

# 食药监总局集中约谈网络食品交易第三方平台负责人



据国家食药监总局网站消息,网络销售食品交易量大、品类众多、销售面广,方便了人民群众生活,但也出现了网络食品交易第三方平台对入网商家管理不到位、对食品安全不重视、管理制度不到位等问题。为进一步督促网络食品交易第三方平台落实食品安全主体责任,1月11日,食药监总局召开会议,集中约谈国内部分网络食品交易第三方平台负责人。

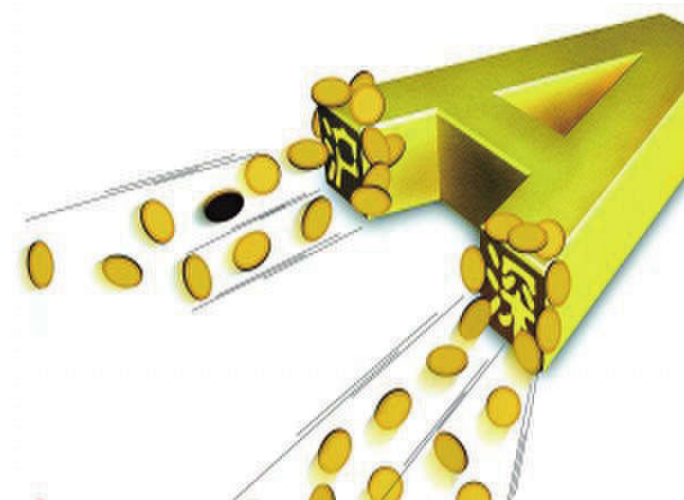
会上,食药监总局对近期发现的个别网络销售食品非法添加药品的情况以及2017年国内主要网络食品交易第三方平台食品抽检情况进行了通报,并要求网络食品交易第三方平台严格落实《网络食品安全违法行为查处办法》(总局令第27号)有关规定,要高度重视互联网经营食品的安全风险问题,要切实履行食品安全主体责任,加强入网经营者资质审核、证照公示、规范宣传行为等工作,配合监管部门共同营造食品安全环境,让人民吃

得放心。各网络食品交易第三方平台负责人就平台食品质量管理工作做了交流发言。

当天网、京东商城、顺丰优选、亚马逊中国、飞牛网、国美网上商城、1号店、苏宁易购、淘宝网、天猫等网络食品交易第三方平台负责人,以及北京市、上海市、浙江省、江苏省食品药品监管局相关负责人参加了会议。

据新华网

## 北上资金竞逐蓝筹白马 持续超配消费板块



A股市场上演开年躁动的“十一连阳”之后,市场迎来结构性盘整。北上资金对部分板块和个股的影响受到市场关注。展望2018年,一些机构预计北上资金的流入会继续温和增加,大盘蓝筹、白马股仍是外资的“心头好”。外资对A股行业及个股的研究会因为A股被纳入MSCI指数等国际进程的推进而深化。

### 北上资金的偏好

A股市场在躁动与盘整中,迎来2018年开年新局面。上证综指在暴走“十一连阳”后迎来继续上攻和结构性盘整并存的局面,市场上持续看涨白马蓝筹与看好成长风格的声音交织,抱定守正而能与希望出奇制胜的策略并行。一位私募机构投研人士表示:“在1月15日A股市场出现调整后,大家都在关注北上资金的动向。”

Wind资讯数据显示,截至1月17日,今年以来,沪股通合计流入116.10亿元,深股通合计流入109.31亿元。细分来看,2017年12月28日—2018年1月12日,上证综指走出“十一连阳”,同期沪股通除1月11日净流出外,其余10个交易日均为净流入;深股通更是连续11个交易日净流入。1月15日至17日期间,沪股通和深股通均在15日大额净流出,16日加速流入,17日则又有少量净流出,与此同时,A股市场整体进入结构性盘整,特别是1月15日,上证综指迎来开年首次较大幅度调整。

天风证券分析师徐彪指出,在年初涨幅靠前的板块中,最出乎大家意料的是消费,不管是家电还是食品饮料,都是过去一年已经大幅上涨的板块,大部分人对于2018年消费白马的判断不是特别乐观,这里我们可能很大程度上忽视了海外资金的配置力量。

广发证券1月16日指出,今年年初北上资金的流向悄然发生了一些新变化,值得市场关注。与去年12月份对比,今年前两周,北上资金加速流入银行、有色和房地产,减速流入食品饮料、医药生物和家电。而观察近期A股市场热点,可以说两者相輔相成、互相“助攻”。

对于北上资金对A股的影响,瑞信证券策略研究主管陈李对记者表示,中国仍处于去杠杆过程,内部资金的流动性相对紧张。当前外资对整体市场影响比较小,但对个别板块、个股的影响还是很大的。

不过,也有不同声音。瑞银证券中国首席策略分析师高挺认为,回溯更长时间来看,北上资金不一定是白马股上涨的主要动力。根据瑞信的估算,2017年上半年海外投资者在A股领涨的两个板块——食品饮料和家用电器——的净买入金额分别为130亿元和53亿元,远低于国内公募基金的342亿元和433亿元。截至2017年三季度末,境外投资者(含北向资金和QFII)只占到A股自由流通市值的4.5%左右。高挺说:“2017年以来,大盘蓝筹超越市场的表现是由A股市场风格转变、较低的风险偏好以及白马股本身强劲的业绩增长所带来的,相较于海外资金,国内投资者向大盘蓝筹的资金流入更可能是主要推动力。”

### 投资风格依旧

广发证券指出,2017年北上资金流入加速,全年北上资金累计净流入1997亿元,超过此前三年之和。2017年3月17日至12月31日期间,北上资金流入规模最大的前五个行业分别是食品饮料(427亿元)、家电(213亿元)、电子(156亿元)、非银金融(116亿元)和医药生物(111亿元)。2017年3月17日至12月31日,北上资金期间累计收益高达1344亿元,累计收益率41%,远超主要指数。期间收益主要来源于食品饮料、家电、电子、非银金融、医药生物等行业,期间累计收益率分别高达80%、57%、56%、35%、37%。

那么,进入2018年,北上资金的投

## 黄牛倒卖网红食品:面包加价百元 喜茶加价20元

北京市朝阳区三里屯有两家网红食品店,名声吸引着大量消费者前去尝鲜,火爆的场面也催生了一群黄牛。1月17日,记者走近这群黄牛,探访一下他们的生意经。

### 加价百元转卖面包

三里屯一直被视作北京的时尚地标之一,这里潮牌林立,各路网红品牌扎堆在此,奶茶品牌“喜茶”和网红面包“脏脏包”近来颇受欢迎,吸引了大批消费者排队。近日,记者来到网红食品“脏脏包”店铺,偶遇了面包店外的多名黄牛,他们正远远观察着排队情况,队伍里有不少他们的“战友”。

此时,一名不愿排队的男士走了过来,提出希望购买一个“脏脏包”。“脏脏包我们从来都是成对售出的,不卖单数,不然剩下的那个没人要。”

按照黄牛的說法,他们生意相当好做。“52元一对的原价,我们收过来大概150元左右,再转手240至260元卖出去,一天出手五十多对。”其实,黄牛所说的不单卖,也是为了更快走量。

一名黄牛透露,其实他们这买卖也需要智慧,他们需要花样翻新地雇人排队,以躲避店家拒售。“我们也雇人排队,一个人五六十元。”黄牛称,雇佣的“排队专员”大多以老年人为主,有时候自己也亲自上阵。

### 异地购买可发快递

以“脏脏包”为例,记者在店铺内发现有一些消费者还是从京郊专门赶来,一位男士表示,“我住燕郊,专门过来给太太孩子买的。之前我太太朋友圈有人晒这个,她没有,心里不高兴,我就来给她买回去尝尝。”记者看到,很多女士在购买完成后的第一动作,就是拿出手机拍照。“我排了那么久,肯定得发朋友圈发微博啊,不然白排了。”此外,送给家人或伴侣,也是消费对象的主要

目的。在黄牛销售圈里,消费者的年龄层次则更低一些,以青少年为主,一些外地消费者也会通过微信,异地购买后由黄牛快递发出。北京本地的客户们,黄牛则会选择“闪送”。

### 黄牛江湖也有“大哥”

不过记者了解到,黄牛之间也存在竞争。记者询问了一直在三里屯附近从事网红食品倒卖的黄牛,他告诉记者,黄牛之间虽然看似有“江湖规矩”来约束,但私下也相互竞争。“三里屯一带干这行的二三十人吧,价格肯定得商量着来,绝不允许出现低价倾销的情况,这是破坏市场。”当记者表示自己接触过售价低于他们的“行价”时,对方首先警觉起来,“谁?不可能,你告诉我名字?”随即立刻说,“大哥不允许”。

记者随后前往奶茶“喜茶”店铺前查看情况时,“大哥”的名字也多次出现。一走到喜茶店门前,就有多名黄牛手拿饮品单,上前主动攀谈。“要喜茶吗?一杯加20元,不用排队,立刻拿走。”记者看到,喜茶门前的队伍大约排了40人。黄牛们反复排队买到多杯奶茶后,在奶茶原有价格上额外加价20元售出。不过这个生意似乎不像“脏脏包”那么红火,黄牛们逢人便主动兜售。

### 店家发号限流遏制黄牛

当日上午,记者来到“脏脏包”售卖店铺。店长介绍说,现在店内已经采取了分时段发号,凭号购买的方法销售“脏脏包”,“每天早上10点发放中午1点的号,下午两点发放5点的,提前过来拿号,到时间再来取包”。按照店内打包也需排队的流程,意味着买到一个网红面包,需要经过拿号、拿面包、打包三个排队流程,且店内明文贴出公告,

自1月15日起,每一个“脏脏包”必须捆绑店家指定的其他商品一起销售,且每人限购两个。

但就这样,也没有挡住消费者高涨的热情。就在记者询问的短短三分钟内,有多达近十位顾客前来点名购买“脏脏包”,在得知并无现货之后,也没有离开,而是选择在店内逗留等待下午的排号。

至12点半左右,店内前来拿号去取货及等候下轮发号的顾客已经多达近百人,长长的队伍几乎把店铺内部头尾相接地团团围住。对于这种方法,店长表示是为了遏制黄牛现象,“发号的方式可以有效减少人群聚集,捆绑销售客观上也增加了黄牛的成成本。”

### 店家改规则黄牛受影响

记者观察到,“脏脏包”店家的做法,确实对黄牛产生了一定影响。对三里屯一带的黄牛来说,“喜茶”并不算收入主要来源,“脏脏包”才是。而现在,黄牛开始怨声载道。

门槛低,收入高,成了黄牛坚持下去的理由。但现在,随着“脏脏包”店家捆绑销售的策略推出,黄牛们也开始着急上火,这意味着成本大幅提高。并且因为这个方案太过突然,黄牛们对于面包收购与售出价格,显得非常犹豫。“我们不敢在朋友圈发广告了,不然人家一问发现你涨价了,觉得你黑心,就不找你买了。”对黄牛来说,最近这两天,属于“市场转型适应期”,“现在大家都还不知道店家的新规定,知道了也就能理解我们的涨价了。”

新规定的出炉,使得黄牛的利润空间暂时受到挤压,但是“这个生意必须做,哪怕挣的不多”,一名黄牛说,如果自己不再售卖这种网红食品,会显得他们没有拿货渠道,好像在黄牛圈子里不算“核心”,很没有面子,“也是为了维护客源,让别人想买啥都能立刻想起我

通报和严厉批评。

目前,摩拜与ofo是市场占有率最高的两家企业,广州日报全媒体记者就单车损坏比例、维修数量、维修点布局等问题分别向摩拜单车和ofo单车了解情况,两家公司均表示不对外公布。而关于企业如何发现损坏单车以及如何回收等,截至发稿未得到ofo回复。

### 单车维修成本 贵过新车 取回这些车辆对单车公司来说,意味着一笔怎样的花费?

如果废弃单车由共享单车企业搬回维修,每搬运一辆车约需支付9.6元,维修一辆车需支付的人力成本大约在3.3元~6.7元之间,罚款50元~100元,综合,3万辆违规车需要配备的运维人员对于一次性的成本支出将近200万元,一辆单车的维修成本约67元,而取回之后,75万元每月的人力成本仍是持续性的成本。据媒体对杭州公共自行

高了物业收入。

但好事多磨,围绕停车费用,双方进行了多次谈判。“最初按照实际停车计算,每月费用超过1600元,这对于居民而言太贵了。”朝阳门街道相关负责人表示,经过多次协商,最终敲定朝阳门SOHO月租380元,银河SOHO月租450元,共计600个车位。“物业公司给了很大的支持力量,拿出40%左右的车位,价格也比较合理,600个车位供不应求。”他说,这些车主绝大部分家住周边社区,停车距离大概是300至400米。

不光是朝阳门附近车主的烦心事解决了,王府井、东直门、东花市等地区

## 共享单车回收难致“垃圾成山” 谁来买单清理?



失败,请重试”,有一辆摩拜还能开锁。

### 仍有企业 偷偷投放单车

去年8月24日,广州向共享单车企业发出“禁投令”,并声明若发现新投放共享单车立即予以现场封存处理。同时,广州市交通部门提出企业务必将重心集中于提升运维管理服务水平,重点加大人员和管理投入,提升车辆的规整、调度运转,故障残旧车辆回收等线下服务水平。

但是,去年11月中旬,记者接到街坊投诉称,在天河区粤垦路,一夜之间多出200余辆摩拜单车,虽然其外观几乎全新,但每辆车的车尾等部位却有十分雷同的淤泥污迹,怀疑是企业将新车“做旧”后违规投放。此后不久,ofo也遭到投诉,称其在村地铁附近投放了一批疑似新车。

去年11月17日,广州市交委、城管委、公安局交警支队和各级政府再次联合约谈摩拜、ofo、小鸣、优拜四家共享单车企业,并对摩拜和ofo两企业点名

被贴罚单也是常有的事。”说起停车难,在这里住了五年多的他一肚子苦水。去年3月份,街道办贴了通知,可以每个月缴纳一定费用,使用SOHO写字楼的地下停车场。“好事呀,很多人也都报了名。”对于北京搜房物业管理有限公司朝阳门分公司物业经理王昱鹏而言,向周边居民开放停车位也是一举两得的事。“两座SOHO(朝阳门和银河)的地下停车位大概是1500个,由于是纯写字楼,停车需求是潮汐式的,白天多,晚上空。”而在不过度增加管理成本的前提下,开放一部分停车位给居民使用,既解决了写字楼周边拥堵现象,又实际提

## 北京东城为6500车主找到共享车位

窄窄的胡同,散发着浓郁的老北京味儿,但也给生活在这里的居民带来了诸多不便,停车难便是其中之一。面对这种困境,北京市东城区城管委探索共享停车管理,让公共建筑、写字楼与社区结对子,一年多来成功为6500位车主找到了停车位。

下午6点多,住在朝阳门内南竹竿胡同的薛先生不再急着回家抢车位,而是把车开进了离家一街之隔的朝阳门SOHO写字楼的地下停车场。简单地扫描车牌之后,他悠哉地把车开到B4层,寻位停车。“以前都是下班赶紧回胡同抢车位,有时还得大早起来挪车,晚了

的分析报道,平摊到杭州市八万多辆公共自行车上,每辆自行车的运维成本约为1000元,这甚至高于一辆新车的成本。

### 律师:清理费用应由共享单车平台承担

广州市民李女士则提出质疑:“如果有定位追踪和回收,为什么这么多车放了半个月都没人来拉走?满大街堆成垃圾堆的破单车谁去清理?”对此,广东法制盛邦律师事务所合伙人陈亮认为,当这些“被遗弃”的共享单车有损城市文明形象时,城管部门作为执法者应当及时清理这部分单车。至于清理费用,应当由原股东或者并购相关平台的企业承担。对于无人认领的共享单车,本质上仍属于私人企业的财产,城管部门可在依法清理扣押后发出认领公告,同时申请法院认定为无主物。如依法认定为无主物的,城管部门可以在变卖款优先清偿清理费用后,将剩余款项收归国有。

据新华网

的不少公共建筑、写字楼也纷纷与周边街道、社区结对子,拿出一部分停车位进行共享。据东城区城管委相关负责人介绍,全区基本停车位(小区、胡同区、混合区域)共计7.8万个,而夜间的居民停车需要大概是13.4万个,缺口为5.6万个。

截至去年底,全区实现共享车位6500个。今后,东城区将继续通过资源共享、盘活存量、适度建设等途径解决停车缺口。此外,还将运用静态交通智慧管理平台,提高停车位周转率,解决停车难,改善居住区静态交通环境。 据新华网