

国货加速走向高端化

从消费心理来看,使用国货是对文化价值的认同,是民族归属感的表现。中国传媒大学文化产业管理系主任、副研究员杨剑飞认为,国货所代表的文化符号对消费理念形成了强烈冲击,体现了求新求变和彰显个性的市场需求。“比如,一些群体爱穿新中式服装,与现代服饰形成区分,其追求个性化体验和回归传统的象征意味更加明显。”杨剑飞说。

“我们的研发投入逐年增加,2023年上半年研发投入1.87亿元,研发费用率达到

“产品力+营销力”已成为国货品牌的核心竞争力。“国货的流行和互联网新形态的发展密不可分,要把新形态与品牌本身更充分地相结合,通过渠道创新、策略创新来实现品牌持续发

近年来,一些国货品牌在走向高端的过程中,产品价格明显上涨,引起各界讨论。对此,杨剑飞认为,国货要更好满足消费者的需求,应当在其产品研发和

总体来看,国货在高端市场的竞争力有待提升,关键在于能否更好讲出品牌故事和内核价值。杨剑飞建议:“要积极开展国际化营销,讲好故事、传递文化,提升内涵,在国际上打造出知名特色品牌。”

据《经济日报》



通讯员蒋友青、蒋歆慧 摄

光大银行携手华为加速鸿蒙原生应用

据了解，HarmonyOS

NEXT 鸿蒙星河版的原生互联、原生智能等特性,将为光大银行手机银行、云缴费 APP、阳光惠生活 APP 三大 APP 拓展新的服务场景。未来,用户可以实现金融服务在手机、平板、车机等多设备间的无缝流转。同时鸿蒙系统的原生安全特性,也将提高

此前,光大银行已与华为展开多项深度合作。例如2023年8月,华为发布负一屏最新版本,“光大云缴费”作为其生活缴费分发服务商,为华为用户提供

“即点即用”的便捷缴费服务。

未来,光大银行将与华为共同探索更多的技术创新和应用场景,持续强化移动端为代表的基础应用软件数字化创新,助力数字中国与金融强国建设。

黄欢

建德梅城在田间寓教于“拔”



此次活动通过实地操作与现场教学的方式,让居民在轻松愉快的氛围中学习并实践垃圾分类知识。 徐有根、朱峰萍 摄

收纳培训 整理美好

女职工们纷纷表示,课程非常有意义,收纳不仅仅是简单的整理,而是空间规划和整理技巧的完美结合。



刘园园 摄

科学剪枝保畅通

徐曙光、楼雄军 摄



常山供电：应急物资配送提质提速

国网常山县供电公司近日的一场抢修中,从物资供应分中心仓库应急物资专员接到需求信息,到仓储人员将物资配送至抢修地点,整个过程只有20分钟。

以往,抢修人员领用物资,需往返于现场和仓库之间,既费时又费力。为此,公司物资供应分中心根据一线需求,推出了抢修物资配送业务,成立抢修物资供应群,第一时间响

应物资配送需求。同时,中心联合各业务部门为抢修物资出库开通绿色通道,并由仓储配送班主动将物资送至现场,最大限度缩短抢修时间。

金坚军 华国俊

德清供电护线爱鸟有新招

近年来,禹城镇独特的鹭鸟生态、湿地农业等吸引了不少“鸟粉”入住。鸟类活动多发,部分鸟儿会在电线杆塔处用木棍、铁丝等搭窝筑巢,遇到雷雨大风天气,极易造成接地、短路等线路故障,严重影响电力线路安全运行。

此次带电作业安装的是黄色风力反光驱鸟器,外形像“小风车”,材质是耐腐蚀、重量轻的塑料。驱鸟器三个风轮上装有小镜子,风轮转动时镜子发出反光并产生噪音,使鸟儿不敢靠近电杆筑巢。

张若林

[illegible]