

青岛啤酒瞄准社区消费创新体验

本报讯(记者杨明洁)由经济观察报主办的“2014—2015中国最受尊敬企业评选”活动日前揭晓,青岛啤酒荣膺年度中国最受尊敬企业。据了解,青啤此次上榜凭借的是在转型时代持续不断的“创新领跑”。

瞄准社区消费,青啤在行业内创建首个O2O平台,推出APP,让买啤酒像使用打车软件一样获得了全新的便捷体验;由青岛啤酒的爱好者、青啤啤酒师及社会各界共同组建的青岛啤酒粉丝社群——“自媒体欢聚联盟”,用“把酿酒师拉进消费者的朋友圈”的方式,第一时间获得消费者的“口碑报告”,进而对产品风味进行不断“调整”……从组织架构到研发、生产、营销,青啤进行着持续不断的创新、变革。

新疆两地区确定试点风电供暖

据新华社电(记者杜刚)今年,新疆乌鲁木齐市达坂城区和北部的阿勒泰地区被确定为国家风电清洁供暖试点地区,计划到年底风电清洁供暖试点工程在这两个地区建成投运。

记者日前从新疆维吾尔自治区发改委了解到,为促进风电产业健康发展,国家能源局将会同自治区发改委、乌鲁木齐市和阿勒泰地区统筹编制风电清洁供暖实施方案。

今年上半年,新疆(含新疆生产建设兵团)新增风电装机容量39.8万千瓦,发电量同比增幅近20%。然而“弃风”顽疾困扰着新能源电力投资者、当地政府和国家电网。国家能源局信息显示,上半年新疆弃风率高达28.8%,仅次于吉林和甘肃,高于全国平均水电13个百分点。

零距离服务水产养殖户

本报讯“现在电压稳了,充氧泵能正常工作了,再也不担心鱼会出现大面积死亡现象。”8月1日,江苏省靖江市孤山镇山东村史西组的靖江海之恋水产养殖有限公司负责人对靖江市供电公司的上门服务称赞说。

近期天气炎热,为了保障水产养殖户安全优质用电好,靖江市供电公司组织员工利用双休假期,开展安全用电巡查活动,近年来,靖江市水产养殖业蓬勃发展,但有些养殖户用电安全意识淡薄,私拉乱接现象严重,此次用电巡查主要对养殖户漏电保护器进行安装和测试,同时对养殖场的线路以及私拉乱接现象进行整改,消除安全隐患。同时,加大安全用电常识的宣传教育,向养殖户发放触电急救常识宣传册等,确保用电安全。

(刘晏杭)

“列尾神医”总结方法提质降本

本报讯包头西站设备车间助理工程师卢大鹏,从事列尾维修工作16年,摸索出零部件循环利用的列尾主机状态维修方法,发明了除胶铁铲等10余件工具,累计处理故障列尾主机1.4万台次,被职工誉为“列尾神医”。先后取得了全路优秀技术创新能手和科技进步等多项殊荣。

为了提高维修质量、降低维修成本,卢大鹏索性将家搬到了工作间,每天工作16个小时,不分白天黑夜地进行观察和检测,通过几个月刻苦攻关,他总结出的“拆解分类、故障探析、维修测试、二次利用”的列尾维修方法,使设备故障率由之前的8%降至4.3%,维修成本也从平均每台3000多元降低到300元左右,累计节约维修成本190余万元。

客户经理上岗 服务体验升级

本报讯“你好,我们这个小区有好几栋楼都停电了……”淮北供电公司营业及电费室抄表二班班长、客户经理孙宝接到该市相山家园小区马先生的求助电话后,立即联系配电抢修人员,很快问题就得到了解决。

据了解,今年5月以来,淮北供电公司全面推行了社区客户经理制,为各位抄表班长制作了社区客户经理告知牌和名片、张贴,发放到大型小区。自公布社区客户经理告知牌和名片以来,各抄表班长的电话量明显增加,有的抄表班长1天接听87个客户的咨询或求助电话,此举让每一位社区用户反映的用电问题在第一时间得到解决或答复,客户投诉率显著减少,客户满意率明显提升。

(赵波)

全力确保暑运安全

本报讯大连车务段在暑运中,采取严格举措,严抓工作落实,全力确保暑运安全。

在风险研判防控上严扣,该段针对暑运学生流与团体流叠加的实际,研究制定《旅客暴增应急预案》,在站台、地道、天桥等处增加人力,加岗引导,防止挤伤、踩伤,围绕恶劣天气可能造成的通信中断、线路桥梁损坏影响或中断行车等突发情况,组织各站对救援指挥、行车办法等关键项点进行演练,全面提升干部职工的应急处理能力。同时,在现场检查整治上严一码,加强对关键时间段、关键处所的强化检查,对停靠车防溜、作业中的人身防护等严重违章违纪,作为重点整治问题实行挂牌督办,达到控制严重违章发生、重点问题月月递减的效果。

(刘晓平 肖宏旭)

勤于钻研的技术明星

本报讯在郑州铁路局洛阳电务段有一位勤于钻研的技术明星,他从一名技校生到技术标兵,从普通信号工成长为段实验室副主任,他就是洛阳电务段实验室副主任赵建涛。

赵建涛把自己研究的电压电流故障处理法进行了总结,编写成《建涛信号故障快速处理法流程及详解》图书,下发至一线职工手里。在最近郑州铁路局电务技能大赛上,赵建涛作为段教练组组长,先后带出了6人获得冠军。建涛信号故障法2014年被授予郑州铁路局“十大优秀党建品牌”之一。赵建涛2014年获北京交通大学交通信号与控制方向本科文凭,还被北京交通大学授予“火车头”奖章,被全国铁道团委授予“全路新长征突击手”、“全路技术能手”等荣誉称号。(赵作建 苗胜刚 金炜)

在线短租持续升温,多样性房源受年轻人追捧

短租房:一个正被互联网撬动的行业

■本报记者 罗筱晓

短租,不是一件新鲜事。事实上它更像是件烦人的事:拖着行李走出火车站、汽车站,总会有拿着小广告牌的大妈大叔追着你问“租房吗?住宿吗?”

但最近,专门做这件“烦人事”的美国公司Airbnb被估值255亿美元,成为全球第三高估值的创业公司。在国内,多家同样做着“烦人事”的公司几年内相继获得了多轮融资。

无论是Airbnb还是国内的公司,它们都对短租做了同样的改造,就是将它搬到了互联网上。通过线上平台,短租所需的房源和客源被汇集在一起;有别于传统短租的实名制和评价体系提高了租房的安全性;相较于酒店,较高的性价比和多样的选择性也迎合了年轻人的需求。

互联网,似乎正在给短租这一传统行业带来新的亮色。

互联网+短租,年轻人的新选择

今年6月,因为要在北京短期实习,在广州某高校就读的小李第一次通过在线短租平台到陌生人家住了7天。小李对《工人日报》记者说,房东的家离自己实习的单位步行只需要3分钟,而同地段的快捷酒店每天的房价要贵出100元,经过权衡,她选择了短租。

在北京工作的王小姐,从去年11月起把自己租住的两居室的次卧用于在线短租。她本打算在两个平台同时上线以增加出租率,但在第一个平台上线不久她就发现房间很少有空置的时候。“每个月最多有5天是空着的,这还是在我拒绝了部分订单的前提下。”王小姐给记者算了一笔账:她每月租金6000元,短租每月平均收入4000多元,这帮她负担了三分之二的房租。“短租比我以前做二房东把房间长期出租更划算。”

小猪短租的CEO陈驰自己也是一位房东,两年多来,他的两处房源接待了200多批房客。想要成为陈驰的房客并不容易,因为即



四川省成都市,某网站短租度假公寓内安装的安全监控系统。在成都旅游市场,短租悄然兴起的同时,短租房也日渐火热。
东方IC供图

使才8月初,他的订单都已经排到了年末。

在线短租的升温,通过数据也得到了直观的体现。据艾瑞统计数据显示,2012年,在线短租市场规模1.4亿元;2014年,突破40亿元;2015年,预计突破100亿元,有望将最初的规模扩大100倍。这是国内在线短租从起步到现在4年时间交出的成绩单,数字不

大,增幅却很大。

陈驰向记者表示,最开始消费者选择短租主要以旅行行为目的,但近几年以来,出差、培训、考试、实习、就医,甚至是家里装修,人们使用在线短租的目地越来越多样。在他的统计中,现在由旅行产生的短租需求占比仅在40%左右。因为覆盖了全国大部分旅游城市,在游天下运营总监承洋提供的数据中,这一比例是60.6%。

无论是房东还是做房客,年轻人都在线短租的主要消费人群。承洋提供的数据显示,60%以上的房东集中在21~35岁,其中26~30岁比例最大,达到27.0%;房客则主要是

学生、上班族等。今年30岁的王小姐表示,自己接待的房客中80后占了绝大多数,最小有1995年出生的,最大则不超过40岁。

线下到线上,网络颠覆传统短租

短租并不新鲜,甚至有点“上不了台面”,为什么在与互联网结合后,就能在短短4年时间成为受年轻人追捧的产品?

“21~35岁人群是互联网最活跃的用户,他们已经习惯用网络解决吃穿住行等问题。”承洋向记者指出了第一个原因。年轻人对新鲜事物较高的接受度,使他们愿意去尝试有别于酒店的特色短租;而且相较于酒店,短租更高的性价比对年轻人也有很大的吸引力。

在传统短租行业,房东寻找客源和房客寻找房源都是麻烦事,在线短租的一大变革,就是将客源和房源通过互联网连接到了一起,“这就像淘宝中买家和卖家的关系一样。”承洋打了个比方:一方面在线平台接手了房东寻找客源的工作,让房东把更多的精力投

入到改善住宿条件和服务上;另一方面,利用在线平台聚集的大量资源,房客也可以方便地找到满足自己需求的房源。

互联网带给传统短租的第三个变化,是实名制与评价体系的实施。在传统短租中,房东与房客都难以验证对方的身份信息,房客更是无法了解房源的真实信息。在线平台出现后,平台工作人员会对房东、房客和房源的信息进行验证,在陈驰看来,这一做法大大提高了短租的安全性。

房客在租住期间对房东、房源是否满意,在传统短租模式下很难大范围传播,这也造成了短租市场大量“一锤子买卖”的存在。在线短租的评价体系在很大程度上解决了这一问题。小李告诉记者,“订房前我仔细浏览了以前房客的评价,退房前房东也特意嘱咐我到网站上进行评价。”房客评价的好坏直接影响到房东能不能接到更多的订单,同时房东也可以对房客进行评价,这既驱使房东提供更好的服务,也对房客有所约束,最终形成了良性循环。

“实名制和评价体系使短租在互联网上形成了业务的闭环,房东和房客都可以沿着这个闭环做出双向的、正确的选择。”陈驰总结说。

除了在资源、安全等“看得见”的领域的改造,互联网更是使短租成为了一种生活方式。无论对房东还是房客来说,在短租期间遇到的人和事都在改变着他们对“陌生人”的定义。

小李告诉记者,在她短租那一周,房东买了西瓜会放一碟在她的房间;王小姐则回忆起了一个刚工作的男孩:“只住了四五天,最后他还买了一盏台灯放在那个房间里。”承洋则向记者透露,很多房客用过在线短租后,认可了这种模式,干脆把自己闲置的房源也放到了线上,做起了房东。

法律及监管缺失,在线短租期待正名

从线下到线上,互联网将改头换面后的短租重新推到人们的视线中。但对这个新生

商业银行上半年实现净利润8715亿元
不良贷款率1.5%

据新华社电(记者吴雨 李延霞)中国银监会10日发布数据显示,上半年,商业银行实现净利润8715亿元,与去年同期持平;商业银行不良贷款率1.5%,较上季末上升0.11个百分点。

银监会的数据显示,截至二季度末,我国银行业金融机构本外币资产总额为188.5万亿元,同比增长12.75%。其中,大型商业银行资产占比41.2%,股份制商业银行资产占比18.59%。商业银行实现净利润8715亿元,与去年同期持平;商业银行平均资产利润率率为1.23%,同比下降0.15个百分点;平均资本利润率17.26%,同比下降3.4个百分点。

二季度以来,银行业继续加强对“三农”、小微企业、保障性安居工程等经济社会重点领域和民生工程的金融服务。截至二季度末,银行业金融机构涉农贷款(不含票据融资)余额25.1万亿元,同比增长11.5%;用于小微企业的贷款余额22万亿元,同比增长15.5%;

本报讯(记者孙喜保)“由于自主品牌的缺乏,我国钟表企业虽然能生产出技术水平不逊于国际先进水平的钟表产品,却难以取得相应的销售价格。”而瑞士、德国生产的同样水平的产品,只是因为拥有品牌,价格就可以卖到我国产品的几倍、几十倍……近日,工信部在对四部委联合出台的《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》解读时称,我国钟表行业受困于品牌力不足,已经严重影响了整个行业的发展。

我国是钟表生产和销售大国,是世界钟表的主要供应地,钟表产品种类丰富,性价比高,且具有完整的产业链和一定的自主创新能力。

据中国钟表协会统计,我国有钟表生产企业1800多家,员工32万余人;2014年,全行业实现工业总产值654亿元,出口额53.25亿美元,进口额35.69亿美元;累计完成手表和手表机芯产量10.3亿只,时钟及钟机芯产量5.4亿只,分别约占世界总产量的80%和90%。我国一批老字号手表生产企业经过长期努力,已经具备了批量生产陀飞轮、万年历、三问、计时码表等复杂多功能机械手表的能力,是目前除瑞士、德国外唯一能够生产这类高档机械表的国家,且产品的技术、性能、稳定性等逐步接近瑞士手表水平。

但是工信部相关负责人称,钟表产品是品牌价值尤为显著的消费品,品牌知名度已经成为消费者选购钟表的重要因素。我国钟表行业骨干企业虽然掌握了生产陀飞轮等高端复杂多功能机械手表的能力,具备了与国际顶级品牌同台竞技的资格,但品牌知名度和认可度仍是短板。

这导致的结果就是,产品附加值低,价格上不去,同等质量的产品不到瑞士等国产品

价格的几十分之一;企业盈利水平不高,产品还给人以低端形象,且形成恶性循环,致使企业没有足够的精力和财力提高品牌知名度和创新能力。

此外,钟表行业特有的精密制造技术和高精度计时产品还长期服务于装备制造、仪器仪表、石油化工、航空航天等各个国民经济重要

领域,支持钟表自主品牌建设对于促进我国精密度制造水平的提升也具有重要战略意义。

为此,今年年初,工信部、工商总局、知识产权局联合发布了《关于加快推进我国钟表自主品牌建设的指导意见》,致力于加快我国钟表制造业转型升级,增强企业自主创新和品牌建设能力,实现建设钟表强国目标。《指导意见》提出,到2020年,我国自主品牌高、中、低档钟表产品销售额比例从目前的1:14:85转变为3:22:75;形成5个左右国际知名品牌、20个左右国内知名品牌和2-3家技术先进、特色明显、品牌知名度高、经济效益稳步增长的大型钟表企业集团;30%以上的成品钟表生产企业制定并实施明确的品牌战略;知名钟表企业高端产品质量接近国际同类产品先进水平。

本报讯(记者孙宝)8月10日,江苏盐城在北京举行大数据产业专场推介会,推介会上,50个项目集中签约。

记者从推介会上获悉,规划面积30平方公里的江苏盐城大数据产业园,是中韩自贸协定确定的中韩盐城产业园重要组成部分。目前已建成和在建各类平台载体面积达100万平方米,数据存储、数据清洗、数据分析、数据应用等行业龙头企业争相入驻。

已引进技术全球领先的中科院绿色数据中心、全国首家大数据资产评估机构——中关村大数据资产评估中心已在盐城设立分中心,南邮盐城大数据研究院等15个研发机构陆续落户。

已引进“两院”及外籍院士6名、国家“千人计划”专家和双创领军人才80多名。软通动力、华夏脉络等78个项目先后落户,总投资近100亿元,“载体——平台——应用”的产业功能体系初步形成。

据介绍,盐城市还将设立10亿元的大数据产业专项引导基金和10亿元的风投基金——“盐创母基金”,并在运行成本、人才引进、激励创新等方面提供一系列政策优惠,继续加大力度扶持大数据企业发展,重点主攻数据中心、云计算、数据应用、端产品制造四大专业方向。

计划五年内,培育引进大数据相关企业500家,实现产值500亿元,带动相关产业规模超3000亿元。

不会影响后续的供给,而且也不会出现2011年那样暴涨的局面。

农业部生猪市场预警专家组分析称,与2011年猪价上涨相比,目前猪价上涨有两点不同:一是价格水平和涨幅不同。据农业部监测,2011年猪肉、活猪和仔猪价格分别涨至每公斤30.39元、19.75元和37.24元,均高于目前价格;猪肉和仔猪价格累计涨幅分别为32.3%和98.4%,也高于此轮涨幅。二是养殖效益不同。

2011年猪价上涨期间,生猪养殖始终处于盈利状态,而此轮猪价上涨是前期猪价大跌、长时间亏损后的恢复性上涨,生猪养殖刚刚扭亏为盈。

至于为何不会出现2011年的暴涨局面,在农业部生猪市场预警专家组看来,原因有四:

一是今年以来生猪疫情平稳,按近年来生猪生产波动规律,生猪出栏不会出现大的波动。二是成本推动因素影响小。2011年生猪价格上涨进入上涨通道前,连续3年玉米价格上涨,累计涨幅60%,而2011年以来玉米价格平稳略降。三是供给保障能力增强。自2007年起,我国生猪养殖规模化、标准化、集约化程度迅速提高,2013年规模化养殖比重达到40.8%(年出栏500头以上),比2007年提高近20个百分点,这有利于稳定生猪供给能力。四是宏观经济下行压力仍然较大,消费需求大幅增加的可能性不大,这与2011年GDP增速达9.5%的经济环境有很大不同。

不过,针对本轮猪肉价格上涨,农业部组织相关专家分析称,此轮猪肉价格上涨的正常反应,随着供需的逐渐平衡,

北京新发地批发市场有关负责人也称,2011年猪价上涨的原因有两个,一个是能繁母猪存栏量明显下降,一个是疫情比较严重;而今年猪价上涨主要是能繁母猪存栏量下降所致,疫情平稳,所以肉价上涨的动力远远没

有2011年强烈。

那么,此轮猪肉价格上涨的原因何在?

生猪产能持续调减导致市场供应不足无疑是重要因素。据农业部监测,全国4000个生猪养殖村6月份生猪存栏716.24万头,同比下降10.3%;其中能繁母猪存栏83.4万头,同比下降14.8%。生猪存栏已连续9个月环比下降,能繁母猪存栏已连续22个月环比下降,分别比前4年同期平均水平低13.1%和18.3%,均处于2008年以来最低水平。此外,

随着《畜禽规模养殖污染防治条例》和新修订的《环境保护法》陆续实施,生猪养殖的环保问题日益得到重视,南方和沿海发达地区对禁养区内养殖场进行拆迁,在一定程度上也加大了生猪产能调减力度。

生猪产能的下降,在一定程度上反映了养殖户因为连续亏损减少养殖的现状,即便在经历了几个月的价格上涨后,养殖户也仅仅开始盈利,此前已经遭受了长时间的亏损。

由于猪价连续低迷,2014年年初以来我

国生猪养殖普遍处于亏损状态,打击了养殖

户信心,导致部分养殖户破产退出或因资