

声音主播、品牌折扣店主、网文作家……

“在线新经济”激发更多“她力量”

在线新经济 点燃“新动能”

■本报见习记者 张诗欢
本报记者 许素菲

互联网发展红利激发出大量新职业，让越来越多的普通人，有机会以不同方式实现人生价值。这其中，“她力量”正通过在线新经济平台不断发光发热，重塑女性身份地位。

在声音世界彰显女性力量

“嗨，手机边最亲爱的你今天还好吗？”每晚临睡前，听一听逗乐的段子、欢乐的鸡汤、亲切的唠家常，是很多人结束疲惫的一天时最放松的时刻。在喜马拉雅平台一档名为《段子来了》的音频节目中，一个温柔俏皮的声音，吸引一大批粉丝每日固定守候。声音主播名叫采采，儿时就怀揣着主播梦。十年前，大学毕业的她想成为一名电台主播，却四处碰壁。2013年，她与喜马拉雅结缘成为一名主播，当时喜马拉雅

刚在移动端布局发力。

一支话筒，一个声卡，是采采做主播的全部家当。在一路伴随平台完成“从0到1”的探索与成长的同时，采采自己也从一名“草根主播”蜕变为“喜马拉雅女神”。她的代表节目《段子来了》，从8年前开播至今持续火爆，目前已推出近千期，总播放量超82亿，平均每期播放量超千万。

2015年女儿出生，做了妈妈的采采内心更加柔软、温柔，适时推出了《采采的树洞和乐话》《亲子晚安故事》等更具情感和生活的节目。“声音主播”这个身份，让采采尝到了“圆梦”的滋味。

采采并非个例。喜马拉雅主播中，半数以上是女性，撑起内容创作的半边天。越来越多的女性学者、作家、导演、媒体人选择通过声音分享知识、表达观点，让作为内容创作者的女性主播展现出知性之美；随着女性对情感的内容需求不断提升，最懂女性的女性主播用音频为听众排忧解难，帮助她们走出情感困境；女性视障主播

则通过喜马拉雅寻找到了光亮，用声音打破世俗偏见，闯出自己的天地。

从全职太太到“店主”

90后的香槟妈妈，是两个孩子的母亲，大学毕业没多久就结婚生娃，为了照顾家庭，成了一名全职太太。那时，家庭开支的压力让香槟妈妈将大把时间花在精打细算上，但“节流”下来的不过是“杯水车薪”。

2018年，在邻居推荐下，香槟妈妈接触到了如今在线新经济平台店主的前身爱库存。此前面膜代理和优惠券代理的经历，让她很快上手，平台上优质的品牌商品折扣也为她留得一批忠诚顾客，收入直线上升。但好景不长，做了大半年后，她就遇到了瓶颈。她意识到，必须广泛挖掘新用户，但这并不是一件容易的事，她尝试过从外部社交平台引流、从线下场景引流，都事倍功半，多番尝试之后才通过优惠促销、晒单奖励、自用测评、口碑传播等方式，精准获得越来越多的客群。

现在，香槟妈妈还扶持了很多女性店主，她们建立了一个店主群进行日常交流，既有有什么牌子更好卖这样的业务问题，也有家庭、婚姻生活的沟通。香槟妈

妈说，相互学习、相互激励，网店让她有了“底气”。

来自梦响集团的最新数据显示，目前网店有逾200万店主，其中90%以上为女性，最东最北至黑龙江、南至海南、西至新疆，遍布全国各地。从年龄层面来看，网店女性店主的跨度足足有半个世纪，其中年纪最大的店主是一名60后，最小的是一名00后。

一批优秀女性店主成为“销量明星”，近一年来平台销售额最高的女性店主突破了9000万元，还有一名“最快致富”的女性店主，月营业额从2000元上升到103万元只用了4个月的时间。

助力女性凭才能发光亮

在线新经济带来的无限可能，衍生出大量新职业，也激发着巨大的女性力量。

喜马拉雅上的许多女性主播，她们是各自领域的佼佼者，借助音频传递自己独立的精神内核，鼓舞和激励他人，彰显着当代女性的力量。

网店平台也迎来越来越多多元的女性店主，培训师、个体户、医务工作者、媒体人、企业高管、程序员、设计师、财务、房产

中介等先后“跨界”。女性店主们创造的价值也是巨大的，三年来，她们帮助了万余家品牌商销售了超过3亿件的库存商品，解决了商品不良积压的顽疾，缓解了产能过剩，同时还开展了一系列公益活动。

在更多在线新经济平台，“她力量”同样不容小觑。在生鲜电商叮咚买菜，“她力量”存在于站长、仓管、客服、运营、销售、职能人员等每一个岗位；在阅文集团的网络文学天地里，女性作家通过作品表达自己的生态态度，这些作品又影响着众多女性读者的价值观。

为了更好地关注女性的成长和发展，去年，梦响集团在上级党委、上海市妇联、浦东新区妇联的指导和关心下，成立了上海首家在线新经济企业妇女联合会——爱库存妇联。

在复旦大学政党建设与国家发展研究中心主任郑长忠看来，爱库存妇联是基于在线经济平台的平台型妇联，女性在数字经济发展中将迎来新一轮发展机遇，需要利用各种条件推动、创造和赋能女性灵活就业，同时拓展企业的发展边界。数字化的劳动不仅增加女性就业机会，推动女性解放和发展，还有利于消除两性的数字鸿沟。

春运 收官

长三角铁路春运发送旅客4310万人次
动车组客流占比超过八成

本报讯（记者 李继成）记者从中国铁路上海局集团有限公司获悉，截至3月8日，为期40天的铁路春运圆满收官，长三角铁路发送旅客4310万人次，占全国铁路旅客发送量20.4%，客流恢复至疫情前的57.4%，其中动车组客流占比达84%，疫情防控有力有效、运输安全平稳有序、服务质量不断提升。

春运期间，长三角铁路客流呈现节前低位运行、节后快速攀升的态势。4310万人次客流量中，节前发送1074万、日均71.6万，节后发送3236万、日均129.5万；发送短途管内旅客3527万、占比81.8%，恢复至疫情前63.2%；发送长途直通旅客783万、占比18.2%，恢复至疫情前40.5%。春运期间日均旅客发送量107.5万，从2月17日起连续20天旅客发送量超过100万，其中单日客流量最高为3月6日，当天发送旅客188.6万。春运客流中动车组客流占比超过八成，达到84%。

今年春运，客流随防疫措施变化波动明显。随着“就地过年”倡议出台和地方防疫措施的变化，流动规模显著低于常年。节前由于返乡需持核酸检测阴性证明和隔离等春运防疫措施的实施，造成客流“跳空”低位运行，缓慢攀升，春运第一周客流量由前一周日均百万直接减少至60万。节后随着疫情防控形势好转，中高风险区清零，客流从大年初

六起快速回暖，日均客流量直接攀升至百万；3月1日至8日，日均客流量达到171.9万。

同时，铁路部门也加强了对“疫情形势下客流组织方案”的研究，按照“按需开车、应开尽开”的原则精准实施“一日一图”运力配置，运力调整由周期性调整转变为按需调整，在保证客车开行基本规模和主要方向、各个地区通达性的基础上，对客流饱满方向采取恢复图定列车开行、增开临时列车等扩能措施，精准投放运力，保障旅客出行需要。

春运期间，长三角所有车站和客运列车落细落实属地相关防疫措施，切断疫情通过铁路传播的链条。客运车站进一步优化测温、验码流程，加强常规防疫措施的落实，旅客和工作人员体温测量率、规范佩戴口罩率、发热移交处置率均实现100%，春运期间组织旅客测温超过8300万人次，查验进京旅客核酸检测证明约38万人次。并充分发挥铁路电子客票进出站、互联网订餐等“无接触式”服务的优势，尽可能减少人员接触。140个“验检合一”车站实行实名制验证作业与检票作业合并，减少进站排队等待时间和刷证次数。上海虹桥站投放4台多功能智能保洁机器人，采用全视角“眼睛”自动识别环境，可自主完成“零接触”保洁、消毒。



工作人员在上海虹桥火车站候车大厅进行常规消毒。□赵金爱 摄

上海到发旅客1748.3万人次

本报讯（记者 李继成）为期40天的2021年春运已于3月8日圆满落幕，这也是本市疫情防控常态化下的首个春运。

据市春运办消息，今年春运本市对外交通旅客到发总量达1748.3万人次。今年春运受疫情影响，整体运输结构持续变化，对外主要运输方式中铁路仍为春运运输主力，民航和道路客运占比均有所减少。

对外客运方面，到发旅客共计1748.3万人次，其中发送量878.1

万人次，到达量870.2万人次。各对外客运方式中，铁路到发总量1146.8万人次；民航到发总量469.6万人次；道路客运到发总量130.5万人次；水路到发总量1.4万人次。

春运期间，本市各系统、各有关单位均严格按照《上海市春运疫情防控总体方案》等相关要求，积极落实各项疫情防护工作。其中，铁路、民航、公路、水路等客运系统均严格执行各自领域客运场站和交通运输工具消杀、测温、“健康码”查验、戴口罩、留观区设置等措施。

五菱宏光MINI EV发布马卡龙配色
“迷你”电动车市场走俏

本报讯（记者 须双双）日前，上汽通用五菱宣布，五菱宏光MINI EV上市200天，销量突破20万辆大关，成为全球小型新能源汽车销量纪录创造者。

业内人士分析认为，宏光MINI EV的成功原因在于，用“代步车”的价格获得一辆合规合法的纯电动汽车，对那些仅有基础出行需求的消费者有很大的吸引力。同时，五菱宏光将代步车从一个代步工具逐步营销成一件日常的时尚单品，推出潮创文化。

数据显示，在购买宏光MINI EV的人群中，90后用户占比达到了72%，其中女性车主居多，占比超过60%。翻开小红书、抖音，经过改装而充满潮流元素的MINI EV俨然成为了年轻人喜爱的时尚单品。就在3月8日这一天，五菱联合PANTONE UNIVERSE，推出了升级版——“宏光MINI EV马卡龙”系列，新车增加了柠檬黄、牛油果绿和白桃粉三种颜色。

随着小型电动车获得越来越多消费者的青睐，吸引了不少车企向微型电动车细分市场进军。今年1月，长安新奔奔E-Star上市，低配版售价为2.98万元，价格直接对标宏光MINI EV。此外，奇瑞新能源的小蚂蚁15万蚂蚁粉款的两版新车型也在近日上市，两版新车型补贴后的售价分别为6.98万元和7.38万元。

国产通信模组合作落地
芯翼信息提供核心芯片支持

本报讯（记者 杨珍莹）记者昨日从浦东企业芯翼信息了解到，中国移动OneMO与金卡智能就全国产化NB-IoT通信模组MN316达成合作，这也是国内首个百万级“国产化方案”的应用落地。其中核心通信模组使用的是芯翼信息XY1100通信芯片。

据悉，内嵌“浦东智造”芯片的NB-IoT通信模组产品，在天津、河北、山东等十余个省市已落地了数十个标杆应用。预计未来将诞生更优质、更高性价比的“国产化方案”，助力国内行业加速数字化转型升级。

一棵树+一棵树=一片树林

