

观山湖区:错时共享缓解“停车难”

近日,市民张先生通过手机小程序下单,预约世纪城龙祥苑的共享车位,准备带家人前去附近的社区卫生服务中心接种疫苗。几十分钟后,张先生顺利将车停入预约的车位后感慨:“世纪城这边人流量大,停车很困难,每次都要耽误很长一段时间。后来得知这边提供共享车位,抱着试一试的心态体验了一下,没想到这么方便。”

便利的背后,是观山湖区破解停车难题的创新实践。随着“一圈两场三改”工作深入推进,该区通过共享停车、错时开放等举措缓解停车困局。2021年至2025年,观山湖区通过协调市场主体、政府平台公司,新建、改造公共停车场19个、新增停车位12691个。其中,2025年完成2个停车场建设,新增1028个停车位。分年度来看,2021年至2024年分别新增车位2338个、3084个、3978个、2263个,建设节奏稳步推进,车位供给保障坚实有力。

“尽管总体车位供给充足,但停车空间结构分布不均,时段需求潮汐化等结构性问题仍需持续破解。”观山湖区交通运输局相关负责人坦言,观山湖区大型商超、新建住宅小区车位配比较高,而部分老旧小区因历史规划原因,普遍存在车位配置不足且缺乏改造空间的情况。更为突出的是停车需求的“潮汐现象”,政府机关、商务楼宇与住宅小区等不同区域,日常与节假日等不同时间,车位需求波动巨大。

针对这些结构性难题,观山湖区以“盘活存量、优化增量”为核心,推出多项精准举措并取得实效。“通过整合城市中分散的停车资源,建立存量停车资源数据库,将停车设施位置、共享车位数量、供需双方信息、共享时段、收费标准等相关数据录入共享停车综合管理服务平台,动态更新共享车位信息。”该负责人介绍,通过相关措施,让那些原本在工作时间闲置的小区车位、在夜间无人使用的商业停车场车位被

激活使用。“共享停车”模式成为破题关键。该区制定《探索车位错时共享机制实施方案》,目前已打造世纪城、碧水云天、和润酒店等7个共享停车试点,整合共享车位3877个,其中2025年新增的和润酒店、新壹街、滨湖俊园600个共享车位已全部投入使用。截至目前,共享平台累计访问人次超32万,累计完成共享订单近17万次,订单金额共约146万元,其中业主获利约87万元。

与此同时,“错时开放”措施进一步拓展公共资源利用效率。观山湖区推动区信访局、政务大厅等23家机关企事业单位内部停车场向周边居民错时开放,共计提供4073个停车位,实现公共部门与周边小区停车需求“双向共赢”。

在盘活存量的基础上,观山湖区注重精准增量和交通引导。通过改造边角地块、道路,在金华园C区、碧海

碧水云天等老旧小区及万寿竹路,新增及改造停车泊位850个,针对性缓解老旧小区停车供需矛盾。同时,在美的悦然时光广场等3个轨道交通站点周边停车场打造“P+R”(停车+换乘)换乘停车场试点,在工作日以优惠价格提供约130个换乘停车位,鼓励市民换乘轨道交通进入中心区域,优化出行结构。

下一步,观山湖区将持续聚焦闲置车位利用率提升,坚持“政府指导、市场运作、专业服务”原则,深化“政企联动、错时共享”停车资源配置格局。重点围绕车位资源发掘、导入、管理和使用,进一步探索共享车位的有效补充机制,打通个人、政府及企业空闲车位资源纳入共享的通道,完善收益分配保障制度,并建立健全车辆违约惩戒措施,有效解决错峰停车工作中的难点,让群众停车更便捷、出行更舒心,不断提升民生服务保障水平。

贵阳日报融媒体记者 蔡婕

乌当区:深化“贵人服务” 为民解忧纾困

近日,乌当区政务服务中心收到一面来自浙江的锦旗。“心系群众、排忧解难、尽职尽责、服务典范”,锦旗上的16个大字,表达了李女士对区政务服务中心工作人员服务的肯定。

日前,李女士来到乌当区政务服务大厅办理异地社保业务。接到诉求后,区政务服务中心迅速启动联动机制,组织社保、税务、医保等部门协同会商,通过线上远程辅助、委托代办等方式,帮助李女士完成跨省社保业务办理。

“办理业务前,我已经做好了浙江、贵州两地来回跑的准备,没想到只跑一次就把业务办好了。”李女士说。

近年来,乌当区政务服务中心大力推行部门联办、远程指导、邮寄办、帮代办等服务,打破地域局限、延伸服务半径,让群众“只进一扇门、最多跑一次”成为政务服务的常态。

此外,针对群众“上班没空办、下班没处办”的问题,乌当区政务服务中心推出以“午间安心办、延时顺心办、预约省心办、陪同暖心办”为核心的“四心”服务,通过设置“午间不打烊”窗口、建设“7×24小时自助服务区”,拓宽线上预约渠道,以及为特殊群体提供全程陪同办、“一对一”帮办服务,不断提升群众的办事效率和满意度。今年以来,通过“四心”服务办结事项已超3500件。

为打通服务群众的“最后一百米”,乌当区政务服务中心还通过“实地调研+需求征集”双向发力,组建下沉服务队,深入乡镇(街道)便民服务中心调研摸底,补短板、强弱项。以标准化



群众在乌当区政务服务中心办理业务。

人员能力提升“零成本”。

接下来,乌当区政务服务中心将持续深化“贵人服务”,强化数字赋能与资源整合,推动更多高频服务事项向基层、向指尖延伸,让优质、高效、便捷的政务服务真正来到群众“家门口”。

贵阳日报融媒体记者 黎荣文/图

建设、数字赋能、数据监测为抓手,指导各乡镇(街道)、村(社区)便民服务中心(站)开展标准化建设升级改造,并安排“数字专员”包保乡镇,建立常态化数据监测机制,实时监测乡村两级便民服务中心(站)办件情况,确保及时发现问题,整改问题。推行“四零”服务标准,

成立了一支海外市场研发队伍,将研发重心逐渐向海外倾斜。目前,企业在研产品中,海外市场产品数量是国内产品的5倍,明年研发力度还将进一步向出口产品倾斜。

为更好地支撑产品研发,奇瑞万达不断提升自主试验能力。目前,企业建成新能源技术研究试验中心可独立开展VCU动力控制策略验证、零部件温湿度交变与盐雾试验、整车动力性与经济性测试等试验项目,实现核心试验能力自主可控;建成的氢燃料电池发动机测试系统实验室配备燃料电池发动机测试系统、高压气体安全测试台等专业设备,可开展发动机起动性能试验、发动机静态工况性能测试、发动机稳态工况指标测试、发动机系统绝缘性测试、发动机气密性检测功能、实时绝缘监控和异常报警等性能试验。

“自主品牌试验水平的提升,大幅缩短了产品研发周期。一款新产品从设计到成熟推向市场的周期,目前最快缩短到了半年内,为快速响应海外市场提供了保障。”汪克华说,在下一步的新品开发中,研发团队将融入智能驾驶、智能座舱等新技术,提升产品智能化水平。

目前,奇瑞万达制造的客车已销往越南、老挝、尼泊尔、菲律宾、韩国、罗马尼亚、巴西、墨西哥等20个国家和地区。

2023年刚成立海外部门,启动出口业务时,奇瑞万达海外订单每批次仅有几台;2024年,开始实现批量出口;2025年前10月出口300多台,全年预计出口500多台,出口订单占总订单的30%。

2026年,奇瑞万达计划出口客车1000台,预计占总产量的一半。企业计划不断深耕市场,形成“立足东南亚、主打亚太、辐射全球”的全球市场布局,让“贵阳造”客车出口到更多国家和地区。

贵阳日报融媒体记者 黎荣文/图

功拿下订单,实现稳定合作。尼泊尔很多地区山路崎岖、上下坡频繁,当地客户对车辆离地高度提出具体要求。对此,奇瑞万达设计团队将车底板抬高,强化底盘通过性,确保车辆在复杂路况下稳定行驶,最终赢得当地市场。

越南雨季漫长,路面容易积水,电池防潮防水是客户核心诉求。为确保电池的安全性,奇瑞万达研发团队在定制开发的车辆中,将电池舱移至车顶,解决了泡水隐患,成功拿下订单。

“基本上每个海外新市场的首批车都是全新开发的,我们每年要推出多款新产品,仅研发投入就超千万元。”汪克华说,虽然定制化开发成本更高,但不断增长的海外订单证明,花费是值得的。

提升技术水平 增强出海实力

打铁还需自身硬,海外市场竞争力归根结底是技术实力的比拼,只有提高研发水平和试验能力,才能支撑企业在全球市场深耕。

汪克华介绍,与其他汽车制造不同的是,客车以手工装配为主,而定制化生产需要不断调整工艺流程,从基础配件到动力系统再到装配技术,都需要执行更高的质量标准,才能确保产品适配不同的地域环境。

在研发团队中,奇瑞万达挑选骨

干成立了一支海外市场研发队伍,将研发重心逐渐向海外倾斜。目前,企业在研产品中,海外市场产品数量是国内产品的5倍,明年研发力度还将进一步向出口产品倾斜。

为更好地支撑产品研发,奇瑞万达不断提升自主试验能力。目前,企业建成新能源技术研究试验中心可独立开展VCU动力控制策略验证、零部件温湿度交变与盐雾试验、整车动力性与经济性测试等试验项目,实现核心试验能力自主可控;建成的氢燃料电池发动机测试系统实验室配备燃料电池发动机测试系统、高压气体安全测试台等专业设备,可开展发动机起动性能试验、发动机静态工况性能测试、发动机稳态工况指标测试、发动机系统绝缘性测试、发动机气密性检测功能、实时绝缘监控和异常报警等性能试验。

“自主品牌试验水平的提升,大幅缩短了产品研发周期。一款新产品从设计到成熟推向市场的周期,目前最快缩短到了半年内,为快速响应海外市场提供了保障。”汪克华说,在下一步的新品开发中,研发团队将融入智能驾驶、智能座舱等新技术,提升产品智能化水平。

目前,奇瑞万达制造的客车已销往越南、老挝、尼泊尔、菲律宾、韩国、罗马尼亚、巴西、墨西哥等20个国家和地区。

2023年刚成立海外部门,启动出口业务时,奇瑞万达海外订单每批次仅有几台;2024年,开始实现批量出口;2025年前10月出口300多台,全年预计出口500多台,出口订单占总订单的30%。

2026年,奇瑞万达计划出口客车1000台,预计占总产量的一半。企业计划不断深耕市场,形成“立足东南亚、主打亚太、辐射全球”的全球市场布局,让“贵阳造”客车出口到更多国家和地区。

贵阳日报融媒体记者 黎荣文/图

“基本上每个海外新市场的首批车都是全新开发的,我们每年要推出多款新产品,仅研发投入就超千万元。”汪克华说,虽然定制化开发成本更高,但不断增长的海外订单证明,花费是值得的。

走好差异化路线 满足多元化需求

“各地情况不同,只有了解清楚当地客户的需求,才有可能赢得市场。”奇瑞万达技术中心副主任汪克华说,海外市场需求的多样性,让企业必须走差异化竞争路线,通过精准定制打开市场。

为拿到“入场券”,奇瑞万达加大研发投入,每进入一个新市场前,都要提前开展充分的调研,量身打造与当地环境和需求适配的车型。

奇瑞万达计划通过精准定制打开市场。

“各地情况不同,只有了解清楚当地客户的需求,才有可能赢得市场。”奇瑞万达技术中心副主任汪克华说,海外市场需求的多样性,让企业必须走差异化竞争路线,通过精准定制打开市场。</