



事件:国际调查机构 Gartner 日前公布了 2017 年四季度的全球智能手机销售数据。数据显示,全球手机市场在第四季度首次出现了销量下滑,这也是 Gartner 追踪手机销量以来第一次出现下滑的情况。

点评:最近发布的多项数据均表明,消费者对智能手机的更新换代需求正逐渐出现疲态。在国内,伴随着 4G 手机升级浪潮的退去,性能提升带来的刚性换机需求走弱,致使国内市场出货量结束两年来的增长趋势。

与此同时,伴随着以高速率、低时延、大容量为主要特征的 5G 时代的到来,新的应用场景会涌现。值得关注的是,5G 通信的技术切入门槛明显高于 4G 时代,技术在市场竞争中的地位重新凸显,在这种情况下,智能手机行业的格局将得到改变,优胜劣汰的趋势将更加明显。未来手机行业的格局将如何演变,有业内人士分析,设计创新将是手机行业的焦点,更多将会体现在元器件和软件方面。

ofo抵押单车获阿里融资 17.66 亿

事件:据国家企业信用信息公示系统显示,ofo 系企业将旗下共享单车抵押给阿里系企业用于担保融资,融资规模达 17.66 亿元。相关信息显示,两次抵押均发生在今年 2 月。2 月 5 日,北京、深圳、上海、广州四地共计 4447572 辆自行车被作为资产抵押,债权数额为 5 亿元人民币,抵押权人为上海云鑫创业投资有限公司,是蚂蚁金服关联公司。随后 2 月 12 日,浮动数量的共享单车再次被作为抵押物,抵押权人为浙江天猫技术有限公司,债权数额为 12.7 亿元人民币。

点评:过去两个月被资金短缺传闻和融资绯闻缠身的 ofo 终于等来了“救命钱”。动产抵押融资虽可解资金链上的燃眉之急,但亦有风险。有观点认为,如果共享单车企业以共享单车为基础,向使用用户收取押金,又以其为抵押物向其他机构获取资金,这可能对用户的资金安全产生一定的风险,也就是说,当用户申请退还押金时,可能出现企业资金无法足额偿付用户押金的风险。

共享单车企业在 2017 年如雨后春笋般涌现,在历经一年多爆发式增长后,一些企业接连宣告倒闭或终止服务。此番 ofo 虽成功融资,但多少有些“壮士断腕”的感觉,这似乎预示着,共享单车大战正式进入下半场后,寒冬也许会悄然将至。

互联网广告违法率降至 1.98%

事件:据媒体报道,全国互联网广告监测中心自 2017 年 9 月 1 日正式启动以来,互联网广告的违法率从开展监测前的 7.1%降至 1.98%,互联网广告监测的震慑作用初步显现。

据了解,2017 年 9 月 1 日,全国互联网广告监测中心正式启用,实现对 46 个副省级以上行政区划的 1004 家重点网站及百度、盘石、蘑菇街、贝贝网等 4 家广告联盟和电商平台广告数据的 SDK 监测。

点评:互联网行业的快速发展,既拓宽了信息传播渠道,提升了信息传播效率,但也加剧了企业和消费者之间的信息不对称,违法广告也容易藏身其中,传统监管手段难以发现和查处。如今,充分利用信息化技术,打造全国互联网监测中心,则可为全国工商部门快速、精确打击违法广告行为提供强有力的支撑与保障。

在取得成绩的同时,也应该清醒地认识到,打击互联网广告违法仍然“道阻且艰”。想真正净化互联网广告环境,在不断补足技术短板的基础上,各类互联网企业也应承担起相应监督责任,履行对违法的广告删除、屏蔽等义务,树立诚信意识,守法自律。

(本报记者 赵航)

吉林:探讨招才引智新模式

本报讯(记者柳姗姗 通讯员王诗月)3 月 1 日,吉林省人社厅组织省内近 20 家人力资源服务行业领军企业负责人座谈,探讨人才新政实施后招才引智工作的新途径和新模式。

现阶段,吉林经济正处转型升级的关键时期。2 月初,该省正式发布 18 条“人才新政”,聚焦公共服务、引才激励和创新创业扶持等方面,出台了一系列激励措施。

“吉林省人力资源服务业经过十几年的发展,已经从传统的职业中介、劳务派遣等业务,发展到涉及高级人才测评和寻访、人力资源管理咨询等高端业务领域,在人才兴业和高质量就业战略的深入实施中发挥着重要作用。”吉林省人社厅相关负责人表示。

吉林省昭原集团的负责人薛金昭表示,吉林振兴不仅需要高端人才,也需要高素质的蓝领,应为客户挖掘和培养操作过硬的技术工人。同时,针对机器人换人情况的出现,也应探索原有人力资源何去何从的问题。

座谈会上,与会人士不仅分享了近几年各自在人才引进、培养、使用等方面的经验和做法,也向政府部门提出了推进人才新政落地实施,加快招才引智速度的建议。

据介绍,今年 3 月~12 月,吉林省人社厅拟组织实施“全省人力资源服务业全面落实吉林省人才新政服务年”系列活动。届时,将整合全省人力资源服务企业,精准实施重点关键岗位猎头服务,通过政府市场同步、线上线下共进、省内外齐驱动的方式,切实将人才新政各项措施落实到位。

越来越多的企业针对年轻群体打出“轻奢”大旗,以往廉价低质的商品正逐步退出市场

轻奢消费正流行

本报记者 刘 兵

眼下,一股“轻奢潮”正在各个领域流行开来。根据第一财经商业数据中心联合天猫国际日前发布的《2017 天猫国际年度消费趋势报告》显示,轻奢已经成为中国年轻一代新消费观,产品精致化、品质化、内容化成为中国当下的消费趋势。

轻奢,顾名思义,即轻度奢侈。一般而言,轻奢产品的品质处于中上等,既不同于普通产品,但又尚未达到奢侈级别,价格也可以被普通消费者接受。根据《报告》,目前购买轻奢品牌以年龄在 25 岁~35 岁的群体最为活跃。这个消费群体普遍具备一定的经济条件和鉴赏能力,希望追求较高品位的生活。

纵观多个行业,越来越多的企业已经旗帜鲜明地打出“轻奢”大旗,以往琳琅满目的廉价低质商品逐步退出市场,轻奢潮流也已紧随消费升级的脚步来临。

轻奢消费流行起来

自从“一点点”奶茶在北京开店以来,店门前排长龙已经成为常见的城市一景。如今,在一二线城市,这类轻奢品牌奶茶店数量大幅增加。记者发现,与以往的奶茶饮品相比,轻奢品牌的奶茶,单杯售价多在二三十元以上,虽然价格相对较高却颇受欢迎。

一家“一点点”奶茶店的店长告诉记者:“以前消费者在选择有限的情况下,购买饮料就是为满足解渴需求,现在我们奶茶店逐渐走向咖啡馆模式,从原先单纯的卖饮品转向卖体验。这样,奶茶产品好看、好喝,又有类似咖啡厅的空间体验,适应了年轻人的消费需要。”

不仅是奶茶店、餐厅等餐饮行业,日用品、家居、珠宝等行业的轻奢产品或服务也开始流行起来,轻奢风格和“绝不将就”成为不少 80、90 后消费群体的常见消费理念。例如在时装领域,有报道称,Coach、Michael Kors 等轻奢品牌近几年在中国的销量都呈两位数增长。有专家指出,轻奢产品的含义主要分为顶尖设计师原创设计和高品质面料工艺两个方面。

“掉色的布料会让衣服看上去没有质感,不是说所有的服装都要买品牌货,但一些场合确实需要体面的服装,轻奢品牌可以很好地满足这一点。”盖永林说。

有专家指出,当下年轻人的消费特点是消费理念具有一定的超前性,年轻人更有底气追求高品质生活,因而轻奢消费的流行是社会发展的趋势。不管是学生还是工薪阶层或是都市白领,每个人都可以享受轻奢消费带来的个人满足感。

本报记者 吴锋思

魔雪·新浪杯高山滑雪公开赛、南山业余猫跳滑雪比赛、乌金山李宁国际滑雪公开赛……随着 2022 年冬奥会的日益临近,为了让更多百姓体验滑雪运动,普及滑雪知识,越来越多的民办滑雪赛事开始走入人们的视野。

根据国家体育总局发布的《冰雪运动发展规划(2016—2025 年)》显示,到 2025 年我国冰雪产业总规模要达到一万亿元。

除了冰雪运动外,近年来,我国马拉松赛事持续火爆,以户外运动为代表的体育旅游方兴未艾,各类体育培训机构更是不断涌现。专家认为,伴随着体育产业规模质量不断提升,产业结构持续优化,我国体育产业将迎来难得的发展机遇。

产业发展活力突显

今年初,厦门马拉松赛火热开跑,这也是厦门马拉松赛第 16 年。值得一提的是,作为国内顶级马

与顶尖奢侈品牌不同的是,轻奢品牌或许不太注重前卫设计,但对品质的讲究却不含糊。此外,二者的最大区别在于价格,轻奢品牌不会像顶尖奢侈品牌那样,对普通消费人群而言遥不可及。轻奢品牌的产品定位一般是中高档,对于城市年轻消费群体来说具有很大吸引力。

有数据显示,去年,中国轻奢市场规模已达 2000 亿元。分析认为,庞大的消费人口基数以及未来巨大的成长空间,将会使得轻奢消费浪潮在目前乃至今后一段时期都会持续。

轻奢消费的需求来自哪里

事实上,轻奢消费能够流行起来,很大程度在于契合了年轻一代的消费需求。

正在清华大学读研的学生小秦说:“现在不少大学生在消费上倾向于轻奢风格,这可能是由于棘轮效应(指人的消费习惯形成之后有不可逆性)的影响造成的,当人们体验到更优质的产品,就很难再接受劣质的产品。”

至于缘何越来越多的年轻群体开始购买轻奢产品,小秦认为,轻奢产品不仅质量好,而且品牌形象给自己带来了一定的价值感。同时,一个品牌呈现的格调如果适合自己,自己便会享受轻奢品牌带给自身的归宿感。

刚入职不久、在北京从事 IT 行业的盖永林是一个 90 后。对于轻奢消费,他告诉记者说,在走入社会以后,很多场合需要一些外在的包装来打开社交圈,而对特定元素的青睐会使得一部分人拥有相同审美,并且互相欣赏,由此扩大个人的社交圈。所以,适当购买轻奢品牌对于自己是有帮助的。

“掉色的布料会让衣服看上去没有质感,不是说所有的服装都要买品牌货,但一些场合确实需要体面的服装,轻奢品牌可以很好地满足这一点。”盖永林说。

有专家认为,当下年轻人的消费特点是消费理念具有一定的超前性,年轻人更有底气追求高品质生活,因而轻奢消费的流行是社会发展的趋势。不管是学生还是工薪阶层或是都市白领,每个人都可以享受轻奢消费带来的个人满足感。



迪士尼商店去年曾首次推出中国独家高端时尚包袋系列,采用全黑的潮流设计搭配经典黑白手套挂饰,通过更个性、更时尚的设计展现受到年轻群体的喜爱。

东方 IC 供图

为奢而奢不可取

在日常消费环境中,奢侈性消费往往带有一种贬义色彩,因此轻奢消费的理念从一产生就饱受争议。事实上,轻奢消费的流行与年轻人的消费需求固然有关,但与商家的造势营销也不无关系。

记者发现,打开很多家居、服装品牌的官网,都会出现诸如“轻奢主义正流行”“有一种生活态度叫轻奢”“有一种奢华可以败得起”等广告宣传语,无孔不入的宣传推销信息势必会影响消费者的消费心态。在这个过程中,不少年轻人盲目消费、为奢而奢的消费取向却值得警惕。

清华大学的小秦说,在大学里,一些人对于某些

轻奢品牌可能并不了解它的历史、风格,但却会跟风购买,这可能与当下社交媒体的普及有关。“看到同学或朋友在微信或者朋友圈转发一个品牌,自己也产生了消费的冲动,但却不考虑实用性和与自身的匹配度。”

中国政法大学副教授陈忠云表示,以前,手表、自行车、缝纫机是风靡一时的“三大件”,也是当时高品位生活的标志,BB 机在上世纪 90 年代也曾引领社会潮流。也就是说,消费观会随社会发展而变化,良好的消费状态其实是对自身的一种肯定。眼下轻奢产品渐入人心,这不仅意味着年轻人的消费观念在改变,也是他们追求个性、张扬自我的体现。

陈忠云认为,基于自身经济实际而追求优质的消费体验可谓轻奢消费的本质,但以虚荣为目的,为奢而奢却是不可取的,年轻人的消费还是要相对理性。

程度释放。

上海体育学院运动与健康产业协同创新中心副主任黄海燕认为,当前体育产业结构不断优化,体育服务业在体育产业中所占比重不断提升,主要原因是在群众多元的体育需求和政策利好的引导激励下,传统健身休闲、竞赛表演、体育培训等体育服务业快速增长。此外,体育服务业的外延不断扩展,与健康、旅游等产业融合的新兴服务业迅速崛起,产业发展质量和效益不断提高。

创新才能持续发展

在福建太姥山九鲤溪景区,全国首个户外运动与观光旅游巧妙融合的旅游项目——峡谷运动乐园,受到越来越多游客的青睐,这也是对体育的产业功能和价值新的探索。开业至今,景区共接待游客 130 多万人次。

虽然当前体育产业发展前景广阔,但市场竞争也十分激烈,需要不断融入创新意识,延伸产业链。值得一提的是,在政策和市场的双重推动下,赛事运营、体育培训、转播权等体育服务业领域,已经到了改变产业格局的黄金时期。

“中国国际影响力在不断增强,中国品牌也越来越具国际竞争力,中国的品牌要有国际格局,与跨行业的优秀企业对标。”在安路集团董事局主席丁世忠看来,体育品牌要走国际化,引进全球优秀人才,整合全球资源服务消费者。

业内人士表示,体育产业发展的要义在于将体育与生活充分融通,让体育成为提升生活品质、实现人的全面发展的必要路径,而发展过程需要更多社会组织、企业共同参与。

中国双星收购韩国锦湖轮胎

本报讯(记者杨明清 通讯员王伟)3 月 2 日,中国双星收购韩国第二大轮胎制造商锦湖轮胎并购案出现新的进展,双星与韩国产业银行为首的锦湖轮胎债权团达成一致,双星将以增资方式持有锦湖轮胎 45%的股权,并成为其控股股东。

据了解,此次双星将联合青岛国信、青岛城投和青岛港三家国有企业共同出资约 40 亿元人民币购买新股,约占锦湖轮胎 45%的股份。增资后韩国产业银行等债权人将继续持有约 23%的股份。债权人和双星表示,将尽快与韩国工会沟通,签订相关协议并获得有关审批,争取在今年三季度完成交割。

宁夏新增财政扶贫资金全部用于扶贫产业

本报讯(记者马学礼)近年来,宁夏不断加大对扶贫工作的财政支持力度,继去年年中出台《关于加快推进产业扶贫的指导意见》全力推动产业扶贫工作之后,宁夏今年进一步加大产业扶贫投入和扶持力度,决定将整合的涉农资金、新增财政扶贫资金全部用于产业发展。

据介绍,去年,宁夏要求各贫困县区积极开展统筹整合财政涉农资金工作,以专项扶贫资金为重点,

济南“34 条”政策支持非公经济发展

本报讯(记者丛民)日前,山东省济南市对外发布《关于支持非公有制经济健康发展的若干政策措施》,以尽快补上短板,推动“大强美富通”省会现代化建设。

据介绍,政策措施共分 10 个部分 34 条,从创建最优营商环境、拓宽企业发展空间、保障企业用地需求、破解企业融资难题、强力推进“四新”促“四化”、支持企业创新创业、发挥信用激励作用、合理降低税

费负担、加强企业家队伍建设、引导企业“走出去”等方面,支持非公有制经济健康发展。

该市提出,给予非公有制企业同等地用政策,将非公有制经济项目用地纳入年度土地供应计划和年度用地计划,保证非公有制企业享有与公有制企业享有同等的用地政策。同时,推动规范化公司制改制。到 2019 年底推动全市 50%以上规模企业完成规范化公司制改制任务。



杭州现“机器人奶茶店” 做奶茶只需 1 分钟

日前,一家设有营业员的“机器人奶茶店”在浙江杭州开业,机器人完成奶茶的接单、调制、端送等所有环节,做好一杯奶茶只需 1 分钟。图为机器人将做好的奶茶端给顾客。

饮品界引入机器人,从来都不是一个新鲜的话题。

视觉中国 供图