

限速又限塑 防火再升级

电动自行车新国标昨起实施 “小电驴”上路迎来新变化

昨天,电动自行车新国标正式实施。新国标在车速、材料、整车重量等方面均对电动自行车提出了更高要求,也为旧标准车提供了市场消化的过渡期。过渡期内,本市消费者以旧换新可享600元补贴政策。

青年报见习记者 朱彬

新国标有哪些变化?

车速严控:

超25公里/小时电机断电

相较于2018年发布的强制性国家标准,新国标更强调车辆生产和行驶的安全性。为减少交通事故,《电动自行车安全技术规范》(GB 17761—2024)第6.1.1.1条对电动自行车车速限值提出了新要求:使用电驱动功能行驶时,最高车速不应超过最高设计车速,且最高设计车速不应超过25公里/小时,如果车速超过25公里/小时,电动机不应提供动力输出。

铅酸车重放宽:

63kg助力续航提升

通过对近13万份网民的问卷调查发现,倾向于选择铅酸蓄电池的消费者数量是锂电池的2倍,超过一半的被调查者希望电动自行车充满电后续续航里程能够达到70公里以上。按照2018版标准中55公斤的整车重量限值计算,使用铅酸蓄电池的车辆续航里程只能达到40公里左右,而新标准将铅酸蓄电池车型的重量限值放宽至63公斤,有助于满足广大消费者增加续航里程的需求。

塑料用量设限:

不超整车5.5%

新标准中还增加了“电动自行车使用的塑料总质量不应超过整车质量的5.5%”的要求。由于塑料本身具有可燃性,这些材料在发生火灾时会加速火势蔓延并释放大量有毒气体,即便添



电动自行车最高设计车速不得超过25公里/小时。

青年报记者 常鑫 摄

旧车还能骑吗?

销售过渡期至11月底 旧车不强制淘汰

9月1日以后,所有新生产的电动自行车都必须符合新国标要求。但新国标额外给予2025年8月31日及之前按照旧标准生产的车辆3个月的销售过渡期,允许其销售至2025年11月30日;2025年12月1日之后,所有销售的电动自行车产品均必须符合新标准规定。

值得一提的是,市民家中不符合新标准的车辆不会被强行淘汰,个人可根据当地实际情况,借助以旧换新等政策加速更新换代。

如何选购新车?

上海以旧换新有福利 买新车要认准“双证”

据了解,本市市民交售报废老旧电动自行车(含电池)并换购合格新车,可享受一次性500元购车立减补贴。交售报废老旧电动自行车并换购铅酸蓄电

池电动自行车可额外享受100元补贴。

根据要求,电动自行车新车应具有符合现行强制性国家标准的产品合格证、强制性产品认证(CCC)证书。购买前,消费者可扫描产品合格证上的二维码或登录全国认证认可信息公共服务平台(cx.cnca.cn)查询确认。

[关注]

上海启用“电子警察” 抓拍电动自行车超速

近日,有市民发帖称骑电动自行车时因超速被“电子警察”抓拍,车速竟超过50公里/小时。

记者了解到,《中华人民共和国道路交通安全法》第五十七条、第五十八条规定,非机动车应当在非机动车道内行驶。在没有非机动车道的道路上,应当靠车行道的右侧行驶。残疾人机动轮椅车、电动自行车在非机动车道内行驶时,最高时速不得超过15公里。

9月1日正式实施的《电动自行车安全技术规范》强制性国家标准维持2018版标准中有关最高设计车速的规定,即具有电驱动功能的电动自行车最高设计车速不得超过25公里/小时。记者走访发现,漕宝路虹莘路相关路段已设置明显区间测速提示。

值得注意的是,配合今年9月1日实施的新国标,上海已在重点区域启用智能“电子警察”,超速、闯红灯、逆行、不走非机动车道等行为都将面临处罚。

青年报记者 陈泳均

119.66亿元! 好内容撑起电影暑期档

青年报记者 陈宏

本报讯 国家电影局9月1日发布统计,从6月1日到8月31日,为期92天的2025年电影暑期档,总票房为119.66亿元。至此,全年电影总票房已达392.92亿元。电影热度回归的根源,在于国产片集体发力,通过讲好有共鸣、有共情的好故事,吸引了大批观众。

总票房和观影人次在上升

国家电影局的数据显示,今年暑期档119.66亿元的总票房与3.21亿的观影总人次,同比分别增长2.76%和12.75%,国产影片票房占比为76.21%。档期票房前五名的影片分别为《南京照相馆》28.90亿元、《浪浪山小妖怪》14.55亿元、《捕风追影》8.79亿元、《长安的荔枝》6.78亿元、《侏罗纪世界:重生》5.67亿元。

这个暑期档,有143部影片上映,相较往年略有增长,上映影片涵盖历史、动画、喜剧、动作、悬疑等多种题材类型。猫眼专业版数据显示,档期内共有19

部影片票房破亿元。

确实,在票房走势上,今年暑期档前半程表现相对平淡,大盘“慢热”。后半程国产片开始集中发力,在《南京照相馆》等口碑佳作的引领下,观众的观影热情被点燃。从7月18日至8月25日,暑期档连续39天单日大盘破亿元。

今年的暑期档表现,在行业分析人士眼中要好于预期,中国电影评论学会会长饶曙光评价其“市场表现稳中有进”。这要归功于优质内容的供给——讲好故事,永远是排在第一位的。

电影行业在进行有益的探索

电影行业是非常市场化的行业。今年暑期档的热度,也同样体现了市场的自我调整,此外,行业发展的新动向也在今年的暑期档发挥了作用。

今年,不少观众发现,看电影的票价降低了。前两年诟病的“涨价”问题,市场自己进行了调整——记者获悉,今年暑期档不少片方下调发行结算价,平均票价同比下降8.8%。查询猫眼

专业版数据可知,2023年和2024年的平均票价均为40.8元,而今年则降到了37.2元,基本回到了2021年的水平。一两元钱的平均票价降幅在数据上可能不是很引人注目,但它可以给观众造成电影“涨价了”“降价了”的心理感受,从而影响电影消费冲动。

此外,今年是国家电影局推动的“电影消费年”,全国各地都在陆续发放电影消费券,惠民补贴进一步提升观众购票优惠力度,这与“好口碑电影”形成了互补,成为这个暑期档票房走高的“双引擎”。

另一个市场新动向同样值得关注。“非票收入”是电影行业近年来的高频词,意味着在票房之外,电影作为有影响力的优质内容,可以带动文旅商体展的融合发展。这个暑期,跟着电影去旅游成为热潮,已经证明了这一点。

任何一个市场都会有高低起伏,电影市场也不能例外。而这个暑期档的“先冷后热”,也促使了行业更加清醒地认识到核心价值所在,为中国从电影大国走向电影强国,奠定了坚实的基础。

上海消费好戏不间断

百联金秋购物季构筑多元跨界新场景

青年报记者 冷梅

本报讯 记者昨日获悉,在第36届上海旅游节“经典活动季”启幕之际,百联集团聚焦“商旅文体展”互融共促,联动旗下成员企业推出“百联金秋购物季”整合营销,以“百联消费券”撬动金秋消费热情,以“逛百联·游上海”特色IP串联百联文旅消费新体验,以市民观赛“第二现场”构筑多元跨界新场景。

今秋,百联集团致力于将文化艺术、休闲度假等元素融入商业基因,持续深化“逛百联·游上海”特色IP内涵。结合第36届上海旅游节、第二届上海国际光影节等核心活动,百联集团通过“商业+文旅”将商业消费与文化旅游深度绑定,让多元消费场景成为市民游客感受上海城市魅力的重要窗口。

作为“城市微度假”商业模式的探索者与实践者,百联集团推出以“城市玩家”为主题的“CityWalk城市打卡计划”,旗下百联股份通过“NFC打卡+互动

答题+优惠券发放”的形式深度参与,打造文旅商融合的消费新场景,为消费者带来趣味十足的城市探索体验。与此同时,百联股份还将携手行业商会,在第一百货旁的六合路上推出“文化+美食”国际旅游商圈特色活动。

“百联金秋购物季”期间,集团将持续通过线上线下联动模式,发放“夜购·百联消费券”“离境退税消费券”“百联银发消费券”“品类消费券”等多类别百联消费券,扎实做好旅游节期间各类惠民消费活动,撬动形成消费增量。

同时,旗下各成员企业“多券齐发”,抢抓“金九银十”消费旺季。联华股份携手银联推出“上海之旅”活动,消费者可通过云闪付App或各银行App内“上海之旅”专属活动页面,领取各场景优惠券。联华超市漕宝店也将于9月3日焕新开业,聚焦新鲜、健康、高性价比的民生商品,引入超千款新品和老字号美食,叠加消费券优惠活动。