

三“券”齐发,一次可领多张 成都新一轮线下消费券今日开领

大家期待已久的成都线下消费券带着更多惊喜返场了。6月30日,记者从成都市商务局获悉,新一轮成都线下消费券第一波7月1日12:30:00至20:59:59在云闪付APP开始领取。

据了解,本轮成都线下消费券分4个波次发放,财政资金规模1亿元,发动银行、商户叠加优惠,共计发放2亿元,涵盖零售、餐饮、文旅等行业。

值得注意的是,除了政府通用券外,本轮成都线下消费券还新增银行专享券和商户专享券。

三“券”齐发 新增银行和商户专享券

具体而言,本轮成都线下消费券分4个波次发放,领取时间为7月1日-22日每周五12:30:00至20:59:59。值得注意的是,在政府通用券不变的基础上,还新增了银行专享券和商户专享券,三“券”齐发。

政府通用券包含“满600元

减200元”“满300元减100元”“满100元减40元”“满50元减20元”四种类型,市民可按需选择一种领取一张,所有活动商户通用。

银行专享券是银行出资为持卡人提供的专享福利,消费者在每家指定银行都有机会领取1张,领券成功后仅限指定银行银联卡为付款卡支付时使用,在所有活动商户均可使用。

有工商银行、中国银行、上海银行、天津银行、成都银行、成都农商银行、四川天府银行7家银行银联卡的市民,可提前在云闪付APP内绑卡。

商户专享券是商户出资提供的专享福利,为你的逛吃“买单”,消费者在每家指定商户都有机会领取1张,领券成功后仅限指定商户门店使用。

本轮成都线下消费券可使用商户除餐饮、零售外,还新增酒店、电影院、演艺等企业商户。快约上好友一起去电影、歌

剧、话剧院,体验幸福感满满的沉浸式观赏。

抢抓夏季促消费 更多活动已在路上

消费,一头连着百姓的衣食住行,一头连着经济发展态势。2021年,我国消费对GDP增长的贡献率为65.4%,消费对经济发展的基础性作用不断增强。

从线下消费券到数字人民币消费券,再到如火如荼进行中的“2022公园城市绿色消费促进活动”……成都消费活力的“触角”,直抵线下、线上,也关注绿色低碳。据了解,成都促消费活动还有更多,在做好疫情常态化防控的前提下,还将抢抓七八月份夏季促消费有利时机,举办2022成都户外音乐啤酒季活动,目的就是通过夏日美食与啤酒的结合,以各类精彩的演艺节目,联动旅游、餐饮等相关产业,激发消费活力。

华西都市报-封面新闻记者 雷强

成都线下消费券三“券”齐发

政府通用券
同一用户每领券日限领1张消费券(4选1)。

银行专享券
同一用户每领券日每银行限领1张。

商户专享券
同一用户每领券日每商户限领1张。

领券时间
第一波次: 7月1日(周五) 12:30:00至20:59:59
第二波次: 7月8日(周五) 12:30:00至20:59:59
第三波次: 7月15日(周五) 12:30:00至20:59:59
第四波次: 7月22日(周五) 12:30:00至20:59:59

银行股频获股东高管增持

近期多家上市银行发布稳定股价公告,披露股东或高管增持计划,上半年已有12家上市银行高管出手增持自家银行股份,合计增持金额超过2000万元。展望后市,业内人士认为,随着政策持续落地见效,国内经济将进一步修复,银行板块有望迎来投资机遇。

据新华社

白杰品股 更久一些

问:周四沪指低开,盘中震荡走高,收盘上涨,你怎么看?

答:尽管北上资金休市,但市场还是强力回升,各股指均收涨超1%,盘面上,旅游酒店、食品饮料板块表现较好。截至收盘,两市涨停83只,跌停15只。从技术上看,沪深股指重新收复5日均线,两市合计成交11598亿元环比减少;60分钟图显示,各股指均收复5小时均线,60分钟MACD指标绿柱均有所缩减;从形态来看,沪指虽收盘未能站上3400点,但盘中依然再次刷新近期新高3417点,各股指在周四如此快速止跌企稳符合笔者此前预期,由于近期股指并未加速放量上攻,使得中期上升有望走得更久一些。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均增加,各合约负溢价水平整体有所增加。综合来看,上半年收官之日市场强势不改,随着政策利好不断出炉,7月理应延续反弹之路。

资产:周四以14.93元均价买入联创股份12万股,之后以15.5元均价卖出12万股。目前持有华创阳安(600155)97万股,五粮液(000858)1.2万股,康芝药业(300086)68万股,中国电建(601669)74万股,联创股份(300343)24万股。资金余额5083524.44元,总净值29445284.44元,盈利14622.64%。

周五操作计划:联创股份拟先买后卖做差价,五粮液、康芝药业、华创阳安、中国电建拟持股待涨。

胡佳杰

小巨人的秘密 聚焦四川中小微企业

6月初,在成都智能信息产业园内,成都四相致新科技有限公司(以下简称“四相科技”)开发团队正盯着屏幕,抓紧赶工某化工厂的3D可视化模型。在开发部楼上的生产车间内,成千上万个模组一完成,就马不停蹄发往全国各地的制造工厂。

成立于2019年、专注室内定位技术的四相科技,目前已成为产品市占率居全国前列的龙头企业。此外,公司还被工信部电子标准研究院邀请担任高精度定位标准的起草和牵头企业。这背后,是公司摸索出了跨行业的软硬件标准化方案,只需做少量定制,即可实现不同领域间的业务转移。

近年来,得益于大数据、智能化发展,室内定位技术延伸出庞大的市场机会。知名市场调研公司IDTechEx指出,2024年以前,室内定位的总市场规模将超过100亿美元。

值得注意的是,尽管市场前景广阔,但近年来整个行业增速呈放慢趋势。以最受关注的超带宽室内定位技术为例,据物联传媒研报,2017年-2019年,该技术市场规模几乎年年保持翻倍增长,但2019年-2021年,年复合增长率却降至16%左右。

与此同时,四相科技却成长为当之无愧的龙头企业:公司市占率居全国前列,自2019年成立以来,年复合增长率更是超80%,远高于行业市场规模同期增速。

究其原因,一方面,技术实力是公司的底气。据四相科技

董事长杨伟航介绍,四相科技核心研发团队主要来自电子科技大学,团队积累了10余年专业领域经验、100多个知识产权、1800余个行业应用案例。

另一方面则是敢于率先尝试“做减法”,即控制各行业差异化内容比例,让产品方案更加标准化。“我们借鉴互联网的思路,摸索出了跨行业的软硬件标准化方案,控制各行业的定制化差异内容在20%以内。基于此,我们只需要做少量定制,即可实现战略方向的转移。”杨伟航说。

“经过近些年的市场验证,行业已经度过了摸索期,接下来将进入快速发展期。”杨伟航说。

但标准化是横亘于快速发展之前,企业要啃的第一块“硬骨头”。作为行业的龙头公司,四相科技也感受到了“硬骨头”的“硬”。“比如客户找上门,由于我

们的技术路线和上一家服务商不同,导致旧的系统没办法用,还需要重复开发。”杨伟航说。

但好在领域内,头部力量已组织起来,试图打破这一限制条件,共同推动市场标准化建设。

杨伟航透露,今年以来,完成技术储备的几个头部企业不再拘泥于技术路线的互相竞争,而是携手合作、互通有无,共同协助工信部制定行业的标准化,让市场更加规范,推动市场规模提高。其中,四相科技就参与工信部电子标准研究院有关室内定位各种标准制定工作,并担任高精度定位标准的起草和牵头企业。“每家企业都有擅长领域,我们要做的就是在各自熟悉的领域精耕细作,推动行业向好发展。”他说。

华西都市报-封面新闻记者 刘旭强

从2018年以来,成都首创水务有限公司(以下简称“成都首创”)服务成都市温江区约100万人口,承担温江区的生产、生活供水重任。成都首创属北京首创环保集团全资子公司,自首创环保集团服务温江以来,成都首创始终秉承“成就客户”的理念,紧紧围绕成都市营商环境建设工作部署,努力提升市政公共服务能力,助力温江区营商环境持续优化。

成都首创水务助力成都温江区创一流营商环境

靠前思维主动服务 提高用户感受度	简化程序代办审批 做到内转外不转	响应政策率先落实 红线之外零收费	疫情防控勇担责任 确保欠费不停供
成都首创利用各类平台主动搜集供区内用户信息,主动联系用户,了解需求,靠前思维,根据用户需求提前制定个性化供水方案,为后期获得用水夯实基础,切实提高用户获得用水感受度。	全面盘点并整合资源,创新服务举措,减少环节、压缩时限、精简材料,实行一窗受理、一表受理、联动报装,最大限度降低接水报装门槛,并代办并联审批工作,做到用户“零跑腿”,自2020年以来代办服务219家,切实为企业减负。	积极响应成都市推行的接水红线外“零收费”政策,进一步降低了用户接水成本,率先实行红线外“零收费”。自2020年以来,共计减免近千万元。	疫情期间,成都首创响应政策要求,全力支持小微企业和个体工商户稳经营渡难关,实行“欠费不停供”举措。对温江区疫情封控小区制定升级、暖心服务方案,确保封控小区生活用水有保障,勇担国企责任。
			供优质之水,服诚信之务。接下来,成都首创将展望未来,砥砺前行,不忘初心,坚持“以用户为中心,服务至上”为经营理念,竭诚为客户提供安全、稳定、贴心的优质供水服务,提升温江区公共服务能力,助力创一流营商环境。