

为消费者打造全新购物体验——

微聚焦

出租、回购、再上市

共有产权房,你关心的问题都在这里

本报记者 杨学聪

怎样申请共有产权房住房?共有产权房住房销售价格和个人持有份额怎么确定?共有产权房住房不动产证满5年后出售时,有哪些具体规定?近日,针对共有产权房住房的热点问题,北京市住建委作出了权威解答。为保障共有产权房真正让“夹心层”受益,北京在共有产权房住房的出租、回购、再上市以及后期监管等方面实现了创新、突破和提高,共有产权房住房的“共有产权”性质在上市后不会变更,真正实现“封闭管理、循环使用”。

共有产权房住房,是指政府提供政策支持,由建设单位开发建设,销售价格低于同地段、同品质商品住房价格水平,并限定使用和处分权利,实行政府与购房人按份共有产权的政策性商品住房。北京市住建委相关负责人表示:“截至2017年10月27日,北京已经供地尚未开始申购的共有产权房住房项目共26个”。

按照此前披露的《北京市共有产权房管理暂行办法》,一个家庭只能购买一套共有产权房住房。申请家庭承租公共租赁住房、公有住房后又购买共有产权房住房的,应在购房合同网签前书面承诺腾退所租房屋。该负责人表示,共有产权房住房具备申请条件后,由项目所在区住建委或房管局在其网站上发布申购公告,网上申购期限不少于15日。符合申购条件的家庭,可以在规定的时间内在线如实填写家庭资料并提交审核。申购过程全程在线办理,一般不需要提交其他书面材料。

对于购房款怎么算,物业费怎么交等细节问题,该负责人表示,购房人购买共有产权的价款,是项目销售单价与房屋建筑面积相乘总数。如:项目售价是22000元每平方米,购房者选择80平方米(建筑面积)的住房,总价款就是1760000元。共有产权房购房者应当按照本市商品住宅专项维修资金管理的规定,全额缴纳住宅专项维修资金。共有产权房住房的物业服务费,由购房者承担,并在购房合同中明确。

对比此前的自住型商品房,共有产权房住房新政对再上市、出租都有明确规定。根据规定,拿证满5年后,虽可按市场价格转让所购房屋产权份额,但要么是同等价格条件下被代持机构优先购买,要么是转让给其他符合共有产权房住房购买条件的家庭。个人份额无论是出售给代持机构,还是出售给其他符合条件的购房者,都不涉及出售和购买共有产权房住房的政府份额。“新购房者获得房屋产权性质仍为‘共有产权房’,所占房屋产权份额比例不变。”该负责人说。

不仅如此,虚假申购、违规使用的成本和惩戒措施也比此前有所提高。共有产权房住房新政规定,申请人不如实申报、变更家庭户籍、人口、住房、婚姻状况等,伪造或提供不真实证明材料的,禁止其10年内再次申请北京各类保障性住房和政策性住房。共有产权房住房购房者,同住人违反购房合同约定,且拒不按代持机构要求改正的,可以责令其腾退住房,禁止其10年内再次申请本市各类保障性住房和政策性住房。

直播间

“沉睡”银行卡要被注销了

从11月份起,部分“沉睡”银行卡真的就用不了了。浦发银行宣布,将从11月份开始,对在2016年12月31日之前发卡且今年前3个季度未发生任何交易的“双零卡”账户信息管理升级。升级后,长期不用的“双零卡”将不能使用,其他银行也在陆续跟进这一举措。为何要清理?如果自己的卡被清理了,还能重新启用吗?

江苏网友泡泡:什么是“双零卡”?为什么要清理这类卡?

主持人:“双零卡”指存款余额和应计、未计利息数均为零的银行“沉睡卡”。今年以来,银行对“沉睡卡”的管理不断加码。此前,招商银行公告称为为了保护账户安全,将从今年7月15日开始,对不符合条件的长期未使用且余额为零的个人账户作销户处理。浦发银行此项措施则更为严格。

之所以要清理,实际上是因为人们手里的闲置银行卡太多了。中国银行业协会发布的数据显示,截至2016年年底,中国银行卡累计发放63.7亿张,中国人口总数接近14亿,平均下来每人持有的银行卡数量将近5张,但累计活卡量只有41.8亿张,“沉睡卡”21.9亿张,已经占到了1/3。也就是说,每个人持有的“沉睡卡”平均接近2张。所以,各家银行先后采取措施加以清理。

浙江网友小叮当:银行清理这些卡会通知到个人吗?

主持人:银行注销银行卡时,并不会通知持卡人。如果想唤醒这些“沉睡卡”,需要通过银行柜面、ATM自主渠道、网上银行或者手机银行等任一渠道办理一笔业务或者进行转账等交易,这样就不会被银行强制销户。

对消费者来说,应清理自己的银行卡,不需要的卡应该尽快取出余额然后销户,以免被扣除年费和管理费甚至被不法分子盗用,给正常生活带来不必要的麻烦。有专家也提醒,随着第三方支付业务的快速发展,部分第三方机构违规留存银行卡数据等问题突出,成套的银行卡可以卖到上千元。不法分子拿到银行卡后一般会用于洗钱或诈骗犯罪。

天津网友candy:被清理后还能重新启用吗?

主持人:清理后,所持卡片的账户信息将不会在网银、手机银行、电话银行、自助设备等渠道显示。如需正常使用,持卡人需要携带该借记卡及个人有效身份证件至网点柜面办理“双零卡”启用手续即可,重启无需任何费用。(本期主持人 钱箬璇)

“双11”有好物无套路

经济日报·中国经济网记者 黄鑫 吉蕾蕾



图为京东物流的全流程无人仓。

本报记者 黄鑫撰

又是一年“双11”,不仅消费者的购物热情不断高涨,电商平台更是“奇招”频出,线上线下融合、无人店亮相……无界零售让这个“双11”扩展到前所未有的丰富场景中。同时,以人工智能、大数据等为代表的核心技术则在背后驱动整个零售系统的资金、商品和信息流动不断优化,为整个行业带来了积极的变革力量——

又是一年“双11”,与往年相比,相同的是,消费者的购物热情在年底迎来了一轮高峰,不同的是,今年的“双11”更加强调品牌和质量。比如,京东今年就把“双11”命名为“全球好物节”,其对商品品质的要求不言而喻。

让城乡共享高品质商品

“我们希望让全国都能享受到高品质商品,并通过数据赋能反哺品牌商,帮助品牌商应对线下增长乏力、线上营销过度等困局。”京东集团CMO徐雷说。

早在10月16日,京东新通路就率先打响了“抢货大战”第一枪。依托慧眼大数据系统的分析,京东新通路携手十大畅销品牌,联动数十万家门店,在全国范围内掀起“京东11.11,进店挑好物”活动。以往“双11”的火力主要集中在一二线城市中,此次京东新通路携手品牌商和中小门店将正品好物全面铺向中国各级市场。

“好物”彰显了京东及其品牌合作伙伴对商品品质的不懈追求,京东商城新通路事业部市场营销部总经理王征表示,京东新通路自其诞生之日起,便以在全国范围内打击假货、水货、冒牌货为己任,并与品牌商和终端门店一起,力争让中国的广大城市和乡村都能享受到高品质商品。

为此,京东还在“双11”前和拜尔斯道夫公司签署了战略协议。拜尔斯道夫拥有非常全面化的品牌和产品体系,为了满足中国不同城市消费的升级需求,拜尔斯道夫将给予京东新通路专属支持,定制开发针对中小城市和农村市场的产品。比如,妮维雅将在全线产品与京东新通路合作的基础上,进一步上线德国原装进口商品,如面霜、手霜、身体护理、沐浴产品等。

我国自主品牌产品已日益占据市场主导地位。据了解,目前,在消费品领域,家用电器、服装家纺等产业自主品牌占有率高达80%以上;丝绸、陶瓷、白酒等民族文化特色显著的产业占有绝对市场优势;在手机、汽车、日化等国外品牌影响较大的产业,自主品牌竞争力也在快速提升。同时,在工业品领域,主要产品的竞争力也不断提高。机械、精细化工等产品市场占有率也达到80%以上。

面对极限峰值考验——

人工智能应战“双11”

本报记者 陈静

面对“双11”,最大的难点在于,这场购物节的峰值巨大但极其短暂,如果盲目“加码”人工并不划算;但另一方面,随着消费升级趋势日益明显,消费者对服务体验的要求也“水涨船高”。人工智能“黑科技”成为今年解决这一矛盾的突破口。

与人类交互是人工智能的重要发展方向之一,包括亚马逊智能音箱Echo、微软“小冰”等,都朝着“搞明白你在说啥”这个方向不断努力。在智能客服领域,除阿里巴巴之外,网易七鱼、智齿客服等可供商家的选择同样不少。

对于它们来说,面前的难题有两个:一是要判断出用户意图,到底想要问什么;二是判断出这个问题机器能否解决,是否要交给人类客服。其中,语义识别是核心技术。网易七鱼资深行业架构师赵连杰表示:“七鱼应用了网易多年来训练出的通用语义理解模型,使得机器人能准确理解用户提问,语义理解准确率达97%,这是保证‘双11’商家响应速度的关键。”

阿里巴巴则用上了大数据。“我们来分析你的商品、活动、订单和之前的人工服务数据,结合行业和平台会遇到的普遍问题,来帮商户初始化问答能力。这样机器客服一上来就能解决30%至40%的问

题,并能直接调取数据。这也意味着在这些问题上,机器比人工客服响应更快,更准确。”阿里巴巴集团智能服务事业部总经理赵昆表示。

更重要的是,一个新岗位被设计出来:“人工智能训练师”——“也被戏称为‘人工智能饲养员’,商家会挑选最有经验的客服来承担这个职位。”赵昆介绍说,这个职位要理解算法的原理,还要懂业务,负责不断优化店铺机器客服。“不同行业,比如卖空调和卖服装的,用户的问题肯定不一样。‘饲养员’们要告诉人工智能,哪些回答回答得好,哪些不好,不好的要怎么修正;也要告诉它们,哪些是重点关注的‘关键词’。”赵昆说。

然而,这些都是人工客服能办到的。机器客服被赋予的期望是,完成人工客服无法完成的事情:分析用户行为,主动出击。智齿客服联合创始人吴立楠表示:“订单的提升建立在深入了解用户的基础之上,包括用户分布地域、进入渠道、类型特征等。与人工客服相比,机器客服在这方面的优势显而易见。”

但是,在物流配送环节,人工智能直接在人力上的“替代”十分有限。今年“双11”,物流配送又持续着“高压”状况。国

多个“黑科技”产品。

马松告诉记者,“双11”期间,京东自主研发的无人便利店和无人超市将在京东全球总部园区正式开业。“无人便利店背后的京东智能门店科技系统是全球首个可模块化组装的智能门店系统,其中包含‘智能货架’‘智能感知摄像头’‘智能称重结算台’‘智能广告牌’等模块,能灵活组合,适应超市、便利店、加油站等各种应用场景。”马松说,与无人便利店的原理相同,无人超市通过人脸识别、图像识别等技术,挑选货物后,只要通过结算通道走出超市即可,为消费者提供最流畅的购物体验。

除了无人店,京东自主研发的全球首个全流程无人仓在“双11”期间也将在上海投用。全流程无人仓实现了从入库、存储、分拣的全流程、全系统的智能化和无人化,具备日处理20万单的能力。此外,今年“6.18”购物节期间,京东就已正式运营的无人机、配送机器人的运营范围将进一步扩大。目前,京东的无人机已经在西安、宿迁等地开通数十条航线,飞行上万公里;配送机器人也已在北京、浙江、陕西、湖南等多地园区运营;京东在国内物流领域首次推出的无人货车也在密集测试中。

优质体验将覆盖城乡末梢

“以前只知道‘双11’盯着手机、电脑网上抢货,货是抢到了,但收到货物时,常会遇到不满意、不合适的情况,退换货又很麻烦,这样的购物体验实在不如意。”家住山东威海环翠区的刘女士告诉记者,今年小区门口开了一家京东便利店,不仅可以实地挑选家庭日用品,还能就近订购京东商城里的商品,即使遇到退换货情况也方便了很多。

刘女士所说的京东便利店,并非传统意义上的便利店形态,而是京东线下版本的创新型智慧门店。京东商城新通路事业部市场营销部总经理王征介绍说,在大数据分析的基础上,用京东的商业理念赋能线下门店,除了提供优质货源外,京东便利店还采用“城市资源+京东”模式主动为社区居民服务,成为居民的私人管家。

家邮政局预计,今年“双11”期间,邮政业处理的邮件、快件业务量将超过15亿件,比去年同期增长35%;预计最高日处理量比去3.4亿件,是日常处理量的3倍。

然而,机器并非无所作为。实际上,人工智能在物流配送环节的介入甚至涵盖了“双11”物流配送的各个环节。以事前帮助商家预先配货的城市分仓为例,京东物流集团运营总监柏耀伟告诉记者:“这两年大促后,长途大宗货物运输量都在下降。这是因为大数据在推动高峰前置,基本上大促前一周,根据销量预测,所有货物的布局就完成了。它们被分配到京东在各城市的仓库中,这样订单就可以就近完成。”

“双11”开始后,人工智能同样在智能仓库里提供着“全能视角”。菜鸟网络人工智能部负责人徐盈辉介绍说:“在广东惠州仓、天津武清仓、武汉黄陂仓的几个智能仓库中,人工智能一方面为机器人设计和优化捡货线路,另一方面也在对未来作出预判。”

订单出库后,就进入了运输环节。智慧物流网公司G7首席技术官吴海波表示:“实际上,物联网技术的应用就是我们在车辆上加装传感器,可以实时监测物流

优质的用户体验也离不开完善的供应链服务。今年“双11”期间,京东的供应链服务实现了重大业务升级。京东集团副总裁、京东物流规划发展部负责人傅兵表示,京东物流拥有的全球唯一中小件、大件、冷链、B2B、跨境和众包6张物流大网,“双11”期间将全面发力,单日总运力预计将超2000万包裹量,全面覆盖全国城乡末梢。此外,京东将调动超过500万物流人员,2万余条运输线数万辆车24小时不间断滚动发车。

与此同时,为了提高配送的效率,今年“双11”京东物流还借助大数据,在三四线城市布局更多本地仓,并利用京东各类线上线下结合的门店推进“前店后仓”模式。此外,今年“双11”,京东还专门为农村消费者打造“京东帮移动仓”,将适合农村市场的大件商品提前部署到离消费者最近的“京东帮服务店”中,实现农村最快3小时极速达,最大化提升农村消费者的用户体验。

共享的概念在今年保障“双11”平稳度峰值方面也有所体现。据介绍,京东物流整合了各大品牌商、门店等社会化资源,“双11”期间将实现商家线上线下库存共享,从门店就近发货。目前,京东已经与沃尔玛合作试点“库存互通”,这意味着,遍布全国的沃尔玛超市将秒变京东仓库,消费者订购的商品只要在周边沃尔玛门店有货,京东小哥立马取到送货上门。

“双11”期间,京东物流还将有约20万个生鲜冷链智能保温箱投入运营,消费者可以随时查看在京东上所购自营生鲜商品的运输位置以及温度反馈,实现全流程可溯源。这标志着京东物流建立起中国首个生鲜冷链物流全流程智能监控体系,实现了“0断链”“0腐损”,创建并引领中国冷链物流市场标准。

“未来的零售一定是无界的。”徐雷认为,从消费者、场景、供应链到营销,变得极为分散、多变,跨越时间、空间的任何限制,打破生产商、品牌商、平台商的界限,数据充分融合流动,推动行业效率全面提升,同时京东也将以全面拥抱“无界零售”的战略思维打造一个全新的“双11”,推动各种融合产生化学反应,为消费者打造全新的购物体验,并为行业带来积极的变革力量。

运输全程,包括车辆、路况、货物、发动机的运行情况甚至驾驶员的操作。这样,我们就可以预测出时大促峰值时,车况怎么样,驾驶员何时即将进入疲劳驾驶,甚至可以通过信息共享和互通来规划运力。”

在广告宣传方面,今年“双11”也有新变化。当你打开电脑端或者手机端的淘宝,你会看到琳琅满目的活动海报。但你知道吗?今年这4亿张海报,完全是由人工智能设计师自动生成的。“去年‘双11’,我们生成了1.7亿张海报。熟练设计师做一张海报大概需要20分钟。这意味着,需要100个设计师不吃不喝工作300天。虽然今年工作量又翻了一番多,‘鲁班’却可以一天做4000万张海报!”阿里巴巴智能设计实验室高级交互设计专家吴春松颇为骄傲,“鲁班”正是这位人工智能设计师的名字。

吴春松表示,“鲁班”的意义不仅在于替代人类设计师完成繁重的重复性工作。“还意味着‘千人千面’真正成为可能——我们有了4亿张海报,就决定了每个人打开淘宝看到的活动图片可以是不一样的。比如,你是时尚达人,看到的就是潮牌服装;你是数码爱好者,看到的就是最新款手机。”吴春松说。