

谈资

垄断行业 服务性收费 将统一向社会公示

国家发改委9月1日对外发布《关于进一步加强垄断行业价格监管的意见》,要求清理规范垄断行业经营服务性收费,取消违规不合理收费,推动降低偏高收费标准。保留政府定价管理的,要纳入收费目录清单,2017年底前统一向社会公示,接受社会监督。

目前我国垄断行业主要包括输配电、天然气管道运输、铁路运输等基础性行业以及居民供水供气供热等公用事业。由于具有资本投入量大、市场支配地位明显、关乎民生、难以形成有效竞争等特点,为保障公共利益,根据国际惯例,需要政府对这些行业的价格进行有效监管。

完善省级电网输配电价制度

严格执行并适时完善省级电网输配电价制度。加快推进跨省跨区专项输电工程和区域电网电价改革,力争2018年完成。研究核定增量配电网和地方电网配网价格,加快形成完整的输配电价监管体系。研究制定输配电成本和价格信息公开办法及分电压等级成本核算、归集、分配办法。研究建立电力普遍服务、保底服务的成本回收机制,妥善处理并逐步减少政策性交叉补贴。

监审天然气长途管道运价

依据已出台的定价办法和成本监审办法,深入开展跨省长途管道运输成本监审,合理制定价格水平,适时完善监管规则。强化省内短途管道运输和配气价格监管,加快落实输配气价格监管要求,全面梳理天然气各环节价格,2018年底前各地要建立起输配环节定价办法、成本监审办法,重新核定省内短途管道运输价格,制定独立配气价格,降低偏高输配价格。



构建铁路旅客列车运价体系

依据已出台的定价成本监审办法,全面开展普通旅客列车运输成本监审,2017年底完成成本监审工作,提出完善普通旅客列车硬座硬卧票价形成机制的意见。对公益服务属性特征明显的部分普通旅客列车客运产品,统筹协调价格调节与财政补贴,完善价格形成机制,逐步构建以列车运行速度和等级为基础、体现服务质量差异的票价体系。

基本热价和计量热价相结合

制定完善居民供水供气供热成本监审办法,定价办法,力争2020年前实现全覆盖。强化供水成本监审,完善供水成本公开制度,引入约束激励机制,促进供水企业提高管理效率和服务质量,主动降低生产成本。开展城镇供气成本监审,完善居民用气价格机制,优化居民用气阶梯价格制度,减少交叉补贴。推进北方地区清洁供暖,落实煤热、气热价格联动机制,开展供热成本监审,按照“多用热、多付费”原则,逐步推行基本热价和计量热价相结合的两部制价格制度,合理引导热力消费。

取消违规不合理收费

清理规范垄断行业经营服务性收费,取消违规不合理收费,推动降低偏高收费标准。具备竞争条件的收费项目,一律放开由市场调节。保留政府定价管理的,要纳入收费目录清单,2017年底前统一向社会公示,接受社会监督。由企业依法自主定价的,要落实明码标价规定,明确收费项目名称、服务内容和收费标准。没有提供实质性服务的,一律不得收费。已通过价格回收的成本,不得另行收费补偿。加大执法力度,严禁利用优势地位强制服务、强行收费或只收费不服务、多收费少服务。(据《法制日报》)



纯粹消费

零售巨头打造新概念超市应对电商

近期,沃尔玛迎来武汉杨家湾店、昆明金瓦路店两家“紧凑型”门店的开业。与以往面积过万的沃尔玛大卖场相比,这两家店的营业面积缩小了近40%。

无独有偶,今年年初,家乐福在浦东新区开出了上海第31家门店——上海成山路店,与家乐福传统大卖场不同的是,这家店的卖场面积减少了近40%,相比“品类齐全、一站式购齐”的传统大卖场,该店“更小、更方便、更注重服务”,家乐福称其为“新概念生活超市”。

沃尔玛、家乐福门店的纷纷“瘦身”,被业内人士认为,标志着大卖场正式开启新一轮的转型升级。而在中国科学院大学经管学院吕本富教授看来,沃尔玛、家乐福做出的调整,更多的是应对电子商务带来的冲击,“现在沃尔玛、家乐福在商品品类和价格上,已经无法与京东等网络零售商相比了,但是京东仍然无法取代街边711这种便利店,所以沃尔玛、家乐福拟向便利化、小型化方向发展,对于沃尔玛与家乐福来说,这是一种新商业模式的探索。”吕本富教授告诉科技日报记者。

开启卖场小型化新趋势

开设紧凑型门店早在沃尔玛的规划之中。今年2月,沃尔玛亚洲及中国总裁兼首席执行官岳明德就曾透露,正在测试紧凑型大卖场。当时外界对其的普遍猜测是,更小的面积和更精简的商品。

近几年,面对市场环境翻天覆地的变化,作为老牌零售巨头的沃尔玛、家乐福也在不断自我调整,探索着最适合自己的发展之路。

2016年2月,沃尔玛宣布计划投资约60家门店进行升级改造。门店改造计划通过优化销售面积、改造停车、交通条件,增加节能环保设施等方式,提升商场运营及顾客的购物体验。

同时,沃尔玛门店仍保留人工服务,并且通过持续不断的设备改造和流程再造,提升服务效率,解决顾客服务的真正“痛点”。

家乐福也认识到新一代消费者更加习惯用数字化的方式来互动,因此,与传统大卖场相比,新开门店有更强的门店数字化与交互式体验。据了解,家乐福成山路店无论是海报呈现、标牌指引,还是服务台都进行了数字化改造。比如,服务台就引入了自动排号系统。

此外,为了打破商品陈列位置的局限性,沃尔玛未来还将考虑推出商品二维码展示。例如,顾客在门店选择某款咖啡时,同时可以看到商品货架上还有一个二维码标签,顾客拿出手机扫一扫二维码,即登陆京东上的沃尔玛官方旗舰店,获取更多在售咖啡的商品信息,包括图片、价格等,消费者即可在线上选择购买。

贴近周边社区的消费者 与家乐福传统大卖场不同的是,成山路店卖场不仅面积减少了近40%,家乐福还将整栋商业物业租赁下来,进行自主招商,引入餐饮、服饰、休闲以及影院等多个业态。同样地,新开业的沃尔玛武汉杨家湾店和昆明金瓦路店也进行了新尝试,租赁区域更突出餐饮以及服务型的店铺。

在赵向阳看来,这是大卖场购物中心化的发展趋势。“从业态发展和行业背景来看,大卖场购物中心化是大势所趋。一方面,受到电商冲击和非食品类的减少,大卖场面积缩小是行业共识;另一方面,大卖场也要更多业态作为补充来提高其聚客能力。”赵向阳说。

有不少人担心大卖场会购物中心化,岂不是又走了传统购物中心的“老路”?对此赵向阳表示,大卖场购物中心化与物业方自主招商有着本质区别,主要体现在出发点不同,由此就会形成不同的招商策略与运营模式。大卖场做购物中心出发点更侧重消费者体验,而物业方自主招商更侧重短期租金收益。

考虑到周边写字楼上班族的需求,家乐福成山路店在招商的时候大量引进餐饮而压缩服饰和小百货业态;同时,该店还专门开辟出用于消费者就餐的免费区域,该区域可提供免费的开水、微波炉加热的服务。此外,还安置了一台自动饮料贩卖机供消费者进行多样选择。

赵向阳表示,家乐福成山路店的购物中心化思路吻合业界所说的“社区邻里中心”的概念,这与澳大利亚超市经营情况非常相似。澳洲零售业的特点在于,超市外租区域非常火爆,以特色小吃和餐饮为主打,形成美食一条街。超市外租区域面积也很大,几乎与超市自身的面积相当。

专家点评 互联网+传统行业,大家都认为这是狼来了的故事。现在,沃尔玛和家乐福新商业模式的探索则说明互联网+传统行业是一种现实,而不是狼来了。在互联网的挑战下,传统的产业必须要有应对策略,它的经营方式要调整,这表现为卖场小型化与经营弹性化,而且更加贴近周边社区的消费者。

同样,为了适应互联网+的背景,沃尔玛准备推出商品二维码。为什么需要二维码?比如,我买了一包饼干觉得特别好吃,用手机一扫就能网购同一种类型的饼干,所以通过商品加二维码的方式,就使得线上线下相融合。这又和传统电商不一样,对传统电商也形成一种挑战,就像下棋一样,这可以扳回一局。

总之,这是传统企业应对互联网+的挑战和升级。(据《科技日报》)

数字化自动化手段上阵 沃尔玛新开门店除了营业面积缩小以外,在收银模式上也发生了重要变化,开启了“人工+自主”的收银模式。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

对此,吕本富教授并不认同。在他看来,如果小面积的店面开多了,租金同样很多。大卖场店面更多的是能够让家乐福等零售商经营更加灵活。

数字化的手段上阵 沃尔玛新开门店除了营业面积缩小以外,在收银模式上也发生了重要变化,开启了“人工+自主”的收银模式。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

物体验。与此同时,自2015年开始,家乐福就在中国实施“多业态、多渠道、多平台”的新发展战略,家乐福不再仅仅依靠大卖场,开始布局便利店,并发展电商业务,同时在全国打造多个现代配送中心。

虽然零售业发生了很大的变化,但在沃尔玛中国高级副总裁兼大卖场首席运营官孙义彰看来:“无论零售业如何变化,其本质不会改变——满足消费者需求。如果说零售业正在变革,那首先要理解消费者需求发生了哪些变化。”

然而,吕本富却认为,沃尔玛、家乐福主要是应对飞速发展的电子商务,而不是适应消费者需求的变化。

据中国连锁经营协会发布的“2016年中国连锁百强”榜单显示,各业态销售增幅差异明显,便利店增幅最高,达到16.7%,而超市和大型超市仅仅只有1.5%。大卖场增速放缓。多年研究零售业并创办了《第三只眼看零售》的赵向阳表示:“卖场小型化是大势所趋,不光家乐福如此,永辉、大润发等都在进行这方面的尝试。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

对此,吕本富教授并不认同。在他看来,如果小面积的店面开多了,租金同样很多。大卖场店面更多的是能够让家乐福等零售商经营更加灵活。

数字化自动化手段上阵 沃尔玛新开门店除了营业面积缩小以外,在收银模式上也发生了重要变化,开启了“人工+自主”的收银模式。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

对此,吕本富教授并不认同。在他看来,如果小面积的店面开多了,租金同样很多。大卖场店面更多的是能够让家乐福等零售商经营更加灵活。

数字化自动化手段上阵 沃尔玛新开门店除了营业面积缩小以外,在收银模式上也发生了重要变化,开启了“人工+自主”的收银模式。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

对此,吕本富教授并不认同。在他看来,如果小面积的店面开多了,租金同样很多。大卖场店面更多的是能够让家乐福等零售商经营更加灵活。

数字化自动化手段上阵 沃尔玛新开门店除了营业面积缩小以外,在收银模式上也发生了重要变化,开启了“人工+自主”的收银模式。减少门店面积可以降低租金成本和配套的人力成本。”

对此,吕本富教授并不认同。在他看来,如果小面积的店面开多了,租金同样很多。大卖场店面更多的是能够让家乐福等零售商经营更加灵活。

生活完全手册



马云曾说:“如果美国是在车路上的国家,那么今日的中国就是在互联网上、移动终端上的国家。”

有一组数据可以说明目前我国移动支付行业的发展状态:2016年,中国移动支付交易规模实现8万5千亿美元,高达美国同期的70倍以上。

2015年,中国P2P平台市场规模约为669亿美元,达到美国4倍。

2014年,中国网络零售渗透率达到了9.9%,首次超过美国。

那么,究竟是什么原因造就了中国的移动支付飞速发展呢?中国的网民数量全球第一

中国的互联网市场,电子商务和互联网金融板块尤为发达。截至2016年,中国的网民总数已达7.1亿,约相当于印度和美国的网民总量,占全球网民总数的1/5。中国的互联网消费规模高达9670亿美元,仅略低于美国。从增长来看,“中国速度”惊艳了世界。中国网民总量过去15年里复合增长率高达25%,互联网消费过去5年里复合增长率高达32%。

根据波士顿咨询公司的模型估算,中国的电子商务和互联网金融板块占比较大。这两个板块的绝对规模和相对占比都超越了美国。中国的电子商务占市场总体44%(美

国:27%)。中国的互联网金融板块收入占市场总体12%(美国:6%)。

中国的网民特点:更年轻更草根更移动

从用户结构来看,中国互联网用户相比美国更年轻、更草根、更移动。从应用偏好来看,中国用户更“喜新厌旧”。从消费行为来看,中国用户网购更频繁,数字内容付费意愿亦快速提升,并且趋于多元。

以2016年数据为例,中国互联网用户平均年龄为28岁,美国平均年龄为42岁,相差14岁。除中国总体人口结构更年轻以外,中国高年龄段网民渗透率显著低于美国,也是导致中国网民更年轻的原因。据

截至2016年,中国的网民总数已达7.1亿,约相当于印度和美国的网民总量,占全球网民总数的1/5。中国的互联网消费规模高达9670亿美元,仅略低于美国。从增长来看,“中国速度”惊艳了世界。中国网民总量过去15年里复合增长率高达25%,互联网消费过去5年里复合增长率高达32%。

根据波士顿咨询公司的模型估算,中国的电子商务和互联网金融板块占比较大。这两个板块的绝对规模和相对占比都超越了美国。中国的电子商务占市场总体44%(美

国:27%)。中国的互联网金融板块收入占市场总体12%(美国:6%)。

中国的网民特点:更年轻更草根更移动

从用户结构来看,中国互联网用户相比美国更年轻、更草根、更移动。从应用偏好来看,中国用户更“喜新厌旧”。从消费行为来看,中国用户网购更频繁,数字内容付费意愿亦快速提升,并且趋于多元。

中国网民网购频次远高于美国

中国网民PC端和移动端的网购频次都远高于美国。每周PC端网购1次及以上的占比为64%(美国:34%),移动端网购占比则更高,达70%(美国:43%)。

过去,游戏几乎是中国互联网用户唯一愿意付费的数字内容,这一占比至今依然很高,在2016年达到76%,但相较于2011年的86%,已经下降了10%。如今,其他数字内容的付费用户比例正快速提升,尤其直播+秀场和视频增长迅速,付费金额占比分别达到10%和5%。

中国的信用卡普及率低

中国线下非现金支付行业发展较晚,在移动支付兴起前,中国线下交易以现金为主,而发达国家则早已有成熟的信用卡生态体系。

在美国,信用卡POS机几乎成为商家标配,美国的消费者也非常习惯用信用卡在线上、线下消费。截至2011年,中国现金支付在所有支付手段中的占比高达65%(美国为26%),信用卡渗透率低。

移动支付的出现替代了现金支付,商家也可用低成本设置移动支付POS;同时中国的移动支付工具直接绑定银行卡,提供方便的使用者界面及丰富的支付场景。因此中国当美国还是以信用卡消费为主时,

中国消费者快速接受了移动支付带来的便利。数据显示,中国2016年移动支付交易金额规模已达8.5万亿美元,约为美国的70倍,而2015年现金支付比例则降至47%。

中国的人才红利不可小视

中国除了拥有大量年轻消费者这个人口红利以外,还拥有庞大且廉价的人才红利。以2016年为例,中国有超过350万理工科大学毕业生,其中有约40万计算机与电子信息相关专业毕业生;同时,中国工程师的平均工资仅为美国的1/3。如此大量且低成本的人才加速了互联网企业创新和商业化的步伐。

基础设施建设有保障

中国政府自上而下的政策规划和投入充分保障了基础设施建设。举例来说,《十二五规划》(2010)、《宽带中国》(2013)、《十三五规划》(2015)等都在宽带及移动互联网、云计算基础设施及新技术普及方面提出积极的建设目标,并承诺大量资源投入。例如,十二五期间承诺电信行业总体投资规模达人民币2万亿元;启动“三百十”工程,培育扶持1000家云计算企业,并实现1000亿元的产值。由国家牵头、高效执行的基础设施建设保障了互联网的普遍接入和商务环境,让中国互联网人口在短期内快速增长。(新华网)

生活危机现场

微信回应 “发图泄露隐私”传闻



《微信发照片,千万别传“原图”》一文近日刷爆朋友圈。该文称,微信发送照片时选择“原图”传送会暴露个人的位置等隐私信息,经过修图软件处理后仍有显示,令众网友“细思恐极”。微信昨天回应,该功能与微信无关,并提醒用户可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。

该文作者举了一个例子:约了同事聚餐,只是给同事发了一张火锅店的原图,同事就准确找到了位置。同事告诉他,这不是高智商,而是得感谢智能手机的定位系统。在听了同事的话之后,作者试着将自己发过的图片定位,一天的活动轨迹清晰地呈现了出来。而在作者朋友的手中,这样的“照片地图”更加壮观。

对此微信昨天发表说明称,如今,任何智能手机拍摄的照片,都含有Exif参数,可以调用GPS全球定位系统数据,在照片中记录下位置、时间等信息。当用户把原始图片发送给其他人时,所附带的信息也一并发出去了。无论用微信、短信、邮件,抑或是其他传输工具,都是如此。严格来说,所谓的地理位置信息泄露,与微信无关。而部分公众号将其归因于微信,严重误导,给广大用户造成了恐慌。此外,用户在朋友圈发送的图片都经过了系统自动压缩,不是原图照片,已不带位置信息。部分账号声称“通过朋友圈图片完整展示了一天踪迹”,纯属子虚乌有。

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)

微信希望公众账号能够审慎甄别信息,避免夸大事实,给公众和企业带来不必要的伤害。同时微信也提醒广大用户,注意个人信息保护,可在智能手机“设置”中,关闭定位服务等隐私相关功能。(据《北京青年报》)