

春节前后猪肉供需有望总体平稳

1月15日,农业农村部例行新闻发布会,介绍2019年重点农产品市场运行情况,过去一年,稻谷、小麦库存足,价格有所下跌;玉米价格小幅波动;大豆进口继续减少;生猪产能年底前逐步恢复,价格持续上涨后有所回落。

此外,展望2020年,生猪产能有望逐步恢复,全年农产品价格水平有望回升。

猪肉 预计春节前后供需总体平稳

农业农村部市场与信息化司司长唐珂在发布会上介绍,去年10月份以来,随着国家和地方一系列生猪稳产保供措施密集实施,落地,养殖场户增养补栏信心增强,全国生猪生产止跌回升,市场预期趋稳,猪肉价格有所回落并保持总体稳定。12月猪肉批发均价每公斤43元左右。受猪价上涨带动,牛羊禽肉、禽蛋、牛奶价格总体走强,但上述产品生产增加较多,市场供给充足,涨幅明显低于猪肉。

随着春节临近,一年中猪肉消费高峰也即将到来。畜牧兽医局二级巡视员王俊勋预计,今年春节前后猪肉供需总体是平稳的。

“从去年12月份的监测情况看,一些养殖场户前期存栏的肥猪开始集中出栏,12月生猪出栏环比增加14.1%,出栏平均活重达到前所未有的128.5公斤,综合测算,猪肉产量将增加17.1%;从消费监测数据看,12月份集贸市场猪肉零售交易量环比增长11.7%。虽然供需两方面都在增加,但猪肉供需矛盾有所缓和。”

王俊勋表示,目前存栏的大猪还有一定数量,春节前将逐步出栏,一些屠宰加工和流通企业的库存正陆续出货,政府储备和进口猪肉也在陆续投放,加上南方做腊肉、北方杀年猪的高峰期马上就要过去,这些积极因素都不支持春节前猪肉价格进一步上涨。

此外,王俊勋介绍,日前农业农村部组织在全国范围内开展了生猪屠宰环节大检查,从初步汇总的检查情况看,所有生猪屠宰企业均落实了非洲猪瘟自检制度,有效保障猪肉产品质量安全。

蔬菜

当前价格波动符合往年规律

针对近期蔬菜价格有所上涨的现

象,唐珂回应,农产品生产有周期性和季节性,因此价格在一定幅度内波动是正常的。当前蔬菜价格波动基本符合往年规律。

唐珂说,近期蔬菜价格环比涨幅偏大一些,主要是因为前期冬春蔬菜主产区有两轮雨雪降温天气,蔬菜跨区域流通受到阶段性影响,加之2020年春节较早,市场备货提前,导致短期价格上涨较快;价格水平高于去年同期,主要是因为2019年上半年,菜花、豆角、黄瓜和西葫芦等部分品种价格低迷,菜农种植意愿降低,面积下降,导致市场价格涨幅较大,拉高了总体菜价。从后期走势看,由于2019年冬季气温正常偏暖,对北方设施蔬菜和南方陆地越冬蔬菜生产较为有利,蔬菜生产供给总体是有保障的。

据农业农村部监测,2019年下半年,28种重点蔬菜全国批发市场累计交易量比上半年增长4.7%,同比稳中有增。春节前如果出现持续性大范围灾害性天气,菜价有望保持基本稳定,节后价格或稳中有降。

唐珂还表示,2019年我国水果市场供给总体充裕,价格前高后低,波动幅度相对较大,但仍大体符合往年季节性规律。预计春节前水果价格小幅上涨,但水

大豆 市场价格有望保持基本稳定

农业农村部在昨天的发布会上还介绍,2019年,稻谷、小麦生产一减一增,口粮总产保持稳定,库存处于历史高位,市场价格保持平稳。2019年玉米产需缺口在500亿斤左右,但由于库存水平较高,玉米供需关系仍保持平衡偏宽松的格局,市场运行基本平稳。

国产大豆产量继续恢复增长,市场购销两旺,价格稳中走强。大豆进口小幅下降,据海关数据,2019年1-11月累计,我国进口大豆7904万吨,同比小幅下降4.0%,其中自巴西进口占比67%。预计2020年我国大豆进口总量将有所增加,能够满足生猪产能恢复后的豆粕需求。综合来看,2020年无论是国产大豆,还是进口大豆及下游豆粕、豆油,市场价格都有望保持基本稳定。

据新华网

“全民社交”催变网络零售

“种草”、拼购、直播带货、社交电商……这些词语已经成为网络购物中的热门概念。在其背后,“全民社交”正催变网络零售从模式、场景到理念的深刻变革。

2019年的“双11”,逾10万户淘宝商家开通直播,“直播一姐”薇娅和“口红一哥”李佳琦的引导交易额分别超过27亿元和10亿元,曾让以直播带货为代表的社交电商火了一把。

事实上,作为基于社会化移动社交而快速发展的新兴电子商务模式,社交电商已深度融入零售市场。消费品制造商争相发力社交媒体、新兴社交电商平台纷纷涌现的同时,各大传统电商平台也将社交电商纳入其战略布局。

中国互联网协会发布的《2019中国社交电商行业发展报告》显示,2018年社交电商市场规模超过1.26万亿元,预计2019年市场规模达2.06万亿元,较上年增长63.2%。2018年社交电商占网络零售交易规模的比例为14%,2019年和2020年有望分别超过20%和30%。

社交电商迅速成长,成为网络零售市场发展的“生力军”,有效满足了消费者多层次、多样化的需求。

社交与零售的“碰撞”,为何能擦出如此绚丽的火花?波士顿咨询公司(BCG)近日携手腾讯广告、腾讯营销洞察(TMI)联合发布《2019中国社交零售白皮书》,将“社交零售”定义为品牌通过线上社交生态影响消费者购买决策的营销或销售方式,并尝试从整体趋势、社交热点、人群发现、品类洞察等多个维度给出答案。

白皮书数据显示,伴随“全民社交”,中国的社交零售渗透率已达71%。接受调查的消费者中61%表示会好奇在“种草”,56%的女性更易受到社交媒体影响而产生兴趣,愿意参考周边知识和他人使用评价帮助自己决策;69%的消费者曾在社交媒体上分享过自己网购的链接;消费者在购买前后三个月内主动分享、转发产品信息,或参与、组建相关社群的比例高达77%。

调查同时显示,85%的受访企业认为社交媒体是影响消费者决定是否购买某产品最重要的因素,81%表示社交媒体是其投入最大的线上渠道。

白皮书分析认为,社交生态的繁荣直接改变了传统零售业中营销与销售的问题,品牌不仅可以借助社交媒体拉近与消费者之间的距离,提升沟通效果,更能进一步缩短从营销到销售的链路长度,降低沟通成本。

“如今的社交零售正展现出量变引发质变的端倪,即从传统的‘货’为出发点,转向经营‘人’的价值。”BCG董事总经理、全球合伙人杨立坪说。

显然,社交电商短期内难以摆脱“烧钱引流”的模式。网红直播频频“翻车”,平台屡遭虚假质疑,则暴露出行业尚不成熟、监管仍存“短板”。

民盟集团首席经济学家周荣华分析认为,在监管体系趋于完善的背景下,需求增长和资本涌入有望推动社交电商快速健康发展,从而帮助零售业找到互联网环境下行之有效的路径。

据新华网

地方两会诠释2020年楼市调控重点: 房住不炒、一城一策

近期陆续召开的地方两会对外释放出2020年将“保持房地产市场平稳健康发展”、“房住不炒”和“制定一城一策工作案”的工作目标和决心。

北京市政府工作报告指出,2019年落实“一城一策”长效机制,着力稳地价、稳房价、稳预期,保持新建商品住房和二手房价格涨幅符合预期,房地产市场平稳发展。2020年将保持房地产市场平稳健康发展。坚持“房住不炒”,进一步落实房地产管理调控机制。完成商品住宅土地库存600公顷,建设筹集各类保障性住房4.5万套。

易居研究院智库中心研究总监严跃进1月13日接受记者采访时表示,北京市政府工作报告明确,2020年将坚持“房住不炒”,进一步完善长效管理调控机制。此表述和中央房地产调控思路高度吻合。同时北京市的房地产政策往往对全国市场有积极的参考意义,此次提及的房地产供应、住房租赁和共有产权住房等相关政策,也可以为全国其他城市的政策制定提供借鉴。

以河南省为例,河南省住房和城乡建设厅厅长洪涛在河南省“三届人大三次会议记者会上表示,2020年将牢固树立“房住不炒”定位,坚持因地制宜、因城施策,全面落实城市主体责任,指导各地结合实际制定“一城一策”工作方案,不将住房作为短期刺激经济增长的手段和工具,注重保持调控政策持续性稳定性,持续完善调控方式手段。

此外,浙江、河北等地的政府工作报告针对2020年工作总体要求均提出促进房地产市场平稳健康发展。主要内容包括发展住房租赁业,完善住房保障体系;实施城中村、老旧小区改造三年行动计划;加大城市困难群众住房保障力度等。

“总体而言,2020年房地产市场调控的主要目标是重塑房地产与宏观经济的关系,转变经济发展动能,实现经济高质量发展。这意味着,房地产将在国民经济中保持新定位,回归‘居住属性’,‘稳’将是未来房地产市场持续发展的基本趋势。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对记者表示,从各地两会表态看,“一城一策”将会在未来房地产市场调控中唱主角。值得注意的是,今年“一城一策”将更加注重与土地、金融、财税政策的联动,这也意味着未来,房地产市场调控的重点将会有更多的回归基础性制度的建设,调控更加“多元化”,更加注重发挥政策之间的协同效应,这事实上就是长久以来完善调控机制、精准把握“一城一策”内涵的关键。

严跃进表示,包括北京在内的各地两会政策精神,进一步体现了“房住不炒”的政策导向。预计2020年房地产市场工作会有几大亮点和趋势。一是租赁住房将纳入房地产工作大框架之中,租赁的价格和市场秩序会有更为系统的监管。二是去库存的政策会更加细化,对于部分物业通过转化方式进行去库存,而对于这两年新出现的限售房、共有产权房等库存问题,则会给予更为明确的分配政策。三是人才和蓝领两类群体将会成为重点保障的内容,体现了人口结构优化、住房民生问题保障的重要思路。

据《证券日报》

提示

就在人们觉得线下实体店已经落伍出局的时候,阿里、苏宁、网易严选,一条等一批线上“大咖”却纷纷进军线下,在各地开设了大批体验型的新零售店,乡镇市场更成为“各路诸侯”攻城略地的新战场。

未来消费者将在哪儿“买买买”



资料图片

商场倒闭、电商狂欢,未来零售业谁主沉浮?专家认为,我国零售业进入创新变革的关键时期,未来将是线上线下融合、多业态互补的市场格局。

春节将至,家家户又迎来了“买买买”的大时节,随之而来的是网络零售狂欢式增长。今年,各大电商平台开启了更多全新在线购物与配送方式,带给人们全新的线上购物体验,线上“剁手族队伍”不断壮大。

就在人们觉得线下实体店已经落伍出局的时候,阿里、苏宁、网易严选,一条等一批线上“大咖”却纷纷进军线下,在各地开设了一大批体验型的新零售店,乡镇市场更成为“各路诸侯”攻城略地的新战场。

那么,未来的零售业谁主沉浮?消费者将在何处“买买买”?

直播带货等新零售方式涌现

纵观令人眼花缭乱的零售业变局,直播带货、下沉市场、一小时生活圈、反向定制等几大关键词不容忽略。

——直播带货。去年是网红直播带货大爆发的一年,“双11”有超过50%的商家通过直播形式卖货,当天淘宝直播带来的成交额就达200亿元。其中李佳琦的战绩超过10亿元,体量抵得上部分商场一年的销售额。爆火的还有李维刚,通过短视频分享田园牧歌的乡村生活,她在淘宝上开设的同名美食品牌店铺,款款成为“爆款”。

——下沉市场。下沉市场指的是三线及以下城市、乡镇与农村地区的市场。数据显示,下沉市场的消费群体占据全国人口的七成左右。“2019年,下沉市场的线上消费有近80%的品类增速都要快于一二线城市,他们对生活品质升级的需求强烈。”CBN-Data首席高级分析师李湘涛说。

——一小时生活圈。下沉市场消费升级,而一二线城市拼的是购物体验。线上零售的到家速度不断刷新纪录,“一小时到家”已经成为众多零售电商平台的标配,苏宁小店、京东到家、每日优鲜、盒马鲜生等都有此类服

务。——反向定制。平台利用大数据对消费者的需求精准把握,与制造商更顺畅地对接,消费者也从挑选者变为订购者。“将500多万条线上线下的消费者评价信息通过AI深度学习后,我们分析出老百姓对一口锅的主要诉求有六点,直接反馈给厂家,定制生产出来的一款锅成为热销爆款。”苏宁科技常务副总裁张悦说。

科技赋能 给零售业带来诸多改变

商务部数据显示,去年11月份重点企业网络零售额同比增长19.5%,增速比百货店、便利店、超市分别高19.8、11.4和10.7个百分点。是什么样的力量让互联网新零售击败传统零售?

以一张小小的会员卡为例,传统的百货、商超以前就有会员卡服务,但除了积分换购外,并没有让会员卡发挥更大价值。奥维咨询大中华区副董事长合伙人陈闻远说,依托数字化和大

数据分析手段,新零售企业从海量的会员信息中分析消费习惯、消费偏好等,顾客想要什么就提供什么,进行更有针对性的品类管理优化。

坪效是门店每平方米每年创造的收入,实体零售店通常用来衡量运营效益。华泰证券研究报告显示,中国传统零售卖场的坪效大约是1.5万元,而新零售卖场盒马鲜生的坪效达到5万元,线上销售占比超过50%。这背后是科技的贡献,新零售企业已经实现了智能化的分拣打包、库存管理。

零售大战也是物流大战。依托5G、大数据、AI等技术,“以前是人找货,订单一多,人就忙不过来了甚至出现爆仓。现在是货找人,顾客下单后,货物会通过系统和设备,自动‘跑’到拣选人员面前。无人仓的机器人两个小时就可完成普通员工一天的工作量。”苏宁物流研究院副院长梁宇峰告诉记者,在“无人仓物流基地”,货物从仓库出色到被运走,整个过程最快只要20分钟。

每日优鲜联合创始人兼总裁曾斌表示,未来劳动力成本越来越高,无人仓已经具有大规模商业化应用的可能。

在复旦、上海交大等高校,还出现了“无人快递车”,既可以给宿舍楼送快递,也能取件,“黑科技”新潮又方便。

未来将形成多业态互补的市场格局

商场倒闭、电商狂欢,未来零售业谁主沉浮?专家认为,我国零售业进入创新变革的关键时期,未来将是线上线下融合、多业态互补的市场格局。

在一大批一批百货商超黯然离场的时候,有的门店却却排队长。2019年12月21日上午,上海的地标商业街淮海路上,一间名为“niko and...”的3层复合型潮流商店正式开张。这家来自日本的潮流杂货店,因客流太大不得不进行限流。这里的店址曾是老牌百货淮海青少年用品商场所在大厦。

隔着一两条街道,无印良品全球旗舰店取代老牌百货商店出现。围绕“衣、食、住、行、育、乐”6个跟生活相关的话题,消费者在这里获得的不仅是购物,更是一种体验。

也有传统商场迎难而上,在竞争中华丽转身。如上海南京路上的新世界城改造后重新开业,海洋水镜馆、室内攀岩项目、火影忍者世界”等体验型项目的引入让商场人气暴涨,好看、好玩的休闲体验吸引了消费者的追捧。

新零售店主打“体验型经济”,这是虚拟化的互联网所不能提供的魅力。新世界城副总经理李蔚介绍,改造后的新世界城从纯粹的购物中心变为消费者的“城市客厅”。

中国连锁经营协会会长张发荣认为,零售业将通过全面数字化、智能化,全渠道营销成为零售企业的标配。5G、物联网等新技术发展,将助力中国零售业技术创新继续保持领先地位。

据《科技日报》

呼和浩特市赛罕区市场监督管理局行政处罚告知书

呼赛市监行告[2019]TS-052号

内蒙古疆江房地产开发有限公司:

由我局立案调查的你(单位)涉嫌使用未经检验的电梯一案,已调查终结。依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十一条的规定,现将本局拟作出行政处罚的事实、理由、依据及处罚内容告知如下:你单位作为限江现代城小区的建设单位,将未经检验的电梯

投入使用,该行为违反了《中华人民共和国特种设备安全法》第三十二条第一款的规定。依据《中华人民共和国特种设备安全法》第八十四条第一款(一)项的规定进行处罚,罚款30000元整。

依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十一条、第三十二条的规定,你单位有权进行陈述、申辩。

你单位自收到本告知书之日起三个工作日内,未行使陈述、申辩权,视为放弃此权利。

联系人:那日苏 联系电话:0471-3165411

呼和浩特市赛罕区市场监督管理局
2019年8月15日