



■本报记者 李娜 高柱 实习生 张晶晶

“第一次,与独具风范的你,在这里相遇。”2月1日晚9点,一则凯迪拉克广告在部分微信用户朋友圈内推广,尽管图文俱佳、音乐悠扬、高冷范儿足,但与1月25日微信首批广告上线受到用户高热度刷屏讨论的“高规格待遇”不同,这则广告似乎只是安静地在朋友圈“走过”。

随着微信官方朋友圈广告的全面来袭,公共营销声势浩大地进入用户朋友圈的私密空间,“广告”能否如微信团队期待的那样“成为生活的一部分”,社会各界看法不一。

首发广告被高热度刷屏

“广告,也可以是生活中的一部分。”1月21日,微信团队悄无声息地发了一条推广信息,开始测试朋友圈广告功能。1月25日,来自“宝马中国”、“vivo”、“可口可乐”3个品牌的首批微信朋友圈广告上线,迅即成为当晚朋友圈热议焦点。

由于此前有传言,微信首批广告系根据用户消费能力而做出的定向推送,因此网上

“友情绑架”难长久,销售模式存争议,真假难辨无保障,监管空白难维权……工商管理局相关负责人表示,存在于私密社交圈的微商,自由度高、流动性大、虚拟性强,相关部门很难进行监管

微信朋友圈“卖货”:红利期已过面临洗牌

■本报记者 李娜 高柱

经历过过去一年朋友圈内刷屏式广告“狂轰乱炸”,时至今日,微信朋友圈卖货已不再是什么新鲜事。

然而,记者调查采访发现,由于面临“友情绑架”难长久、销售模式存争议、真假难辨无保障、监管空白难维权等现实困境,朋友圈内一度火热的刷屏卖货行当如今出现了日渐衰微之势。有业内人士分析,以朋友圈卖货为代表的早期微商雏形红利期已过,未来或将面临洗牌。

“友情绑架”多为一锤子买卖

作为私密性社交平台,当朋友圈异化为购物圈,到处充斥着商业化气息,“友情绑架”下的购物行为难以避免,不少用户大呼欲逃离“这片是非之地”。

“在朋友圈购物更多的是为了捧场,即使对货品不满意也只能忍气吞声。”去年,微信用户刘女士经常收到朋友圈好友对一款化妆品的宣传信息,本打算作为生日礼物送给母亲,可收到货后才发现与店面描述相差甚远,“怎么看都不像正品,不敢给母亲用,也不好意思找朋友理论,只能认

春运记事

那些默默奉献在特殊春运岗位上的人们

■本报记者 刘静

为了迎接春运,许多铁路职工默默奉献在不为常人所知的岗位上。

落坡岭的打冰人

落坡岭,元代著名大戏剧家马致远的一曲“枯藤老树昏鸦,小桥流水人家”千古流传的佳句就创作于此,昔年的“流水”、“小桥”,已演变成了如今的水宽池深的落坡岭水库和雄伟高大的铁路桥。也正是因为这里的水和桥,让落坡岭检查保养工区跻身于北京铁路局条件最艰苦、任务最艰难的工区之一。

“我们工区管内,有两座桥的桥墩浸在水中,每到冬季,我们要增加一项对桥墩积冰的清理工作,而且是一项很重的任务。”工长韩庆伟介绍说。

韩庆伟所说的两座桥,就是凌驾于落坡岭水库之上的两座铁路桥。每年冬天,水面都会冻结成七八毫米厚的冰层,工区每天都要组织人力到桥墩周围破冰,以保证桥墩一圈与冰层保持一米的无冰区。

在工具室内,记者见到了工区除冰所用的“特种装备”:有砸冰用的手把杆足有3米多长的木锤,有凿厚冰用的30多斤重的钢镚子,有捞冰用的大箬篱,还有穿在脚上防滑的脚垫……

“砸冰时,先用木锤将冰敲碎,再用箬篱把碎冰捞出来,冻得结实的冰就用钢镚子凿。”韩庆伟回忆了一次打冰过程:这里是河道也是风口,刮风是比较常见的,但那天的风很大,套着脚铁在冰面上站都站不稳,只能提前把安全绳系在职工身上。砸冰时,一锤子下去,溅起的水花被劲风吹到脸上、身上,立刻

一则“年收入100万元以上,消费能力强,收到的是宝马广告;买不起iPhone 6但买得起小米的,收到的是vivo广告;连小米,甚至红米都买不起的,收到的是可口可乐广告……”的段子在朋友圈内火速传播。

一时间,微信首发广告成为全民热议话题。故有收到“宝马中国”广告者截屏晒图炫富,收到“vivo”和“可口可乐”者或自嘲或吐槽,其结果便是促成了广告的二次、三次甚至多次传播,几乎所有用户的朋友圈都成为广告海洋。

“这是互联网狂欢的文化,寂寞的个体在这样的狂欢中‘刷存在感’。”清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为,广告推送中形成的一种身份差异和象征引发了更多讨论,享受广告的少部分人“绑架”了不关注广告的大多数人,就此而言,微信的首次广告营销是成功的。

信息流广告或成营销“富矿”

事实上,微信此番带来的信息流广告并非首次出现在中国社交网络,而是在微博国内试水两年后的大举跟进,之所以受到如此关注,与其自身发展潜力关系密切。据中国电子商务研究中心数据显示,微信上线至今,全球累计注册账户数11.2亿,每天朋友

随着微信朋友圈广告的正式上线,微信朋友圈成为不少企业新的广告场,但专家认为,基于长期运营的角度,应在商业价值和微信的私密性之间找到平衡点

微信朋友圈广告:精准投放还是“绑架”营销

圈内仅分享链接内容的次数已经超过30亿次。日常使用中,76.4%的用户会使用朋友圈来查看朋友动态或进行分享,微信朋友圈无疑成为不少企业新的广告场。

据腾讯公司对外发布的《微信广告系统介绍》,微信朋友圈广告采取CPM(每千人成本)方式售卖;若定向北京、上海两座核心城市的用户,每千次曝光价格140元;若定向其他一二线城市城市的用户,每千次曝光价格90元;若不定向区域推送,每千次曝光价格为40元;如果广告主在此基础上还需要定向性别推送广告,价格将上涨10%。如此换算下来看,相当于用户每看一次有广告的朋友圈,微信至少向广告主收费4分钱。

有消息指出,微信未来还将按照用户的点击量来收取广告费用,甚至打通广告与微店连接。“微信营销空间不可限量。”有业内人士测算,微信朋友圈有望在2015年贡献超过100亿元人民币的营收,未来,潜力巨大的微信商业广告将为腾讯带来一笔可观的收入。

能否保证用户体验尚待观察

对于微信推出朋友圈的广告行为,一项

无实体的下线发展,分销代理各个环节始终有商品在流动,但在某些方面微商营销已经濒临传销的边缘,甚至有的通过不断发展下线已经算得上是在线传销了,如果任由其发展,势必会造成严重后果。

与分销代理相比,直接向上级发货的代销模式对产品的质量提出严峻考验。记者了解到,有些厂商为谋取巨额利益,便制造假冒品牌商品销售给代理商,虽高喊“支持专柜验货”,但有业内人士表示,专柜根本不会对非正规渠道货品提供验货服务,因此最终受损的只能是朋友圈卖货的商家以及基于信任购买其商品的圈内好友。

骗局陷阱难防 用户权益无保障

2014年10月15日,曾先生致电四川乐山市工商局消费者投诉举报中心,称其在浏览微信时无意中发现了一条iPhone6代购信息,对方吹嘘其入港代购能力和手机性价比全网最低,且经常晒出成功交易订单。曾先生经几番交流后向“微商”打款8000余元购买两台iPhone6,但打款后“微商”就没有了音信。曾先生再联系该商家时,发现已被其删除好友。

四川省工商管理局相关负责人表示,存

对于2000条网民评论的分析显示,支持者比例为25.6%,反对者为34.1%,持中立态度的40.3%,而其中有21.6%的人担忧大数据分析侵犯个人隐私,18.4%的人反感朋友圈广告堆积。

一直以来,朋友圈充斥代购、销售等信息的现象屡遭诟病。于是,在朋友圈刷屏营销问题尚未解决之际,微信官方推送广告行为引发了不少争议。有人认为微信朋友圈试水商业广告或有激进营销、舍本逐末之嫌,也有人认为待用户新鲜体验感消失,微信朋友圈广告终会变为碍眼的东西。另有业内人士有着不同的解读,他们认为微信推送官方广告或将成为微商广告、朋友圈广告规范化监管的开始。



在于私密社交圈的微商,自由度高、流动性大、虚拟性强,相关部门很难进行监管。

根据四川省网络交易监管平台数据显示,截至2014年该省总计建立24.4万个网络经营者经济户口信息,然而其中并无一家微商,四川省保护消费者权益委员会秘书长肖向荣表示,大部分微商没有营业执照,也没有第三方交易平台,“一旦出现纠纷,消费者的权益很难得到法律保障,维权存在很大困难。”

朋友圈卖货“难再续”

针对微信朋友圈卖货乱象,四川省政协委员、成都市律师协会副监事长谢佳佐认为,微信买卖目前尚无专门针对性法律规范,还有不少细节需要明确,平台运营商应对微信

本报讯(记者吴锋思)近日,福建省公布了今年第一批省级挂牌督办环境违法排污问题的18家企业名单,这比往年早了许多。另外,被称为“史上最严”的新环保法今年1月起施行,面对越刮越猛的环保风暴,不少企业纷纷投入资金改造,转型升级。

据了解,新环保法既规定企业守法治污、依法排污的义务,也规定政府部门依法行政、

环保执法将从“一阵风”变为常年频刮的“四季风” 铁腕治污倒逼企业转型升级

监管执法的责任。福建省环保厅表示,环保执法将从“一阵风”变为常年频刮的“四季风”。“环保问题将越来越严,如果不抓住时机转型升级,有可能在这一轮洗牌中出局。”漳州一家光学企业的负责人表示。新《环保法》的实施让企业意识到,先污染后治理的理念已经过时,转移不如转型。

“我们已经做了预算,今年投入200万

据腾讯发言人介绍,目前微信仅选择部分用户发布了广告,广告机制还在不断完善中,未来仍会将用户体验放在首位。但无论怎样,随着微信广告功能的上线,都将会对用户使用习惯造成一定的负面影响。

对此,北京大学新闻与传播学院副院长陈刚在接受采访时表示,从长期运营的角度,微信朋友圈广告必须在商业价值和微信的私密性之间找到平衡点。

中国传媒大学广告学教授丁俊杰则认为,微信朋友圈广告若想长久健康发展,必须坚持“用户至上”原则,基于大数据进行营销要注意保护用户的隐私,“腾讯在通过微信朋友圈收取广告费的同时,可以考虑回馈给用户一定的补偿。”



买设置准入门槛,加强监管,对假冒伪劣产品予以封杀,同时对用户进行信息公开。

有从事电商行业人士表示,朋友圈卖货缺乏完善的交易体系和信任机制,这批通过暴力刷屏等“简单粗暴”手段谋利的早期微商,已将朋友圈的红利期消耗殆尽,未来发展将越来越难。

“C2C(客对客)的朋友圈卖货在业界也面临诸多质疑,这一既伤用户又损品牌的模式必然遭遇洗牌。”微盟创始人孙涛勇表示,微商是企业或个人基于社会化媒体开店的新型电商,产品质量、品类选择、物流和维权都至关重要,而基于朋友圈信任的推荐非常宝贵,相信以B2C(商对客)为主导的模式才是微商真正的未来。

元,用于购买自动废水处理设施。”泉州中立五金设备公司的总经理冯志疏说,工厂在处理金属表面过程中会产生酸洗废水,将运用自动化设备进行处理。据了解,启用这套设施之后,可以在无人值守的情况下自动运行处理污水,工作人员也可以随时了解污水净化状况,同时,环保部门也可以通过与设备联网的监控平台随时了解净化

后的水质状况。

据了解,去年初以来,省环保厅改革执法监督方式,执法力量前移,以市、县(区)为单元分区划片突击排查,采取“四不四直”的查案方法,不定时间、不打招呼、不听汇报、不要陪同、直奔现场、直接排查、直接处罚、直接曝光,涉嫌环境污染犯罪移送公安机关、挂牌督办、立案处罚案件,数量都大大高于往年。

据了解,去年初以来,省环保厅改革执法监督方式,执法力量前移,以市、县(区)为单元分区划片突击排查,采取“四不四直”的查案方法,不定时间、不打招呼、不听汇报、不要陪同、直奔现场、直接排查、直接处罚、直接曝光,涉嫌环境污染犯罪移送公安机关、挂牌督办、立案处罚案件,数量都大大高于往年。

“我们已经做了预算,今年投入200万

实际,他归纳出设备检修的“三忌”口诀,大大提高了设备维修质量,他吃苦耐劳,率先表率,每天早中晚三次跟班作业,仅吴堡隧道单趟巡视就要4个多小时。随身携带的笔记本上记满了每天巡视时间、巡视项目、设备故障以及解决方法等。凭着一股不服输的劲头,硬是在最短的时间里,根据现场实际和隧道内温度变化研究出了科学处理安全隐患的方法。在他的带领下,他们工区也创下了连续四年设备零故障的好成绩。(于海 邢东升 任伟)

年度中国经济新闻大赛进入倒计时

本报讯“第二十七届中国经济新闻大赛暨2014中国十大青年创业经济新闻人物”评选活动已经启动。1月31日,活动主办方中国经济报刊协会负责人就评选工作的相关情况在北京向媒体进行通报。

据介绍,本次评选活动中,推选“最具影响力经济新闻报道”和年度“青年创业新闻人物”是协会系列评选活动中的两个亮点,一个是打破传统新闻评奖的模式,关注作品的内容和影响力,力争打造含金量更高的经济新闻报道,一个是紧紧围绕党和政府关心的“就业”问题,通过青年创业新闻人物的典型事迹带动“全民创业、草根创业”。经国家正式批准的公开发行的报刊单位和具有新闻业务资质的网站,均有推选作品和人物候选人的资格。青年创业新闻人物须是2014年新闻媒体报道过的优秀人物。

协会负责人表示,2014最具影响力经济新闻报道和第二十七届中国经济新闻大赛暨年度青年创业新闻人物的推荐和参评稿件、人物的申报和评选工作已进入倒计时。有关详细内容可查阅中国经济报刊协会官方网站。评选活动为公益性活动,得到南京中脉科技发展有限公司和广东道和投资产业集团有限公司的大力支持。

国航春运预计投入近44900次航班

本报讯(记者刘静)记者日前从中国国际航空公司(简称“国航”)了解到:国航春运期间预计投入航班近44900班次,投入座位数共计约855.6万个,运力投放总量相比2014年春运同期增长约9%;安排加班3650班次(国内航班3200余班次,国际及地区航班400余班次),相比去年同期增加约34.7%,基本覆盖了探亲、返乡和旅游人群较为集中的热点航线,如北京至海口、三亚、丽江、佳木斯、牡丹江、哈尔滨、武汉、长沙,成都至林芝、拉萨、海口等国内航线,以及北京、杭州、上海、重庆、成都至台北等地区航线。

考虑到春运期间有可能出现的雨雪、冰冻、大雾等天气,国航有针对性地进行重新梳理、完善了各项处置预案和保障措施。

长三角铁路首趟春运临客提前开行

本报讯2月1日7时1分,由上海南站始发的3663次旅客列车驶向成都,这是今年长三角铁路开出的首趟春运临时客车。当天,该局从上海、杭州开往成都等地临客5列。

春节前,长三角返乡客流主要集中在上海、杭州、温州、宁波、义乌、南京和合肥等地区。尽管距离今年春节还有十多天时间,但长三角地区往云、贵、川等方向的客流提前涌动。为了方便旅客平安返乡过年,上海铁路局提前组织人员、车辆,安排开行上海、杭州至成都、贵阳方向的多趟临时客车,并提前开行。长三角铁路首趟3663次春运临时客车与上海开往成都的其他列车运行路线不同,这趟列车途经浙江、江西、湖南、四川等省市,停靠嘉兴、衢州、上饶、怀化、武陵、涪陵、江津、永川、隆昌等19个站,列车全程运行2703公里,历时46小时40分。为做好今年春运临客列车服务工作,上海客运段精心调兵遣将,配备配强既有临客列车骨干力量,满足临客开行需要。同时,该段制订春运培训方案,对工作人员进行了专题培训,实作演练和考试,对不合格者进行补培、补考,确保人人过关。(陆应果 杨子)

“三个抓实”力推企业管理升级

本报讯为推动企业转型发展,进一步提升管理水平,中铁七局集团第一工程有限公司提出“安全零事故、质量零缺陷、新项目不可损”的目标,用“三个抓实”加强公司管控,加强项目精细化管理。

在工程经济管理的过程中,从项目中标到合同管理,每一个环节,都制定了严格的管理措施。要求各部门做好前期策划,并及时签订《项目经营目标责任书》;坚决杜绝先进场后签合同的现象,加强合同履约风险控制;坚持执行日清、月清制度,机关各部门每日报送日报工作汇总表,项目层每天对各成本要素进行统计分析,防止实际成本超过目标成本。

为抓实质量安全,该公司按照不发通知、不打招呼、不听汇报、不陪同接待、直奔主题、直奔项目部的“四不两直”规定,对各项工程质量安全工作进行定期或不定期抽查;各项目每周至少出一期安全质量检查通报,项目经理和安全总监加强现场带班作业安全检查频次,严禁弄虚作假或迟报、瞒报现象。

通过严格执行计划管理,确保各项工作有序推进,分别从进度计划管理、物资设备及机械计划管理、资金计划管理、二次经营及资料计划管理、经费预算计划管理五个方面,着手推进计划管理工作。同时要求各项目做好项目记录和数据共享,让主要管理人员及时了解施工现场的情况和下步重点工作。

(赵作建 中秦霞 马文辉)

装卸设备的“诊疗师”

本报讯马动员,新丰镇车站装卸车间的维修工长,担负着20余台货场装载机设备的维修工作。面对种类多、规格杂的各种机械故障,他勤学苦练,埋头钻研,逐步成为车间学艺精、技术硬的维修工。今年春运,他又一次往返奔波在南北货场,精心处理每一台机器的故障,为春运贡献着自己的力量。

为了掌握各种设备的性能,最短时间排除故障,马动员白天围着机械转,晚上捧着书本学,有时走路还在琢磨,实在搞不懂就找专家问。20年的积累下来,练就了一身过硬的维修本领和判断故障的能力。

今年春运,为了让老百姓过一个祥和的春节,货场电煤运输任务空前艰巨,大小机器忙碌不停。作为装卸车间技术骨干,这名设备的“诊疗师”顶住了巨大的压力,一次次顺利排除了机械设备故障,保证了装车任务按时按点完成。(于海 李亚刚)