北京商报

BEIJING BUSINESS TODAY

bbtnews.com.cn

B·B·T

新｜闻｜启｜迪｜财｜智

2021年11月11日 星期四

周一至周五出版

第4825期 今日8版

北京日报报业集团 BEIJING DAILY GROUP 主管主办

北京商报网 北京商报官方微信

本报特供 航空阅读

■ 中国国航 ■ 南方航空 ■ 东方航空

■ 海南航空 ■ 深圳航空 ■ 首都航空

本报常年法律顾问 北京市汇佳律师事务所 电话:010-64097966

责编 杨月涵 美编 李烝 责校 唐斌

2版

CPI触顶回落可期

近期不少市民在买菜过程中感受到了菜价的上涨，那么10月菜价究竟涨了多少？是否有降价态势？另一方面，长期以来的主要能源价格上涨对工业上下游影响几何？四季度物价水平将是何走势？对于种种问题，11月10日国家统计局发布的全国CPI（居民消费价格指数）和PPI（工业生产者出厂价格指数）数据给出了一定答案。

3版

“蔚来 卖碳”保盘

今年10月意外丢掉销量冠军的蔚来汽车迎来三季报。11月10日，蔚来汽车发布的财报显示，今年三季度营收近百亿元，净亏损收窄20.2%，现金及现金等价物、限制性货币资金和短期投资共计470亿元。产品迭代速度加快及相关成本增加，也让三季度蔚来汽车整车毛利率微降，综合毛利率依靠“卖碳”收入才得以提升。

习近平：中方愿推动中美关系重回正轨

美中关系全国委员会11月9日在纽约举行2021年度晚宴。中国国家主席习近平和美国总统拜登分别致贺信。习近平主席对美中关系全国委员会及各位成员长期致力于推动中美关系发展和两国各领域交流合作表示赞赏和肯定。习近平强调，中方愿本着相互尊重、和平共处、合作共赢的原则，同美方加强各领域交流合作，共同应对重大国际和地区问题、全球性挑战，同时妥善管控分歧，推动中美关系重回健康稳定发展的正确轨道。

据新华社

11月10日，第四届中国国际进口博览会闭幕，当天下午举办闭幕新闻通气会。中国国际进口博览局副局长孙成海介绍，本届展会成果丰硕，亮点纷呈。按一年计，第四届进博会累计意向成交707.2亿美元。

高蕾/制图

文旅部将建旅游热点防疫预报机制

北京商报讯（记者 关子辰 实习记者 张怡然）科学的研判有望提前预报旅游热点可能出现的疫情。11月10日，文旅部官方微信号文旅之声发布消息，将于近期建立旅游热点防疫预报机制，将疫情防控关口前移，强化事前预防。同时下一步，文化和旅游部还将总结旅游热点防疫预报机制经验做法，稳步推进建立旅游目的地热度预报机制。今年暑期和“十一”，受部分地区疫情变化，旅游市场也遭受到一些影响。而旅游热点防疫预报机制建立，能够强化安全风险研判，切实提高文化和旅游行业抗风险能力。

据悉，此次将建立的旅游热点防疫预报机制将通过构建科学研判、分类指导、动态调整、精准防控，提前预报可能出现旅游热点的地区，并指导当地文化和旅游行政部门在属地疫情防控指挥部门领导下，严格执行各类疫情防控指南，采取有效措施做好文化和旅游行业疫情防控工作。

除了将建立旅游热点防疫预报机制，文旅部还要求进一步压实“四方责任”，落实“四早”要求，做到早发现、早报告、早隔离、早治疗。从严从紧抓好文化和旅游行业疫情防控工作。

对于机制下一步的发展，文旅部将总结旅游热点防疫预报机制经验做法，稳步推进建立旅游目的地热度预报机制，强化安全风险研判，下好先手棋、打好主动仗，及时化解风险、消除安全隐患，切实提高文化和旅游行业抗风险能力。

同时，文旅部还指出，该机制有利于文化和旅游行业科学防控、联防联控，提升疫情防控能力水平，掌握疫情防控主动权，为保障人民群众健康、促进经济社会发展营造良好环境。

事实上，过去几轮疫情的变化都与旅游活动有着密不可分的关系。今年暑期，正当旅游市场步入旺季时，张家界一确诊病例导致疫情蔓延至多个省。此后全国各地多个热门旅游省份均出现确诊病例，该病例的出现也让张家界的旅游一度“停摆”。

不仅如此，就在疫情刚刚好转之时，由于10月旅客出行需求的增加，也让新一波的疫情再起。“旅行团传播链”引发的疫情蔓延至宁夏、兰州、湖北天门等多地。截至11月10日，全国已有20余个省市出现新冠病例，现有高中风险区7+81个。

在此前国务院联防联控机制召开的新闻发布会上，国家卫生健康委疾控局副局长吴良有表示，从本轮疫情看，旅游、婚宴等聚集性活动是造成疫情大范围扩散的重要因素。而不断蔓延的疫情也对旅游市场造成了较大冲击。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云表示，如果预报机制得以建立，可以将防疫关口提前，一定程度上有助于旅游部门预先发现疫情风险，尽早防控疫情。因为旅游市场在不同季节可能会出现不同的热点。如果可以提前研判暑期会出现哪些热点、冬季旅游又会出现哪些热点，并告知相应的行政主管部门做好疫情防控，将最大程度地减少旅客潜在的风险，从而保证旅游活动的安全进行。

重点关注

没“羊毛”的“双11”

■ 真的划算吗

■ 渠道玩法繁多

■ 低价早已≠流量

单一平台内，不同时期的价差已经让消费者焦头烂额；不同平台之间眼花缭乱的凑单、优惠玩法，几乎在劝退想要下单的消费者。货比三家都嫌麻烦的年轻人们，如今想不亏，还需“货比三个平台”，甚至还要反复计算。价格到底是高是低，似乎成了“双11”的一个迷雾。北京商报记者连续数日对比各家平台的价格发现，相较于日常大促，“双11”或许失去了绝对的价格优势。流量成本日渐走高，用价格换取流量的方式已经行不通了。外加日常促销常态化，“低价”不再是集中大促的核心杀手锏。

（见5版）

■社长兼总编辑：彭宇 ■值班总编辑助理：齐琳 ■社址：北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦 ■邮编：100013 ■国内统一连续出版物号：CN11-0104 ■邮发代号：1-110 ■国外发行代号：D4003 ■广告许可证号：京朝工商广字第0204号 ■印刷：北京日报印务有限责任公司

■本市零售：2.00元 ■港澳零售：5.00港元 ■订阅价：360元/年 ■北京商报：www.bbtnews.com.cn ■北京商网：www.bjbusiness.com.cn ■总机（010）64101978 ■新闻热线（010）84276691 ■广告热线（010）84277809 ■发行热线（010）84277808