

散客寄个快递10元左右,但9.9元包邮商品并不鲜见,甚至3.8元的商品也能包邮

低价商品包邮,赔本赚吆喝还是另有玄机?

本报讯(记者杜鑫 实习生黄一帆)“3.8元买100只垃圾袋,竟然还能包邮。”近日,北京消费者张女士在某电商平台的两家店铺均买到了低价包邮商品。她不禁好奇:散客寄个快递要10元左右,如此低价的商品,商家是如何做到包邮的?

《工人日报》记者调查发现,低价包邮商品在各大电商平台都很常见,特别是“9.9元包邮”已经成为一个消费者习以为常的词语。但是类似张女士的疑问,在消费者中却普遍存在。

频频传递的开放信号预示着什么

本报记者 北梦原

6月30日,外资准入负面清单迎来近6年来的第5次“瘦身”,条目由48条措施减至40条,压减比例16.7%;7月3日,国务院常务会议要求,各自贸区对标高标准国际经贸规则,紧扣制度创新,支持自贸区在进一步自主开放、不断开放、加大开放上迈出新步伐……

以开放为关键词的中国方案亮相日本大阪G20峰会与2019年夏季达沃斯论坛后不久,国内几乎同步传出密集的政策落地声,让全方位、多层次、宽领域、高水平的对外开放成为年中经济领域的高光词汇。

在不少媒体和专家看来,频频传递的开放信号预示着更大力度的开放工作正在提速。商务部原副部长、中国国际经济交流中心秘书长魏建国向媒体透露,下半年将是我国继续扩大改革开放政策密集出台的关键时期,也将是新一轮高水平对外开放的启动期。

连日来,政府、市场及专家、媒体在各种场合的发声与表态,都毫不掩饰中国扩大开放的态度和决心——不断扩大对外开放,提高对外开放水平,是中国发展不断取得新成就的重要原因,也仍将是

中国继续发展的重要保障。中国经济交出的今年前5月数据再次证明这一笃定。面对错综复杂的国内外形势,1月~5月,我国货物进出口12.1万亿元,增长4.1%,其中出口增长6.1%,进口增长1.8%。顺差扩大45%;1月~5月,实际利用外资3691亿元,增长6.8%,增速较去年同期加快5.5个百分点。

在上周二商务部举行的新闻发布会上

上,商务部外贸司副司长朱咏表示,从横向的国际比较来看,根据世贸组织公布的数据,在67个主要经济体中,中国的表现是好的。“不管外部环境怎么变化,我们更加坚定地做好自己的事。自己的事就是要坚持更高水平的开放。”朱咏直言。

从近期的开放举措来看,更高水平的开放首先体现为更大力度、更广领域。国家发展改革委有关负责人在解读新版外商投资负面清单时表示,新版修订外资准入负面清单的一个重要原则就是推动各领域全方位扩大对外开放。按照推动形成全面开放新格局的要求,本次修订在交通运输、增值电信、基础设施、文化等服务业领域,以及制造业、采矿业、农业等领域均推出了新的开放措施,在更多领域允许外资控股或独资经营。

同时,改革开放40多年来,对外开放已经从政策加持开始向法制护航迈进。引入侵权惩罚性赔偿制度、增强民事司法保护和刑事保护力度、提高知识产权保护水平的《外商投资法》即将于明年1月正式实施。商务部外资司司长唐文弘表示,这将为外资外商搭建维护企业合法权益的高效平台。据悉,目前,有关部门正加快推进相关的配套法规的制定工作,细化《外商投资法》确定的主要法律制度,形成可操作的具体规则。与《外商投资法》不符的、不衔接的规定也将被全面清理。

以制度为导向,结合发展需求,推动各领域全方位扩大对外开放……一系列可圈可点的开放动作正日渐清晰地勾勒出中国对外开放新的雄心与格局。

一周焦点



乌鲁木齐 垃圾分类净社区

图为7月7日,社区垃圾分类志愿者向居民介绍智能垃圾分类回收设备。

当日,新疆乌鲁木齐市水磨沟区开展“垃圾分类”试点启动和宣传活动,水磨沟区工作人员和社区志愿者为辖区居民发放垃圾分类桶、垃圾袋和宣传手册,并详细讲解垃圾分类知识。

新华社记者 丁磊 摄

第一届雁栖湖论坛举行

本报讯 近日,阿拉丁控股集团与经济观察报、《家族企业》杂志联合发起并主办的2019第一届雁栖湖论坛在京举行,论坛主题为“新时代 新起点 新变革”。

与会人士围绕当下和未来经济社会发展面临的机遇与挑战,聚焦家族文明、商业文明和社会文明等话题进行主题演讲和圆桌讨论,探索企业发展新路径与商业文明建设。其中,在商业文明论坛上,西部航空、团车网、汉王科技孵化公司清风智媒、上海体适能等四家企业分别与阿拉丁控股集团旗下阿拉丁航空、阿拉丁汽车、阿拉丁科技、阿拉丁体育签署战略合作协议,共同打造社群经济,助推企业转型升级。

企业界、传媒界、学术界和金融界逾500人出席了论坛。(晓敏)

分别排名第1位和第3位。排名第1的店铺月成交量显示为34万笔。

不过,记者发现,即便是低价包邮,也并非所有的商家都是赔本赚吆喝。姚建芳解释说,要做到低价包邮还能赚钱,就要有低价的进货渠道,控制进货成本。此外,还得跟快递公司进行长期合作,把快递成本控制在最低。这两部分的价格之和控制在销售价以下,如果商品销量足够多,甚至成为爆款的话,利润就很可观。

一位快递从业者表示,对于大单量的客

户,他们采取的是按月结算的方式,价格和平常的零单不一样。每个省区定价不同,近的地方3公斤以内一般是4元,有些快递公司价格还可能更低。一些快递网点通过大量揽收,增加业务量,既可以薄利多销,又可以扩大话语权。

北京的黄先生在网上购买了一把6元包邮的剪刀。事后,他在某批发网站发现这把剪刀的批发价最低可以做到2元左右。记者注意到,这把剪刀的商品链接显示其月销量1.5万把,总销量已经突破10万把,即便一把剪刀赚不到1元钱,总量算下来,利润也算可观。

除了薄利多销,低价包邮商家还有其他的赚钱套路。常见的操作有:售出低价包邮商品的同时附带店铺其他商品的广告,通过其他商品的销售来赚钱;通过低价包邮吸引注意力刷流量之后,将商品替换成高价格商品或阶梯式提价;在一个链接下设置多个规格标签,消费者通过低价包邮商品进入链接,会发现多个款式与规格,这样就提高了高价商品的曝光率;一些商家以“福袋”等名义,不告知消费者低价包邮商品的具体内容,消费者收到货后却发现是质次的商品。



图为7月7日,合作社员工在搬运包装好的彩椒。山东省寿光市是我国重要的蔬菜产地和集散地。2014年,寿光市崔岭西村成立了

了寿光市众旺果蔬专业合作社,种植高质量西红柿、彩椒、甜瓜等品种。目前,合作社有社员133户,现代化大棚1105亩。每

年向俄罗斯莫斯科、伊尔库茨克、叶卡捷琳堡等地出口优质蔬菜1.5万吨,交易额1亿多元人民币。新华社记者 朱峥 摄

湖南建设“秀美村庄” 打造“世外桃源”

新华社记者 周 勉

7月7日,2019北京世园会迎来以“湘遇·桃花源”为主题的“湖南日”。湖南展园是以陶渊明千古名篇《桃花源记》所描述的“世外桃源”真迹地——桃花源为原型,采用160多个植物品种,串联“武陵山石”“洞庭春晖”“桃源寻梦”等多个创意,将“绿色生活,美丽家园”的理念浓缩在精致的园林场境中。

当前,生态宜居成为热门话题,保留田园风光、留住乡村记忆是美丽“中国梦”的重要组成部分。湖南省自2014年启动“秀美村庄”建设行动至今,共有2000多个村庄获得该称号,它们是人们向往的“世外桃源”的现实版。

位于长沙市雨花区跳马镇的石燕湖村就是其中代表,这里青山碧水、曲径通幽,家家户户有庭院。因为超过90%的森林覆盖率,夏天的平均温度要比距离不到10公里的长沙城区低3到5摄氏度。村支书刘亚洲告诉记者,以前村民做“种树卖树”的花卉苗木生意,如今走“种树卖景”的生态兴村路子。

村里有天赐园、辰午山庄、育景园等好几个不同园林,按照“一园一景一游”的规划,每个园林定位不同,有的主打亲子游乐,有的主打鲜果采摘,还有的主打园艺培训和拓展训练。“每年至少有100万游客到石燕湖村旅游,村里3800人,人均年收入将近3万元。”刘亚洲说。

54岁的村民张永波曾经是一名包工头,他原本打算将全部积蓄拿到长沙市区买一套商品房养老,在刘亚洲点拨下,最终在村里办起了民宿。“去年光是在我家住宿的游客就有1000多人,吃饭的更是不计其数,这让我赚了将近20万元。”他说。

雨花区政府还拿出专项资金,请来专业团队帮助村民进行房屋改造,不仅设计费全免,改造资金的40%也由政府承担。记者在张永波的民宿改造图上看到,房子以前的风格尽管洋气,却与周围环境格格不入,重新设计后,增添了更多清新朴素的田园风格。

湘潭市岳塘区指方村因靠近老工业基地,土壤重金属污染严重,被划为农作物“替代种植区”。但在2018年,湖南省林业局还

是将“秀美村庄”的称号授予了指方村。

“不能种粮种菜,我们就种花种树。”村支书刘文胜告诉记者,前两年,借着湘潭市创建国家森林城市的契机,村里将土地集中规划,在指方大道两旁打造了荷花园、牡丹园、玫瑰园和兰草园等24个花园,并关停了每年给村里带来50万元收入的两家砖厂。

这让指方村实现了“美丽转身”,最近一年日均接待游客超过3000人。“很多城里人打算到村里来长期居住,但都没能如愿。”刘文胜解释说,“生态旅游火起来之后,出门打工的村民都回来了,村里已经没有空余的房子出租。”

尝到甜头的指方村因此更加重视对生态的保护。村里不仅给大家分配了义务公益岗位,组队设点开展巡山工作,还在位于村中的湘潭市海拔最高的青山大岭种植了数万棵防火树种。此外,村里还与湖南省林科院、浙江大学等科研单位保持着长期联系,呵护花园里的一花一木。

“秀美村庄”建设取得的成果,标志着湖南造林绿化由过去的山川绿化向城乡统筹协调发展,造林功效由过去单一的增加森林面积和蓄积向美化环境、提升生活质量延伸。

(据新华社长沙7月7日电)

世园直击

引进来 留得住 能共赢

——当前中国外资形势观察

月份一次性签约24个重大项目,金额近300亿元,涉及产业孵化、保税维修、新能源材料、电子信息、医疗器械等多个领域。

向西看,成都重庆西安纷纷亮出不错的吸引外资“成绩单”,一批装备制造、现代金融、现代物流、文化创意产业投资项目有序推进。

往北走,德国宝马集团增资30亿欧元在辽宁沈阳新建工厂;石油巨头沙特阿美携手中国企业共同投资100亿美元在盘锦运营化工项目。

商务部的数据显示,今年前5个月,我国实际使用外资3690.6亿元,同比增长6.8%,增速较去年同期加快5.5个百分点。其中,来自德国、韩国、日本的对华投资分别增长了100.8%、88.1%、18.9%,来自欧盟的投资增长了29.5%。

“中国依然是世界最大的增长机遇所在。”麦肯锡全球管理合伙人凯文·斯奈德认为,市场体量大,供应链效率高,资本充足,这些都是世界投资者看好中国经济的重要因素。

“我们愿同中国经济共成长”

夏至时节,江苏张家港,一场舞狮表演让美国陶氏公司高附加值有机硅树脂工厂奠基

仪式热闹非凡。半年内第二次访华的陶氏首席执行官吉姆·菲特林,饶有兴致地用毛笔为狮头“点睛”。

“这是我们过去3年在张家港投资的第3条生产线。”他说,对陶氏而言,中国不仅是“战略市场”,更是生产中心、创新中心,在陶氏全球供应链中地位举足轻重。

实际上,早在半年前,菲特林就告诉记者,中国的市场机遇、转型机遇、创新机遇,也为陶氏带来了源源不断的发展动力。“我们愿同中国经济共成长。”

透过现象看本质。记者发现,当前中国吸引外资,无论数量还是质量,都与往常不可同日而语。

商务部的数据显示,前5个月,制造业实际使用外资1128.9亿元人民币,同比增长12.4%;高技术制造业实际使用外资417亿元人民币,同比增长23.2%;高技术服务业实际使用外资同比增长近70%。

外资加速向中高端集聚,恰恰与中国经济迈向高质量发展形成共鸣。

记者调研发现,越来越多跨国公司企业将研发总部或研发中心设立在中国,对华投资中的研发投入也随之加大。

施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正告诉记者,公司近3年在中国的研

投入将增长50%,研发撬动生产,愿意在研发领域加大对华投资,充分表明施耐德对中国市场的信心,对中国持续优化营商环境、知识产权保护

的肯定。欧洲知名车企雷诺集团高级副总裁、中国区主席福兰已在中国生活了3年。这期间,雷诺在中国电动车市场进行了大量投资,已与中国企业建立了3家合资企业。

“我们知道中国政府出台了許多欢迎外商投资的政策,也切实感受到中国正在不断改善的营商环境。”福兰说,“未来非常希望在中国这个全球最大的电动车市场取得突破。”

当“世界工厂”与“世界市场”在中国交汇融合,火花自然绚丽夺目。

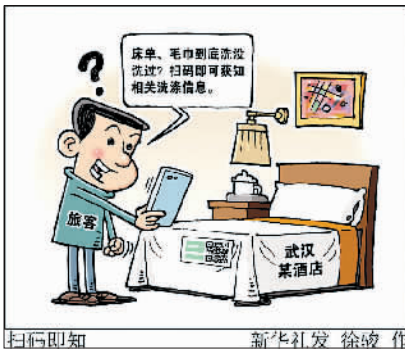
“对于有远见的企业而言,参与中国经济转型升级是不容错过的机遇。”博纳纳说,全球跨国投资连年下滑,而中国吸引外资却逆势上扬,这是全球资本做出的市场选择。

“更多的共赢故事令人期待”

应该看到,当前世界经济风险有所上升,国际贸易投资放缓,保护主义负面影响加大,不稳定不确定因素明显增多。

而中国,正以深化改革扩大开放的确定性,积极应对外部环境的不确定性。

6月末,日本大阪,中国宣布若干扩大开



扫码即知

酒店床单、浴巾到底洗没洗过?有没有落实“一客一换”?近日,武汉首家绿色洗涤基地正式投入运营。这家基地给每一条毛巾、每一张床单都“植入”了芯片,很快还将印上二维码,住店旅客扫码即可获知相关洗涤信息。

新华社发 徐骏 作

“一带一路”工业互联网国际合作需把握发展机遇

本报讯(记者蒋嵩)“开展‘一带一路’工业互联网国际合作是我国与‘一带一路’沿线各国共同把握数字化、网络化、智能化发展机遇,共建‘一带一路’科技创新行动计划的具体措施。”中国工业互联网研究院院长徐晓兰在7月6日举行的“开展‘一带一路’工业互联网国际合作,合力打造高质量世界经济研讨会”上这样表示。

工业互联网是第四次工业革命的重要基石,将推动传统产业加快转型升级和新兴产业加速发展壮大。而在开展“一带一路”工业互联网国际合作中要注意些什么?商务部中国服务外包研究中心主任邢厚媛指出,各国信息化和工业化基础水平的差距和信息数据相关法律法规、法规、标准的差异是工业互联网走出国门需要着重关注的问题。

对此,石化盈科信息技术有限责任公司高级副总裁蒋白桦也提出国家信息安全壁垒对于工业互联网国际合作的挑战,建议推动“一带一路”沿线国家共同制定工业互联网国际标准。

中兴通讯股份有限公司在俄罗斯、印度、孟加拉国、埃及等“一带一路”国家都开展了业务,有着丰富的国际业务经验。该公司副总裁林晓东指出,政治、金融汇率、出口管制、税务、海外用工与当地文化冲突等都是开展“一带一路”工业互联网国际合作的潜在问题。

报告称长租公寓同质化高

本报讯(记者杨召奎)日前,中国饭店协会公寓专业委员会发布《中国长租公寓行业运营情况分析报告》(以下简称“报告”)。报告指出,虽然长租公寓产品线日趋丰富,但从产品设计角度看差异不大,同质化程度很高。

报告显示,截至2018年底,市场上活跃的公寓品牌超过80个,分布的城市数量达44个,涉及1223座集中式公寓(约240052套)和135200套分散式公寓。

报告显示,租赁式公寓95%的客群是20岁~35岁的单身青年,其中能够支撑高租金的群体多来自TMT行业、金融行业和高端服务业。客群单一导致公寓产品的定位趋同,进而让产品设计同质化程度很高。

从区域来看,长三角、京津冀、珠三角三个城市群的公寓供给量占全国总供给量的70.4%。其中,北京、上海、深圳、广州、杭州、南京、武汉、成都、西安、重庆等十个热点城市的供给量占全国供给总量的81.7%。从每亿元GDP对应的租赁式公寓数量看,部分处于经济高速发展期的一线价值型城市、流量枢纽型城市的租赁式公寓市场还有较大发展空间。