

热点 点击

我国正在编制南沙岛礁民事功能设施建设方案

本报北京6月18日讯 记者林火灿报道:国家发展和改革委员会有关负责人18日证实,为有效保障南沙岛礁民用需求,为国际社会提供南海海上救助等公共服务,促进海洋科研等国际合作,国家发展改革委已经会同有关方面组织编制南沙岛礁民事功能设施建设方案。

这位负责人介绍说,民事功能设施建设方案立足于改善驻守人员工作和生活条件,履行国际责任和义务,维护南海航行安全,加强域内国家合作等,集中体现节约集约利用资源、严格保护海洋生态环境的理念,拟规划建设一批通讯导航、环境观测、防灾减灾、交通运输、运行保障、生产生活配套类设施。

我国南海岛礁建设内容主要包括

建设国际航路岛礁大型综合灯塔,并设置AIS基站等区域无线电导航设施和VHF基站等海上安全通信设施

建设海上应急救援设施,配备应急救援打捞、海事航保溢油应急处理等设备,并满足救助船舶的停靠补给,为过往渔船等船舶提供停泊、避风、补给及维修等服务

建立地面气象观测站和海洋观测中心,以满足海啸预警、地震监测、海洋环境监测等方面的需求

建立海洋科研中心,开展海洋科研、海岛保护、生态建设、岛礁科学综合研究等活动

建立综合性医疗和急救设施

修建污水和垃圾处理设施



深圳与腾讯合作建设智慧城市

本报深圳6月18日电 记者杨阳腾报道:深圳市人民政府与腾讯公司6月17日签署战略合作协议,双方将在营造互联网产业发展环境、推进“互联网+”应用、建设智慧城市等方面展开紧密合作。

根据协议,双方合作依托的是深圳成熟的互联网产业基础和政策环境,以及腾讯在移动互联、大数据、云计算、创业基地、微信、QQ等领域和平台的领先优势。合作以“互联网+”解决方案为具体结合点,双方将探索运用微信、QQ等信息平台,推进民生领域的“互联网+”应用,为市民提供更丰富便捷的公共服务。同时,腾讯还将发挥云计算能力和大数据技术优势,提高政府决策的科学性和准确性,并在打击信息诈骗、数据加密等方面着力,强化城市信息安全。

在“互联网+金融”方面,深圳将支持互联网金融企业开展业务创新,探索建立多层次投融资服务体系,发挥金融创新对实体经济的服务支撑作用,培育新的经济增长点。

根据协议,双方还将打造腾讯众创空间,为优秀的互联网创业者提供低风险、低成本的一体化全要素创业支持,在深圳打造互联网“大众创业、万众创新”的生态环境。

协议强调,深圳市政府将继续支持和推动腾讯及其关联公司扎根深圳、服务深圳,打造具有国际影响力的互联网龙头企业。腾讯则将积极打造创新的社交平台、支付平台、购物平台、娱乐平台等新商业模式,促进深圳经济转型升级。

金视界



6月17日,在北京顺义鲜花港百合文化节现场,游客欣赏绽放的鲜花。据介绍,本次百合文化节活动共展示100余种百合花,数量约100万株。此外,顺义鲜花港还首次引入大型动漫主题展览,许多经典卡通形象将与游客见面。 本报记者 赵晶摄

“北上广深”领涨 三四线城市低迷

5月楼市冰火两重天

本报北京6月18日讯 记者亢舒报道:国家统计局18日公布了5月份70个大中城市住宅销售价格变动情况。数据显示,与上月相比,70个大中城市中,新建商品住宅价格下降的城市有43个,上涨的城市有20个,持平的城市有7个。环比价格变动中,最高涨幅为深圳6.7%,最低为唐山下降0.6%。5月份,楼市较为显著的特点是城市间的分化进一步加剧,一线城市房价涨幅相对较大,二线城市房价整体较为稳定;大部分三线城市房价仍然下降。

一线城市与上月相比上涨较多,北京环比上涨1.4%,上海上涨2.6%,广州上涨1.5%。此外,天津、石家庄、太原、南京、杭州、宁波、合肥、厦门、南昌、济南、成都、无锡、九江新建商品住宅价格与上月相比微涨。

二手房方面,与上月相比,70个大中

城市中,价格下降的城市有28个,上涨的城市有37个,持平的城市有5个。环比价格变动中,最高涨幅为深圳6.3%,最低为安庆下降0.9%。

国家统计局城市司高级统计师刘建伟说,5月份70个大中城市新建商品住宅和二手房价格环比上涨的城市分别比上月增加了2个和9个。初步测算,5月份70个大中城市新建商品住宅价格环比综合平均涨幅比上月扩大0.7个百分点,二手房价格环比综合平均涨幅高于新建商品住宅。

刘建伟分析说,5月份房价环比上涨主要是一线城市涨幅较大所致,城市间分化加剧。据测算,5月份北京、上海、广州、深圳4个一线城市新建商品住宅和二手房价格环比普涨,4个城市环比平均分别上涨3.0%和3.8%,最高涨幅均是深圳,新房和二手房分别为

6.7%和6.3%,分别比上月扩大4.9个和3.9个百分点。

刘建伟说,尽管与上月相比房价上涨的城市个数有所增多,但与去年同期相比,70个大中城市房价还是普遍下降,但随着环比上涨,部分城市同比降幅有所收窄。数据显示,与去年同期相比,70个大中城市中,价格下降的城市有69个,上涨的城市仅有深圳1个。同比价格变动中,最高涨幅为深圳7.7%,最低为桂林下降10.1%。5月份,新建商品住宅价格同比下降的69个城市中,降幅比上月收窄的城市有30个,比上月增加15个。

政策暖风劲吹,是部分城市楼市回暖明显的重要原因。“330新政”之后,很多城市还进一步调整公积金等政策,为自住和改善性需求提供了更多支持。如北京提高公积金上限,调整至4654元,

缴存上限较之前提高了484元。江西省的公积金新政确定,无需先还清商业贷款,可直接向住房公积金管理中心申请“商贷转公积金贷款”,新购住房可提取本人、配偶及父母、子女住房公积金账户结存资金等。

一线城市与其他城市出现了明显的分化,国务院发展研究中心市场经济研究所所长任兴洲认为,之所以出现这种状况,是由于城市之间经济社会发展和公共资源等不均衡,一线城市的优质资源和人口优势决定房价率先止跌回升。三四线城市库存高,城市吸引力不足,是楼市持续低迷的主要原因。接受记者采访的多位专家表示,过去一年,一线城市积累了众多需求,在稳定住房消费的相关政策的作用下,一线城市出现了明显上涨态势。但从整体而言,楼市不会再出现整体大规模上涨。

今年“618购物节”,电商之间的竞争扩展到品牌、服务、配送和消费信贷各个方面——

电商争秀新玩法 消费凸显新趋势

本报记者 陈静

视点

新玩法,新创意,新趋势——

今年的“618购物节”,电商平台之间的竞争不再主打价格战,而是扩展到品牌、服务、配送和互联网金融等多个方面。这标志着电商平台正进入良性竞争阶段,有利于整体盈利空间的扩大。从网购产品看,我国的网络消费已开始从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费转变,这为各家电商提供了无限广阔的“蓝海”。创新的增值服务,全新的购物体验,将成为拉动网络消费的“新引擎”——

Infographic showing '618' shopping festival performance and new e-commerce platform trends. It includes data for Alibaba, JD.com, and Suning, highlighting sales growth and new services like '2-hour delivery' and 'campus分期'.

6月18日本来是京东一家电商的店庆日,如今成了各家电商平台共同的“618购物节”。中国电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青表示,对于传统的线下消费来说,6月属于淡季,因此各大电商加大打折力度,丰富活动内容,拉长活动时间,线上线下联动,最终让“618”形成了品牌效应,成为上半年网购促销的一个高峰。

来自网易旗下的比价软件——“惠惠购物助手”对其8000万用户的统计显示,截至18日下午17时,各家平台流量增长迅猛,苏宁达285.35%,天猫达159.94%,京东达81.89%。京东方面表示,截至18日上午11时,商品销售下单量同比增长2倍;国美在线则表示,截至上午10点,全站交易额同比增长306%,移动端交易额增长813.6%。

审视电商平台今年的“新玩法”,却可以看出不少“新意思”。以往的价格战“难见踪影,金融与物流配送新业务竞相推出,“618”成为电商平台们试水新商品和新服务的“演兵场”。中国电子商务研究中心助理分析师陈莉表示,“618”已不再集中于价格,而成为集品牌、服务、配送和互联网金融等多方面的竞争。“这是电商进入良性竞争的重要表现,有利于它们整体盈利空间的扩大。”

新产品竞相推出

6月16日,广州新光百货荔湾区店的一角排起长龙。年轻的妈妈们用手中的各个品牌的纸尿裤换取了一包包进口品牌纸尿裤。“进口纸尿裤免费换领”是网易旗下考拉海购“618”的线下活动。“很多进口品牌线下并没有店铺,没亲眼见过,网购总是不太放心。”白领王丽告诉记者。

今年的“618”被许多电商平台视为自己新频道和新品类的“推介会”。

京东在“618”当天推出了168套打折房源,借以推广自己的房产频道和金融产品。

国美在线的酒店预订业务正式上线,国美在线副总裁黄向平表示,目前供预订的高中低端各档酒店共计28万家。

1号店将触角伸向了以往鲜少涉足的智能硬件领域,联合小米、华为、海尔、联想、九阳等品牌厂家推出“618智能节”,为消费者提供智能生活解决方案。“拿小米来说,包括小米电视、体重秤、手环、空气净化器、手机等在内的9件智能硬件,将被以打包价出售给消费者。”1号店相关负责人表示。

创意营销注重互动

一些电商平台则把钱花在新互动方式和建立新消费习惯上。

阿里汽车联手广汽丰田、东风标致、北京现代、起亚汽车等车企,发起“上天猫抢豪车”活动,通过游戏的方式与消费者互动。阿里汽车事业部总经理王立成表示,“配合‘618’推出开展契合年轻消费者理念的创意营销,更容易吸引消费者注意。”

拍拍网则瞄上了新兴的社交购物趋势。拍拍总裁黄莺春介绍说,今年“618”,拍拍网成为手机QQ推出的“电商购物号”的第一批用户。“电商购物号类似于微信订阅号和服务号的集合体,用户关注后,电商购物号会出现在手机QQ的好友列表中的‘购物号’折叠信息中。用户邀请好友参与购物号发起的游戏,就可在社交链上分享红包。”在黄莺春看来,“618”是拍拍网下沉渠道,寻找社交电商价值洼地的好机会。

电商平台期望颇多,那么,消费者是否买账呢?来自惠惠购物助手的数据显示,家居用品、箱包饰品、服装鞋帽等成为今年“618”最热销的品类,而传统的热门类目电脑、手机和数码产品则热度不高。这其中,众家电商平台的促销策略显然功不可没。

消费信贷与物流新模式

今年“618”,作为消费支撑环节的消费信贷和物流环节也纷纷拿出了“新玩法”。

天猫在6月18日推出“天猫校园分期”业务。天猫校园分期负责人李好介绍说,在校大学生只要手机在线认证,就

能拿到最低3000元的分期额度,“天猫校园分期授信金额是根据大学生用户网购消费记录分别确定的,有利于控制风险。”在6月18日当天,仅天猫电器城就有1万多家店铺、50多万款产品支持天猫分期,涵盖3C电器、手机数码、大小家电,等等。

京东通过“京东白条”,苏宁通过苏宁“任性付”等,也分别推出了分期优惠活动。苏宁“任性付”最高授信额度可达20万元。

在物流环节,配送方式更是推陈出新。

“618”期间,苏宁将“2小时母乳速递”服务从上海扩展到北京、深圳、南京等7大城市,哺乳期的母亲可以将母乳从单位借由冷链配送快递回家。苏宁快递还推出了包装回收、代扔垃圾等一系列“奇招”。

京东则面向北京、上海用户提供

3公里范围内的超市商品、外卖送餐、鲜花配送2小时到达等服务。与此同时,发起众包物流,发动社会人员加入兼职快递队伍。

中粮我买网CEO赵平原表示,今年“618”,我买网的重心是生鲜产品,同样是为了向消费者展示其在全国60个城市健全的冷链物流布局。

1号店特意将其华南运营总部选在“618”投入运营。1号店副总裁王海晖告诉记者,“华南运营总部上线了国际最领先的包装自动化设备,整体包装效率较以前提升50%以上,实现了从分拣到包装包裹运输全部自动化完成,设备中还包含了3项专属1号店的专利。”

在业内专家看来,新奇的配送方式也是电商平台们对配送实力的一次集中展示,而其中冷链配送、承诺配送等则代表着物流配送服务未来发展的新趋势。

点评

□安之

从“一枝独秀”到“百花齐放”

今年的“618”电商促销各种“新玩法”,折射出的正是经济新常态下的消费新亮点。

从商品品类上来看,从“一枝独秀”变成了“百花齐放”。往年的“618”,数码产品和大家在各家电商平台的促销宣传中占据着最大字号。因为这些商品属于标准品,线上线下购买差异不大,更容易突破消费者网购的“心理防线”。今年电商平台上的“618”主打产品,从房产、汽车到生鲜和海淘,种类繁多。

在消费者这边,购买热度最高的品类也变成了鞋帽服装、家居用品和户外产品,手机和电脑等在榜单上排名靠后。其原因在于,消费者的网购习惯已经建立起来,消费心态也日趋成熟。网购领域正经历着从模仿型排浪式消费阶段向个性化多样化消费阶段的转化。

传统品牌的大举进军也为各行业的消费品生产企业上了一课,网购可以为解决低端过剩、高端短缺、高品质自主产品供给不足提供有效的渠道。在消费品企业转型升级的过程中,也应该更加重视互联网作为销售途径的推动作用,从而真正拉高“微笑曲线”的两个嘴角。

此外,从金融、物流配送等消费支撑环节的新服务可以看出,伴随着消费升级的进一步深化,创新的增值服务将成为网购品类拓展消费体验提升的“新引擎”,从而为培养消费信心,创造新的消费需求作出贡献。

网购的变化和网购平台对于诸多变化的应对,体现出的是人们消费观念和消费行为的变化。只有适应这些变化,提供新的解决方案,才能为经济增长寻找到新的内生动力。