包配件(7月17日摄)。

近年来,福州新区围绕“数字产业化、产业数字化”目标,深入推进数字经济创新发展,推动5G、人工智能大模型、大数据、云计算等新一代信息技术深度应用,通过人才引进、科技创新、强化金融服务和落实财税等惠企政策,加快打造东南沿海重要现代产业基地。

新华社记者 魏培全 摄

青海加大涉企乱收费整治力度

本报讯(记者邢生祥)近日,青海发布关于征集全省涉企乱收费问题线索的公告,面向社会各界征集涉企乱收费问题线索,加大对涉企乱收费的查处和整治力度。

征集线索范围包括,政府及下属单位未按规定向社会公示收费项目、收费标准;自立项目、自定标准收费;采取分解收费项目、增加收费频次、延长收费时限、扩大收费范围等方式变相提高收费标准;继续按已明令取消的收费项目或者停止执行的收费标准收费等。

交通运输领域,征集线索范围包括,相关部门违反国家政策法规,违规收取政府定价或政府指导价项目;擅自设立收费站点收费;未按规定明码标价和价格公示;对明令取消的收费项目继续收费;对内涵明确项目重复收费;不执行鲜活农产品“绿色通道”等减免优惠政策;高速公路救援等单位不按照规定标准收费;机场超标准收费等。

此外,政府部门行政审批中介违规增设行政审批前置条件并收费,行业协会商会强制企业入会并收取会费,供气供水行业不执行政府定价,继续收取明令取消的费用,收取不合理费用,商业银行、融资担保等金融机构继续收取明令禁止的收费项目等行为,也在线索征集之列。

2024年中国经济“半年报”解读——

服务业新动能加快成长壮大

本报讯(记者时澜娜)国家统计局7月15日发布的国民经济运行情况数据显示,上半年,服务业增加值同比增长4.6%。国家统计局服务业调查中心主任彭永涛解读表示,上半年,服务业持续恢复,发展内生动力继续增强,新动能新优势发展壮大。

不过,空调整量并未出现预期中的激增。据奥维云网统计数据,受多重因素影响,空调品类销量在“6·18”第三周同比出现下降。奥维云网大家电事业部副总经理裴东敏认为,空调整销量虽然到达旺季,但相比去年,今年南方多地降雨频频,高温天气未能大范围爆发,零售需求大打折扣。在行业库存充足和零售需求减弱的双重影响下,空调企业后续生产计划可能呈现季节性走低趋势。

上半年,服务业新动能加快成长壮大,现

代服务业增长较快,服务业新兴领域增势向好。信息传输、软件和信息技术服务业,租赁和商务服务业增加值同比分别增长11.9%和9.8%,合计拉动服务业增加值增长1.7个百分点,为引领产业向价值链高端延伸和加快形成新质生产力提供有力支撑。高技术服务业、科技服务业快速增长,持续赋能创新驱动发展。

同时,服务供给持续优化,进一步释放服务消费需求,消费新增长点不断培育壮大。上半年,服务消费较快增长,服务零售额同比增长7.5%,比同期商品零售增速高4.3个百

分点;全国居民人均服务性消费支出同比增长9.2%,占居民人均消费支出比重为45.6%,比上年同期提高1.1个百分点。文化旅游深度融合,优质文旅产品供给丰富,激发旅游消费新潜力。上半年,旅游游览和娱乐服务类电子商务交易额同比增长23.4%。

彭永涛表示,总的看,上半年服务业经济运行总体平稳。但也要看到,有效需求不足,企业经营压力较大等制约服务业经济持续回升向好的因素依然存在。下阶段,要加快构建优质高效的服务业新体系,进一步壮大发展动能,巩固和增强服务业经济回升向好基础。

销售旺季来临,商家低价跑量

存量时代空调市场竞争迎来换挡期

本报记者 李国

炎炎夏日,空调市场迎来一年当中的销售旺季,“6·18”年中大促叠加新一轮以旧换新补贴政策落地,使得空调市场竞争愈加激烈。

为了抢抓市场机遇,各大空调品牌竞相发力,通过优惠活动、精准营销等策略吸引消费者,并通过低价策略参与市场竞争。专家认为,在空调行业进入存量竞争时代的背景下,企业应在技术创新和价格策略之间找到平衡点,在技术研发、产品创新、品质提升等方面发力,提升智能化、绿色化水平,从而获得竞争优势。

各品牌低价跑量

“6·18”年中大促以来,空调市场竞争激烈。记者观察到,多个品牌的空调优惠力度较大,有的则直接下调了价格,低价跑量趋势

明显。小米、TCL等部分品牌的1.5匹新一级能效变频空调价格已降至2000元以下;通过以旧换新,美的大1.5匹新一级能效变频空调最高抵扣达605元,价格降至2199元,同时可叠加平台补贴优惠……

不过,空调整量并未出现预期中的激增。据奥维云网统计数据,受多重因素影响,空调品类销量在“6·18”第三周同比出现下降。奥维云网大家电事业部副总经理裴东敏认为,空调整销量虽然到达旺季,但相比去年,今年南方多地降雨频频,高温天气未能大范围爆发,零售需求大打折扣。在行业库存充足和零售需求减弱的双重影响下,空调企业后续生产计划可能呈现季节性走低趋势。

经营策略需重构

记者注意到,“只要天气热,空调不愁卖”和“只要价格低,空调就能卖”的商业逻辑正在发生改变。众多空调企业和商家所熟悉的

市场环境、竞争手段和商业逻辑、经营策略,正迎来一轮系统性重构。

据了解,小米空调采取线上线下相结合的全渠道布局策略,除了小米之家等线下体验店外,还积极与主流电商平台合作,实现了销售渠道的广泛覆盖。美的集团旗下的子品牌华凌瞄准年轻群体的购物习惯,通过线上销售覆盖更广泛的消费群体。

“现在用户选家电,考虑价格只是一方面,更多的是需要真正能给生活带来幸福感的产品,这才是家电真正的价值。”重庆海尔相关负责人在接受记者采访时说,低价从来不是公司的策略,为用户提供价值才是,每个品类都拥有一系列搭载颠覆性原创科技的产品,为用户提供全方位的极致体验。

存量竞争孕育新机会

“空调行业已进入存量竞争时代,但在

多变的行业环境下,仍有新的机会。”在重庆工商大学教授莫远明看来,相关家电企业应该在技术研发、产品创新、品质提升等多个方面努力。“能够自动调节温度、实现远程遥控、提供良好人机交互体验的智能空调,以及低碳环保空调越来越受到消费者喜爱。企业通过打造差异化竞争优势,提高中高端产品比例,可以在一定程度上减少低价竞争的影响,保持一定的利润率。”莫远明说。

有业内人士对记者表示,家电企业除了通过技术创新和产品升级来提升产品竞争力外,还可以通过优化供应链管理水平和提高成本控制能力来应对价格下行压力,更好满足消费者需求。

“在空调市场上,消费者是最终的裁判。”该业内人士表示,消费者在购买空调时,性价比是首要考虑因素,由此来看,企业需要在技术创新和价格策略之间找到平衡点。