

5月份战略性新兴产业采购经理指数为54.8%

新闻眼

新产业近3月状况好于去年同期



中国科学技术发展战略研究院的刘峰认为,本月新兴产业好于上年同期,综合近几个月的走势,表明新兴产业在我国经济转型的过程中保持了良好的发展势头。本月订单、产量等指标有所回调,销售价格低于采购价格,提示整体经济的不景气也影响新兴产业市场,我国结构调整需要进一步深化。

具体观察各分项指标,产品订货指数为54.8%,比上月下降8.6个百分点。自有库存指数为52.8%,比上月下降2.4个百分点。进口指数为47.1%,比上月下降2个百分点。购进价格指数为54.1%,比上月上升4.1个百分点。就业指数为56.8%,比上月下降1.1个百分点。研发活动指数为68.3%,比上月上升0.1个百分点。

分行业指数全部高于50,有2个产业EPMI指标高于55。PMI最高的是新材料产业,PMI最低的是新一代信息技术产业。

采购经理指数,是通过对企业采购经理的月度调查结果统计汇总、编制而成的指数,它涵盖了企业采购、生产、流通等各个环节,是国际上通用的监测宏观经济走势的先行性指数之一,具有较强的预测、预警作用。EPMI借鉴采购经理指数调查的部分方法,增加研发活动、新品投产、销售价格等新产业扩张程度指标,反映新产业景气程度。

国家能源局报告显示——

抽水蓄能电站效用未充分发挥

本报北京5月20日讯 记者王秋辰报道:国家能源局近日发布《华北华东区域抽水蓄能电站运营情况监管报告》指出,我国抽水蓄能电站总体上存在发展慢、电价机制待完善、电站作用未充分发挥、投资主体单一等问题,导致部分抽水蓄能电站机组利用率较低、顶峰发电能力未能充分发挥。

根据《国家发展改革委关于促进抽水蓄能电站健康有序发展有关问题的意见》,到2025年,全国抽水蓄能电站总装机容量达到1亿千瓦,占全国电力总装机容量的比重达到4%左右。但目前,全国抽水蓄能电站总装机容量仅为2151万千瓦,占全国电力总装机比重不到2%,离发展目标仍有较大差距。

国家能源局负责人表示,目前抽水蓄能电站发展缓慢,部分项目建设不及时,建设周期长,增加了不必要的建设成本,推高了抽水蓄能电站的运营费用。

对此,《报告》建议,完善规划、实施政策后评估,引导抽水蓄能电站健康发展。建议在规划、核准新建抽水蓄能电站时,引入效果评价机制,并对现有抽水蓄能电站实际利用效果进行综合评估;统筹协调电网与抽水蓄能电站配套建设,减少网络约束;落实投资主体责任,强化电网、电站批复刚性约束,对长期不落实、整改不到位的企业实施项目进行限批。

该负责人建议,建立多元化的投资机制,鼓励社会资本投资,促进抽水蓄能电站投资建设市场化。研究推行抽水蓄能电站和核电、风电等项目协调配套投资及运营管理模式,实现项目联合优化运行,减少资源浪费。

广告业:精准创意引领华丽蝶变

本报记者 孙 璇

透视

随着互联网的发展,特别是移动互联网用户的增加,传统的广告行业面临着前所未有的挑战。精准投放、内容创意……为了保持用户黏性,广告公司使出了浑身解数。专家认为,虽然传统广告业面临困境,但整体市场中仍有着旺盛的传播需求。移动互联网时代,广告业仍然大有可为



在北京国家会议中心举办的京交会上,观众观看一家公司的创意广告设计“百鸟归巢”。

本报记者 赵 晶 摄

如果你还认为,广告仅仅是写文案、编辑图像、建灯箱、上载传统媒体,那你就落伍了。随着广告行业不断发展以及移动互联网的冲击,传统广告企业都在经历转型,广告业态也搭上移动互联网的快车。日前发布的《传媒蓝皮书:中国传媒产业发展报告(2015)》显示,2014年,网络广告收入首次超过电视广告,收入规模超过1500亿元,而当广告遇上移动终端,发展空间将很大。

广告也能这样做

前不久,关于贝克汉姆的一篇文章在微信朋友圈引起围观。某体育类公众号发表了《贝克汉姆:有了这张脸,还有什么驾驭不了?》,文章从贝克汉姆足球技艺如何精湛,写到其事业家庭双丰收,同时还回顾了小贝出道20年来造型的变迁。最后话锋一转,想像小贝一样永远帅气吗?某男士面膜被“隆重推出”。

在北京某央企从事市场营销工作的陈晓东说,把广告嵌入社交平台中传播已经慢慢成为一种趋势。如今,营销更加注重广告的开放性和话题性,已经从单纯的广告洗脑转而关注产品的用户群体。“据我们调查,除了个别用户会取消关注外,人们对这种隐性广告大多还是持‘呵呵一笑’的态度。当关注目光停留

3秒钟以上,这个广告效果就达到了。”陈晓东说。

事实上,除了嵌入式软营销广告之外,依托于移动终端的广告新模式也此起彼伏,如秒赚、帮得利、闲侠……用户下载这些APP主动阅读分享广告,即可轻松赚取“劳务费”。首都经济贸易大学广告研究所所长杨同庆认为,以移动互联网为依托的广告模式创新是广告行业未来发展必然趋势。“以秒赚为代表的APP以颠覆性的创新打破了传统广告模式,将广告的中间环节去掉,把广告费直接分配给目标受众,受众每看一条图文广告扣除商家一定的费用。商家自行锁定目标消费群,大幅提升广告效率,颠覆了广告行业的生态系统。”杨同庆说。

精准投放成趋势

广告不再是过去千篇一律的形式,广告可以有更加丰富、更加个性、更加有参与感的表现形式。“精准广告”就在社交平台上吃起了“螃蟹”。今年初,宝马、VIVO和可口可乐3个广告在微信朋友圈里掀起了一场全民式广告狂欢。此后,多个品牌时不时的投放,“挑逗”着用户的神经。

从微信朋友圈广告的“横空出世”,微博平台升级广告体系,国内互联网广

告市场从展示广告到搜索广告再到社交广告,已经走到了新的风口。“用户的网络连接碎片化,也更加灵活,用户场景发生重大改变。基于用户信息、历史记录、社交关系和地理位置进行有针对性的投放,促成了社交平台广告。”杨同庆说。

长期研究广告行业的中研普华研究员李湖认为,广告与社交圈相对来讲是比较矛盾的。一方面,对于用户来讲社交平台属于自己的交际圈,是自己的私人空间,大部分人都不希望出现大面积的广告泛滥;另一方面对于运营商来说,社交平台作为互联网重要的流量导入源头,如何在盈利与净化社交环境之间进行平衡是需要重视的。目前来看,大数据时代及定向投放广告的发展为社交平台盈利模式的创新提供了新的方向,既给了需要的人信息来源,又能避免过多打扰平静的社交圈。

“未来商家和用户的交互一定是点对点的模式,可以直接获取信息,完成交易。大数据时代来临,为定向投放广告的发展提供了更为精确的‘导航’平台,可预见未来两者结合所产生的能量将颠覆传统的‘撒大网’广告模式。”李湖说。

行业转型潜力大

移动终端广告欣欣向荣的背后是

“压力山大”的传统广告行业。根据蓝皮书课题组对30多家都市报的最新调查结果,2015年第一季度报业广告普遍下降20%以上,其中汽车、房地产等传统广告大户的流失情况最为严重。

杨同庆表示,大众传媒无法像过去一样垄断性地吸引消费者的注意力,传统广告不再具有那么高的吸引力,以交互性为利器的互联网夺走了电视屏幕、报刊上的一大批“眼球”。如今,广告消费习惯已经从被动地阅读和观看,转变到参与其中。

李湖说,最近两年,广告行业在集体思考转型,思考如何利用移动网络“开新花”。“与当下热点结合的传播创意十分重要,现在很多品牌都需要微信朋友圈的文章、热图、微电影等,这些都在考验创意能力。所以说广告行业转型还有空间,以内容创意为主导的广告公司有很大的潜力。”李湖说。

杨同庆也表示,虽然传统广告业陷入困境,但整体市场中仍有着旺盛的传播需求。“一些新型科技企业几乎已经将全部传播重心放在移动终端,而一些传统企业也正在将移动终端纳入自己的固定传播渠道,加速融入移动互联网让广告行业仍充满想象。”

导航

清洁汽车峰会将发布畅销车雾霾指数

本报北京5月20日讯 记者刘瑾报道:近日,全球清洁汽车峰会2015新闻发布会在北京举行。作为中国首个以“清洁汽车”为主题的专业性国际会议,全球清洁汽车峰会定于9月28日至30日在中国武进国家高新区举行。

全球清洁汽车峰会(GCVS2015)旨在推动国际清洁汽车技术合作,国际先进政策与市场推广经验交流,促进全球清洁汽车产业发展。本届峰会将安排六大主要活动板块,其中包括:政策与创新高级研讨会,独家发布的2015畅销车雾霾指数和2015中国绿车排行榜发布会,全球30多家创新清洁汽车技术发布及推介,清洁汽车试驾体验以及清洁汽车及零部件展示。

数据显示,中国已经连续6年成为世界上最大的汽车市场。与此同时,汽车的大量生产与使用,也带来了不可忽视的生态环境问题。伴随汽车而来的巨大的燃料需求,进一步加剧了能源生产与供给的压力。作为汽车生产和消费大国的中国,如何实现汽车的“绿色化”和“清洁化”,使汽车产业实现可持续发展,是汽车行业必须考虑的问题。

“曲、薄”合并成彩电业发展新趋势

本报北京5月20日讯 记者艾芳报道:近期,国内彩电行业“曲面”和“超薄”两大阵营频现趋势之争,在“第二代曲面电视技术规范升级发布会”上,中国电子商会副秘书长陆刃波认为,彩电做“薄”还是做“弯”应当遵循消费者的选择,彩电制造企业之间的技术揭短,不利于本就艰难的中国彩电行业发展。

从此次发布会上三星、TCL、海信、长虹、东芝等主流彩电制造企业最新曲面电视产品集中亮相来看,当前曲面电视产品已经十分丰富。据统计,目前市场上已有超过9个品牌40多款曲面电视在售,多数具备超高清显示功能。

国家广播电视产品质量监督检验中心副总工程师李剑表示,行业内首个《曲面电视显示性能评价规范》在去年底已发布,目前曲面电视产品在技术性能上已经有了很大提升。有关专家认为,曲面电视作为新兴显示产品中的一个类别,已在消费市场占有一席之地。但从市场整体来看,各个产品形态与技术各不相同,未来彩电行业的发展趋势将是“曲面”和“超薄”的合并。

本版编辑 于 泳

电线电缆业:向智能制造转型

本报记者 许红洲 中国经济网记者 苏 兰

市场瞭望

“互联网正在从消费品工业向装备制造和能源、新材料等工业领域渗透,全面推动着传统工业生产方式的转变。电线电缆行业要紧紧抓住这个机遇,加快转型升级,提升中国制造的世界水平。”国务院参事室特约研究员吴建民在日前举办的2015全球电线电缆年会上表示。

电线电缆作为传输电力、电气等实现电磁能转换的线材产品,在我国制造业中有着重要作用和地位,目前年均产值已超过1.2万亿元。但同我国制造业

一样,电线电缆行业也存在着大而不强、产品同质化、产能过剩、恶性竞争等问题。在我国经济进入新常态下,在两化融合加速、工业4.0、互联网+背景下,电线电缆行业必须抓住机遇,加快“强筋健骨”,加快转型升级。

“加快探索转型发展的新思路,新方向,是电线电缆行业目前要面对的重大课题。路径之一是,要通过互联网+战略实现效率提升,向智能制造转型。”国际智能电网联盟理事、中国智慧工程研究会副会长武建东认为。

远东宝网络科技股份有限公司总经理孙录在接受《经济日报》记者采访时说,“互联网思维为各行各业提供了新的发展途径,线缆行业同样也不例外。”

作为电工电气行业影响力最大的网络平台,买卖宝已抢先一步拥抱互联网并取得了优异成绩。据孙录介绍,买卖宝2014年营收达到15亿元,连续3年保持高速增长。目前日均浏览量超10万人次,拥有500多家优秀供应商会员以及5000多家有效买家会员,并已经在全国各地建立了自己的交割库和分支团队。

河南省产品质量监督检验院主任贺明志则提出,电线电缆行业要加快兼并重组步伐。他在接受采访时表示,企业要加强自律,把好质量关,决不能以牺牲产品质量的手段来求生存。要加快兼并整合,让质量过硬的企业做大做强,这是寻求化解产能过剩的良方。

**GOVERNMENT OF ANDHRA PRADESH
FOREST DEPARTMENT, HYDERABAD, INDIA**

分等级红木(檀香紫檀)全球电子投标拍卖公告-2015/第二组

根据濒危野生动植物国际贸易公约(CITES)的惯例,以及印度政府外贸总局(D.G.F.T)、印度政府工商部商务部门允许以原木形式出口红木等进出口政策许可,印度海德拉巴市安德拉邦政府林业部特此发布3500公吨分等级红木(第二组)销售公告,红木所在地址为印度安德拉邦州契托尔区雷尼贡达镇 Central Warehousing Corporation 仓库。

以上红木将通过 M.S.T.C.Ltd. 公司以电子投标拍卖形式进行销售,销售时间为2015年6月17日至2015年6月20日。有意向的投标者或相关代表可于2015年5月9日至2015年6月16日期间工作日10:30至17:00(印度标准时间)查验红木在售数量。国内外投标者均需在 M.S.T.C.Ltd. 预先注册,其中已经注册并仍在有效期内的竞标者无需再次注册。

竞标预售说明会将于2015年5月29日11:00(印度标准时间)在 Conference hall, 6th floor, O/o the Principal Chief Conservator of Forests, Aranya Bhavan, Saifabad, Hyderabad, India 举办。销售条款和规定以及所公布的销售份额详情请登录网站: <http://forest.ap.nic.in>, <http://www.mstcecommerce.com> 以及 <http://www.mstcindia.co.in>。

联系方式:
A.P. Forest Department, Hyderabad, India.
电话: +91 40 23231500/+91 40 23231461
邮件: prlccf_wlcw_apfd@ap.gov.in, apccfprodapfd@ap.gov.in
M.S.T.C.Ltd., Hyderabad.
电话: +91 40 23301039/49
邮件: dsreenivas@mstcindia.co.in, jakhtar@mstcindia.co.in

Sd/-A.V.JOSEPH,
Pr. Chief Conservator of Forests(Head of Forest Force)
A.P. Forest Department, Hyderabad, State of Andhra Pradesh, India.