



体彩“超级大乐透”(第21103期)

中奖号码:前区:04 10 23 30 31后区:05 11
一等奖 基本 1注 10000000元
追加 0注 0元
二等奖 基本 61注 232323元
追加 22注 185858元
三等奖 286注 10000元
四等奖 591注 3000元

体彩“排列3”(第21239期)

中奖号码:3 1 9
奖等 本地中奖注数 每注奖金
直选 1058注 1040元
组选3 0注 346元
组选6 1832注 173元

体彩“排列5”(第21239期)

中奖号码:3 1 9 4 6
奖等 中奖注数 每注奖金
一等奖 50注 100000元

福彩“七乐彩”(第2021103期)

中奖号码:4 5 6 10 24 25 26
特别号码:20
奖等 中奖注数 每注奖金
一等奖 4注 564719元
二等奖 16注 9942元
三等奖 238注 1336元

本期全国投注总额539万元。

福彩“东方6+1”(第2021103期)

中奖号码:0 3 7 8 4 3+星
奖等 中奖注数 每注奖金
一等奖 0注 0元
二等奖 0注 0元
三等奖 0注 10000元

本期投注总额53万元,一等奖无人,中彩池资金累计189万元滚入下期一等奖。

福彩“15选5”(第2021239期)

中奖号码:4 6 7 13 15
奖等 中奖注数 每注奖金
特别奖 0注 0元
一等奖 56注 3100元
二等奖 3665注 10元

本期投注总额50万元。

福彩3D(第2021230期)

中奖号码:9 3 0
奖等 江苏中奖注数 每注金额
单选 492注 1040元
组选3 0注 346元
组选6 1364注 173元
1D 128注 10元
2D 30注 104元

本期投注总额262万元。

福彩“刮刮乐”

2021年9月5日江苏中奖注数
154862注,中奖金额3040280元。

福彩“快乐8”(第2021239期)

中奖号码:4 10 14 21 22 24 33 35 37 39 44 45 49 50 64 70 72 73 74 80
(彩票开奖信息最终结果以彩票中心开奖公告为准。)

体彩·情报站

7星彩5000万大派奖
火热进行中!

体彩7星彩5000万大派奖正火热进行中!派奖期间,7星彩所有奖级均参与派奖,一等奖单注最高可中1000万,二等奖奖金翻倍,固定奖单注奖金增加50%,详询各体彩网点。 苏彩

手机订阅中奖号
开奖荐号早知道

订“体彩天下”看所有体彩中奖号:移动发88到1065877809(2元/月)。

订“福彩赢家”看所有福彩中奖号:移动发88到1065877808(2元/月)。

两年形成100多项制度创新成果 这座“新主城”为什么这么“敢”?

江苏自贸试验区 2周年

对于自贸区建设来说,两年时间不算长,很多“大动作”来不及充分“施展拳脚”。不过,有着国家级新区、自贸区“双区叠加”优势的江北新区,向来快人一步。议事员探访自贸区南京片区发现,从看得见的楼宇企业到看不见的政策规划,短短两年时间里,这座长江北岸的“南京新主城”以日新月异的速度,不断自我革新。 扬子晚报/紫牛新闻记者 刘丽媛



南京进口SPF小鼠服务为科研提供便利

前不久,住房和城乡建设部印发《工程建设项目审批制度改革经验清单》,南京市“区域评估简化项目审批”入选。区域评估改革最早就是在江北新区(自贸区南京片区)试点的。改革后,原本的“单个项目评”为“区域整体评”,实现降级简化审批或免费查询使用。目前,自贸区南京片区已完成改革应用案例89个,可累计节省评估费用40多万,节省评估时间4个多月,区域评估改革成效明显。而根据试点区域未来3年计划实施项目测算,这一改革将为企业节约6000多万元的评估费用。

坚持大胆试、大胆闯、自主改,探索出新区模式、新区路径并向全市、全省乃至全国推广,这是江北新区(自贸试验区)自获批以来就有的使命,也是全社会对江苏唯一的国家级新区的期许。通过先行先试,越来越多向区域评估改革一样的新区模式,在这里落地、完善。

“线上提交申请,线下去江北新区市民中心窗口办理,很快就办好了。流程很清晰,每一个步骤需要什么材料、怎么办,都很详细。”今年7月,南京迪威尔高端制造股份有限公司童梦黎为8名印度工程师办理外国人来华工作许可延期。得益于南京片区国际人才“一站式”服务,她只需线上提交申请、

线下“跑一次”窗口便成功办理延期。

改革的领域不同、方向不同、执行部门不同,相同的是,这些改革都聚焦于企业,聚焦于人才,聚焦于如何为这块土地创造更好的营商环境,让投资更便利、让贸易更自由。实现这一目标,要有国际化视野、要有全局观,还要“专”“钻”精神。

“小鼠的生命周期本身比较有限,隔离检疫期从30天到14天的一个时间的缩短,节省了大量的时间可以用来做科研实验。”江苏集萃药康生物科技有限公司生产总监杨慧欣说。得益于南京片区“进境SPF实验鼠海关监管便利化套餐”这一制度创新成果,该公司在进口用于特定药物研发实验小鼠时,无论是进口申请的审批时限,还是隔离检疫的时间都会得到大幅缩短。议事员了解到,南京进口SPF小鼠服务覆盖了全国多所知名高校、科研院所、医院、生物医药企业及科研单位,这一制度大大加快了科研机构引入国外优质SPF小鼠品系资源,进而为生物医药研发提供核心支撑及服务能力。而能了解到生物医药领域这一最“琐碎”的需求,政府相关工作人员对这一领域显然钻研得足够深。

类似的“专家型”改革创新,还有自贸区南京片区打造的知识产权交易融资

服务运营平台。去年8月,国务院批复同意在28个地区开展全面深化服务贸易创新发展试点,提出建立完善支持创新的知识产权公共服务体系。南京片区聚焦知识产权创造、交易、运营,初步构建形成以在线特色交易为主,在线公证、维权、服务、融资为辅的一体化平台——知识产权交易融资服务运营平台。

“利用数字化手段,让大量沉睡状态的知识产权资产得以‘苏醒’,成为源源不断的创新能量。”知识产权交易融资服务运营平台相关负责人介绍,在这一平台,可以找到针对知识产权“确权-交易-运营-维权-融资”全生命周期的一站式服务。截至目前,平台已完成交易1.5万余笔,累计交易金额超过2亿元,20余万件专利转化为“数字资产”。今年5月,该平台入选国务院服务贸易发展部际联席会议办公室印发的第一批全面深化服务贸易创新发展试点“最佳实践案例”。

如果说以上几个案例只是自贸区南京片区发展中的“惊鸿一瞥”,那么,国内集成电路设计十强企业有半数落户片区,全国排名前20的基因检测公司1/3在区域集聚,足以说明南京片区在“芯片之城”“基因之城”建设中的绝对强势地位和改革创新带来的无限吸引力。

自贸区南京片区获批两年来,省改革任务实施率达到95%,出台主体产业配套支持政策近30项,围绕产业发展、科技创新,形成100多个体现首创要求的制度创新成果……“十四五”开局之年,自贸区南京片区坚持大胆试、大胆闯、自主改,继续以先行先试和开放高地优势,擘画“最近的未来”。



紫牛新闻时政频道



“社交+”概念爆火 手机APP能靠它讲好新故事吗?

电商+社交、直播+社交、外卖+社交……连音乐APP都不甘示弱试水社交。纵观我们日常生活中使用的手机APP,“社交”似乎是万能搭配公式。近日,网易云音乐“一起听”功能上线一周引发网友回忆,直播平台映客互娱转型社交后财报数据亮眼……还记得热播脱口秀综艺中那句“宇宙的尽头是铁岭”出圈爆火,有人问:APP的尽头是社交吗?当各种APP都涉足“社交”概念,能靠它讲好新故事吗?

扬子晚报/紫牛新闻见习记者 王灿

手机APP纷纷走上“社交”路线

最近,网易云音乐的“一起听周年纪念”在社交媒体上引发了网友的回忆。自2020年7月上线以来,“一起听”功能已经推出一年多,这是一个实时听歌互动功能,用户可以设置自己的匹配偏好,匹配到同好一起听,也可以邀请互关好友一起听歌。与陌生人一起听歌几分钟后,可以解锁更多信息,开启聊天。

无独有偶,QQ音乐、酷狗音乐等也在走社交化路线,以音乐品味为基准,寻找共同兴趣的人。QQ音乐依托腾讯系丰富的社交资源,进一步挖掘年轻群体的社交需求。音乐社交平台层出不穷,全民K歌、唱吧、音遇等APP都可以和好友一起唱歌,打出的宣传口

号是“实时合唱,在线交友”。

据易观分析发布的《2021年中国音乐市场年度洞察》,社交成为平台链接用户的重点。另外,易观分析发布的《2021年中国移动社交营销发展白皮书》认为,社交市场在一级市场的融资规模逐年下降,但知乎、Soul等开启了新一轮的社交产品上市潮。社交市场正处于高度成熟阶段,资本热度在新兴的圈层化社交平台聚拢。

“社交”成多方适配的万能公式

除了音乐平台之外,“社交”还是一个万能公式,和任何产品都能适配混搭。首先不可略过的是“陌生人社交”,作为社交市场的细分赛道,以陌陌、

Soul为代表的平台迅速崛起。企查查发布的数据显示,2011年以来,此赛道融资披露总金额达292.99亿元。

电商+社交更是火爆,各大巨头纷纷布局社交电商。据网经社“电数宝”电商大数据库显示,2020年社交电商市场规模为23000.5亿元,用户规模达到7.8亿人,预计2021年用户规模达7.95亿人。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青告诉扬子晚报记者,从电商+社交的角度出发,社交类产品已经成为人们日常生活中的必备需求,要靠社交形成新的竞争力,从目前来看并不那么容易。“因为早期的用户瓜分已经完毕,要继续获取用户是有难度的,除非在价格上、产品创新上能够很好地吸引消费者。”

APP“社交化”有助于形成新的竞争力

众多APP纷纷社交化,深层原因是啥?易观新媒体营销行业中心高级分析师马世聪接受扬子晚报/紫牛新闻记者采访时表示,“首要出发点是培养用户黏性,让用户长时间地停留在平台环境中。比如外卖平台、电商平台更多的是提供工具属性,用户使用目的和使

用场景非常单一。如果通过‘社交’完成平台环境搭建,用户有了更多的内容浏览和互动。这样一来,一是会有更延展的场景去服务用户,提高盈利机会点;二是可以通过互动提升用户转化下单的几率。”

而关于APP社交化是否会形成新的竞争力,马世聪持以肯定的态度。“一方面,部分APP是在自己的原有生态内打造社交场景,更多的是起到辅助主营业务的作用。比如电商平台、外卖平台的社交功能,可以看作是触达用户的一种渠道。另一方面,针对专门的社交应用而言,这类APP一直有着比较广泛的市场。社交的需求是恒定的,随着观念和生活方式的变化,新一代用户的需求侧重点会发生转移,这时就需要有新的应用去满足他们的需求。”

马世聪进一步分析道:“不同场景下的社交APP是有各自差异化的价值的,这是一个丰厚且多元的市场。在中国人口基数大的情况下,即使只抓住了1%人群的需求,也是一个很大的用户群体,商业化的潜力和变现的可能性都是存在的。”



扫码看视频