

我国率先发布 5G 中频段频率使用规划

本报讯 (记者孙喜保)记者日前从工信部获悉,我国第五代移动通信系统(简称“5G 系统”)频率使用规划取得重大进展。为适应和促进 5G 系统在我国的应用和发展,根据《中华人民共和国无线电频率划分规定》,结合我国频率使用的实际情况,工信部发布了 5G 系统在 3000~5000MHz 频段(中频段)内的频率使用规划,这意味着我国成为国际上率先发布 5G 系统在中频段内频率使用规划的国家。

规划明确了 3300~3400MHz、3400~3600MHz 和 4800~5000MHz 频段作为 5G 系统的工作频段;规定 5G 系统使用上述工作频段,不得对同频段或邻频段内依法开展的射电天文业务及其他无线电业务产生有害干扰。同时规定,自发布之日起,不再受理和审批新申请 3400~4200MHz 和 4800~5000MHz 频段内的地面固定业务频率、3400~3700MHz 频段内的空间无线电台业务频率和 3400~3600MHz 频段内的空间无线电台测控频率的使用许可。

5G 系统是我国实施“网络强国”“制造强国”战略的重要信息基础设施,更是发展新一代信息通信技术的高地。频率资源是研发、部署 5G 系统最关键的基础资源,根据技术和应用特点及电波传播特性,5G 系统需要高(24GHz 以上毫米波频段)、中(3000~6000MHz 频段)、低(3000MHz 以下频段)不同频段的工作频率,以满足覆盖、容量、连接数密度等多项关键性能指标的要求。本次发布的中频段 5G 系统频率使用规划综合考虑了国际国内各方面因素,统筹兼顾国防、卫星通信、科学研究等部门和行业的用频需求,依法保护现有用户用频权益,能够兼顾系统覆盖和大容量的基本需求,是我国 5G 系统前期部署的主要频段。

此次工信部率先发布 5G 系统在中频段的频率使用规划,将对我国 5G 系统技术研发、试验和标准等制定以及产业链成熟起到重要先导作用。后续,工信部将继续为 5G 系统的应用和发展规划调整出包含高频段(毫米波)、低频段在内的更多的频率资源。

近年来,中国通信行业发展迅速,短短十多年,走过了 2G/3G 跟随、4G 同步的历程,在技术等领域已经基本达到与发达国家并驾齐驱的地位。5G 被认为是中国通信行业实现超越的领域。据工信部相关负责人介绍,中国将持续加大对 5G 技术标准研发的力度。

目前国际上各发达国家对于 5G 技术和标准的研发都有详细的规划,尤其是美国、欧洲各国和日本,均取得不同程度的进展。按照中国的规划,2020 年,中国将实现 5G 在国内的商用。

中国奢侈品行业逐渐回暖

本报讯 日前,中国电子商务研究中心发布了《2017 年中国奢侈品电商发展报告》。报告显示,从消费情况来看,中国已经是全球最大的奢侈品消费国。2016 年中国奢侈品行业市场规模达到了 1200 亿元,较 2015 年的 1130 亿元相比,增长了 6%,其中中国奢侈品电商市场规模达到了 573.5 亿元。

报告指出了中国奢侈品行业的发展趋势。拥抱年轻化。年轻一代的消费者逐渐成为奢侈品消费的主力军,奢侈品品牌也逐渐开始转变思路,以新的设计以及新的营销方式来迎合年轻人群多变的“口味”。

消费理念改变。奢侈品消费日趋理性,消费者更加注重性价比。近八成消费者选择质优价高的顶级品牌,或寻找性价比更高的轻奢或中高档品牌。尤其是年轻消费者开始追求小众品牌。Supreme、Vetements 等小众品牌一跃成为全球年轻人追捧的奢侈品品牌。

品牌门店“关店潮”继续。国际奢侈品牌将进一步关店,减少门店数量同时进行现有门店改造, 大店和旗舰店将成为奢侈品门店主流,门店功能将更加多元化,生活方式体验和服务将成为核心价值诉求。

集体试水电商。随着奢侈品电商市场份额的逐渐上升,全球奢侈品企业纷纷开始试水电商,除了与巨头合作之外,也有部分大型奢侈品品牌选择自建电商平台。

据了解,中国奢侈品电商经历了 2008 年的萌芽起步、2011 年的野蛮发展生长、2012 和 2013 年的扩张洗牌以及 2014~2016 年的行业巨变,业态基本趋于稳定。

目前,中国市场的奢侈品电商可以分为四个类型。第一类是以寺库、尚品为代表的中国本土奢侈品电商平台;第二类是以 Yoox、Farfetch 和 Net-a-Porter 为代表的国际奢侈品电商平台;第三类是以天猫奢侈品、京东奢侈品、唯品会奢侈品为代表的综合型电商平台的奢侈品频道;第四类是以 LVMH 和开云为代表的奢侈品牌自建电商平台。

在“未来零售”时代下,除了以寺库为代表的奢侈品电商不断发展外,以国内零售业巨头阿里、京东为代表的综合型电商平台也在积极布局奢侈品电商,这将给中国奢侈品电商市场带来新的机遇。(肖捷)

不让工地起扬尘,给当地一个碧水蓝天 安阳西北绕城高速施工实现“零污染”

本报讯 11 月 15 日是中铁十一局安阳西北绕城高速跨南水北调干渠大桥左幅最后一段混凝土施工合龙的日子。安阳当地环保巡视员人员通过持续对大桥施工现场跟踪巡察和不断观察干渠两岸的视频监控系统发现,在近一年的施工期间,做到了无一污水、无一牌渣、无一钢筋头、无一沙粒、无一扎丝和桥上施工人员无一滴汗水往干渠里掉,实现了南水北调干渠“零污染”。

安阳西北绕城高速公路建设开工不久,就赶上了当地史上最严的环保治理风暴。面对严厉的环境治理行动,他们采取多种措施,激励大家积极投身到科学治理扬尘,防治环境污染的行动中来。根据不同时期工作重点和季节特点,相继摸索和推广“湿法作业法”、“植物纤维绿化跟进法”和“重点位置截污法”,把施工可能产生和引发的扬尘,对南水北调干渠流水造成的污染,从源头上彻底堵住、消除。

“湿法作业”,让工地见不到扬尘。一是创新挖掘机大臂作业洒水新技术,在挖掘机大臂上安装喷水水龙头,在挖掘机发动机机后盖上安装水箱,通过智能开关,针对机械挖掘作业一定范围喷水抑尘,实现先抑尘后作业、边抑尘边作业。二是在大面积筑路面的路段,雾炮(车)相随,只要安排路基土石方施工,就安排雾炮车跟随洒水抑尘。三是定期不定期地对便道洒水降尘,确保便道行车不扬尘。四是在进出桥涵工地的路口、拌合站和容易产生扬尘的特殊作业场所安装车辆冲洗设备,对所有运输土石方、建材和弃渣的车辆进行冲洗,不让污染源带进现场,也不让污染源在车辆行驶时污染沿途。

空中截污,确保南水北调干渠零污染。在南水北调干渠上面建大桥,是否会清对清澈的流水造成污染,是安阳西北绕城高速公路建设遇到最大的难题。他们经过调研和论证,设计加工在路基下面安装移动截污厢,能够有效拦截桥梁施工遗落的各种物体,就连高温时节工人作业流下汗水,也都拦截在移动厢体内。这项创新确保了跨干渠大桥近 1 年的施工时间里对干渠的零污染。(郑伟涛 韩成军)

命名五花八门、存在安全隐患、行业标准缺失……打着“方便”字眼的新型火锅走俏市场,背后却问题多现

“方便火锅”野蛮生长暗生风险

本报记者 黄仕强

在日前闭幕的“第九届中国(重庆)火锅美食文化节”现场,一种新型的“方便火锅”吸引了大众的目光。与传统意义上的火锅不同,这种新型火锅包装精美,比盒装方便面稍大,而且不用火、不用电,只要一杯凉水,就可以吃到热腾腾的食材。

“方便火锅”出现后迅速成为火锅市场的新宠。在国内某电商平台上,销售方便火锅的店家就超过 4000 家,其中某些店铺月销售量高达上万件。但是,记者调查发现,打着“方便”字眼的这款新型火锅,背后其实危机暗藏。

10 分钟就能吃上的火锅

为了真实地体验方便火锅,记者特地网购了几盒。拿到货品后,打开盒盖,里面食材齐全,还配有一袋食品专用发热包,这便是号称“火锅加热器”的物件。仔细查看发热包的成分组成,主要以生石灰为主,原理就是生石灰遇水就会散发热量,把带底料的食材放入上层,然后加热包放入下层,并加入冷水,仅几秒钟的时间,餐盒便开始散发热量,随着水蒸汽的不断涌出,10 分钟左右,火锅便可以食用了。

据了解,方便火锅最早开发成功是在 2015 年,在经历了前期推广与渠道开发后,终于在 2017 年迎来了发展的黄金期。据统计,目前市面上的方便火锅品牌有 50 余个,其中大部分品牌的销售渠道主要依靠线上。

记者调查发现,目前方便火锅的生产企业主要有两大类,一类是原有的火锅企业,依托自有品牌推出的方便火锅产品,另一类是火锅产业的上下游企业,依托生产线进行产品延伸。此外,还有一些跨界企业生产的方便火锅,依托微商等渠道销售,也占据了一定市场。在已推出的产品中,川渝派系成为了主流,囊括的口味类型从最初的麻辣口味扩展到酸辣、番茄,用油也涵盖了牛油、清油等多种类型。

火爆市场背后问题多现

亲身体验后,记者第一感觉是“确实方便”。但



只用一瓶自来水,就能吃上热腾腾的火锅。

东方 IC 供图

感受方便的同时,也发现了一个问题:方便火锅的盒身非常烫,稍不注意就会伤人。

而前不久,一则消息也让方便火锅引发了大众的关注:一位消费者在网上称,在家里吃方便火锅时,将产品放置在 1 厘米厚的玻璃桌面上,结果引发表面碎裂。

方便火锅的盒身材料是塑料材质,那么,如此高温加热会不会催生有害物质?而加热包又会不会带有隐患?为此,记者特地咨询了西南大学食品科学与工程系的相关专家,他们表示,自热型餐盒的最大隐患就是含有生石灰的加热包,尤其是放置在塑料材质的器皿中,很容易使得塑料器皿变形,而器皿中的温度 10 秒左右就会升至 90 摄氏度以上,这样的热量已经达到可以伤人的级别。专家们还称,如果发热包破损了,加上水后再放在塑料器皿里,密闭不好的话,就有可能发生爆炸的危险,为使用者埋下了安全隐患。

除了加热包暗藏安全隐患这个问题,记者调查发现,随着市场日渐火爆,更多的问题浮出水面。

首先在命名上就容易让人迷糊,不同企业在产

品外包装上有着不同的称呼。良品铺子、小龙坎等品牌冠以“方便火锅”;海底捞、德庄等品牌的同类产品,命名则是“自煮火锅”;此外,“懒人火锅”、“微火锅”等,都是目前市场上较为常见的称呼;还有为数不少的同类产品则直接采用了“麻辣火锅”、“麻辣串串香”等泛品类名称。

其次,由于门槛较低,市场上的很多方便火锅产品实际上都是组装出品,如委托方为某电子商务公司,而底料、配菜等食材,分别由全国各地的不同食材厂家进行代工生产,然后再组装出售。至于代工企业是否具有相关资质,食品安全条件是否经得起考验,不免令人担心。事实上,在淘宝、京东等平台上,就有买家给出“火锅包里的肉都臭了”、“包裹发现了一根头发”等不少差评。

更需要指出的是,方便火锅尚未纳入《食品生产许可目录》。记者专门查询了国家食药监总局发布的 2016 年版《食品生产许可分类目录》,在方便食品目录中,只有油炸方便面、方便米饭、方便粥、方便米粉等,并未包含方便火锅。业内人士表示,由于准入门槛和行业标准的缺失,委托方在选择生产

人工智能迎来政策红利,家电企业智能化加速

东升

1190 亿元,年复合增速约 19.7%;同期,中国人工智能增速规模将达 91 亿元,年复合增速超 50%,远超全球增速,人工智能的千亿市场盛宴正在开启。

伴随着人工智能技术的高速渗透,与之相关联的行业领域也开始积极探索创新,智能家居、智能机器人、智能科技产品等搭载人工智能技术的行业大为兴起。而人工智能+家电开始成为行业流行搭配。

2016 年,已有多家人工智能产业研发和关键技术研究史的长虹率先爆发,推出了全球第一台人工智能电视,成为人工智能技术落地的“尝鲜者”。随后,海信、TCL、创维等企业快速跟进,也推出了各自的人工智能电视。目前,在京东、天猫等电商渠道,人工智能电视已是彩电产品的重要组成部分。

相比于无人驾驶、聊天机器人、机器学习等停留

在理论和探索层面不同,家电产品融合人工智能可以迅速将人工智能技术、体验和服务带进千家万户,加速消费者对人工智能的科学普及和消费教育。与此同时,经过近年来一系列智能化转型,家电企业的智能研发、智能制造水平已有大幅提升,拥有强大的智能制造平台和人工智能产品定义能力。

事实上,经过近年来的互联网转型,长虹、海尔、美的等家电企业已经在大数据、人工智能、物联网等领域有了较多的技术累积。其中,长虹早在 2012 年就开始涉足人工智能的基础研究,并成了家电行业第一个大数据公司。

有行业观察人士指出,“可以预见的是,在新一轮人工智能政策红利的刺激下,那些具备快速变现人工智能产品的企业将率先获得成长机会,与家庭生活紧密相连的智能家电产品将首当其冲。”



为农产品增添“电子身份证”

11 月 15 日,一位访客在山东潍坊“中国食品谷”的“农商互联电商码”的展示牌前打电话。“农商互联电商码”具有扫码辨真伪、溯源、促销、共享信息等功能。公司通过对后台数据的分析,判断出某个地区对某个规格产品的需求量进行精准营销。作为潍坊市标准化农产品唯一的“电子身份证”,农商互联电商码从今年 7 月 1 日首个试验码成功赋码至今,已有 74 家企业和合作社的 400 多种产品完成赋码。

本报记者 杨登峰 摄

稀里糊涂被搭售,如何让消费者“明明白白”消费?

新华社记者 齐中熙

买机票被稀里糊涂地搭售了保险、订酒店一不小心被捆绑了酒店抵用券……近来,“捆绑销售”成为消费者投诉旅游在线网站的主要问题。

为何热衷“捆绑销售”?

“捆绑销售”几乎成了如今旅游在线网站一个普遍的行业现象。究其原因,还要先搞清这些旅游网站的营利模式。

记者经采访了解,机票代理销售行业长期实行“前返+后返”的佣金模式。在航空公司给机票销售代理人的代理佣金中,“前返”(即按票面价格一定比例的手续费)统一为 3%;“后返”根据代理的销售情况,一般在 2%至 5%不等,也就是业界俗称的“3+X”模式。

在这种模式下,一张 1000 元的机票,代理人能有 45 元至 50 元的代理费收入。从 2014 年开始,相关部门提出“提直降代”,即要求航空公司提高直销比例,降低代理费用支出。2015 年,南航宣布代理费降至 0,厦航随即跟进。此后国航、东航也陆续取消

机票代理费,随着其他航空公司的跟进,国内机票销售佣金越来越少。

2016 年 2 月,民航局下发通知,明确航空客运手续费支付标准由按销售额比例支付,改为按每张客票定额支付。同时明确航空销售代理企业不得向旅客额外加收客票价格以外的任何服务费。该文件当年 7 月 1 日全面实施后,在线旅游平台及机票代理商的佣金收入较此前大幅降低。

佣金少了,但在平台销售一张机票的成本并未减少,据携程旅行网有关负责人介绍,目前国内一张机票的代理费平均不到 10 元,而一张机票的平均销售成本在 14 元到 16 元,包括人力、网站或移动端技术的框架搭建与更新成本等。

“捆绑销售”违不违规?

针对“捆绑销售”现象,民航局运输司副司长于彪此前表示,民航局明确严禁企业搭售的行为,要按照消费者权益保护法,维护旅客知情权和自主选择权,不得以默认选项的方式出售机票以外的产品,而应当以一种清晰、明确、明白无误的方式,提供旅客自主选择的机会,以免产品误导或者诱购的行为。

国家工商总局反垄断与反不正当竞争执法局局长杨红灿此前表示,在经济活动中,不违反法律法规规定的“搭售”行为是允许的,即尊重企业自主经营权。“但是有一个前提,不能损害消费者的合法权益。”

如何让大家“明明白白”消费?

如何改变原有的代理佣金商业模式?有专家表示,在线旅游平台对旅客的服务是有价值的,明明白白地收取服务费或许是可行之策。

业内人士指出,机票代理佣金政策的调整,从深层次看,是民航代理服务无法以质论价,市场主体无法按契约原则正常回收各项服务成本的结果。

中国旅游研究院院长戴斌表示,“搭售”或者“包价”产品在国外旅游业以及国内外其他商业领域并不少见,如旅客使用信用卡等支付工具,航空公司在结算票款时,银行会收取一定的交易手续费。此外,通过电话预订或柜台预订机票的,部分海外航空公司也会向旅客收取人工服务费。在市场经济条件下,应该允许旅游企业向供应商收取代理佣金和向消费者收取服务费,关键要做到“明明白白”消费。

商与产品控制的过程中更具随意性,这也加剧了方便火锅市场的乱象。

急需市场规范结束“裸奔”

值得注意的是,与传统方便面等产品的料包不同,方便火锅中的料包包含大量用新鲜食材加工的产品,如果保存不得当,容易出现因食材变质而导致胀袋的情况,因此食材的保鲜保质对包装材料以及仓储环境提出了更高的要求。

另外,目前方便火锅产品的保质期普遍在 6 个月左右,在这样较短的保质期内,一旦有货物积压,便要面临产品大规模丢弃的窘境,这对于生产商以及经销商而言是一笔不小的损失。因此,在保质期难以通过技术手段延长的情况下,如何通过改善餐品销售渠道,尽快出货避免积压,也是经营者们需要面对和不断探索的问题。

对于方便火锅未来的发展,重庆火锅协会会长李德建表示:一方面欢迎新型火锅出现在市场上,对于火锅行业的发展是有好处的;但另一方面,他们也缺乏行业标准的现状充满担忧,如果品质和安全出现了问题,势必就会影响“火锅”这个大招牌。

火锅企业“重庆洞亭鲜老火锅”董事长邓晓宇称,需要冷静看待方便火锅的前景,不要一哄而上,惨烈竞争后,再一哄而散。有实力的企业应该加强品牌建设,提升产品的品质。“大型企业更应该进行差异化经营,根据不同的消费者,生产不同的产品。差异化有益于避免盲目的产品投资与竞争,更有益于方便火锅在解决产品同质化方面的探索。”

记者调查中发现,火锅行业人士说的最多的一句话就是:“设置限制性的准入门槛,不仅有利于从生产端把控可能产生的食品安全隐患,也能在一定程度上降低监管难度。”今年 7 月,成都市食品药品监督管理局就率先发布了关于公开征求《成都市自热式方便火锅生产许可审查方案(试行)》(征求意见稿)的公告,就是为了规范成都方便火锅生产许可活动,加强方便火锅质量安全监管。

不过,一些业内人士认为,成都公开征求意见稿只是地区性标准,需要制定全国性的行业标准,更具公信力和监管力,才能解决目前方便火锅的“裸奔”状态。

“好蛋糕”评选启动 逾万家烘焙门店参与

本报讯 11 月 20 日,第三届“中国好蛋糕”活动在沪宣布启动。逾万家烘焙门店将参加全国乳脂类“十佳蛋糕”的票选。烘焙门店囊括了众多知名烘焙品牌,活动由新西兰恒天然集团旗下餐饮服务品牌“安佳专业乳品专业伙伴”打造,并携手美团大众点评网共同举办,旨在推动烘焙行业的乳脂升级。

“当下,消费者越发关注食品的健康和品质问题。希望通过此次活动,为消费者呈现更多充满创意、健康美味的蛋糕作品。”恒天然大中华区安佳专业乳品部副总裁 Richard Allen 先生表示。(金山)

青海清洁能源消纳领先全国

本报讯 (记者邢生祥 通讯员马新)记者从青海省电力公司获悉,今年 1 月-9 月,青海电网累计消纳清洁能源电量 332.62 亿千瓦时,其中消纳新能源电量 95.15 亿千瓦时,外送清洁能源电量 27.09 亿千瓦时,与去年同期相比分别增长 24.5%和 93.7%,清洁能源消纳与外送均创历史最高水平,清洁能源消纳领先全国。

近年来,青海省委省政府把太阳能光伏产业列为全省十大重点产业之首加以扶持,努力打造多种清洁能源互补开发、综合利用的清洁能源示范省,青海新能源产业迎来发展“黄金期”。“十二五”期间,青海光伏以平均每年 100 万千瓦的速度有序增长,年均增速达 58%。新能源年消纳电量也呈逐年增长趋势,年均增长率 69.7%。

搏击市场为货运上量贡献力量

本报讯 在货运营销的战场上,80 后蒙古族小伙巴音那苏图犹如一匹不知疲倦的“蒙古马”,哪里有市场有客户就奔向哪里。今年以来,他带领团队营销货物 208.5 万吨,创收 3 亿多元,为呼铁局货运上量贡献出一份力量。今年初,得知天津港计划停止汽车运煤的消息,巴音认定这是一个好机会,便带领团队深入呼准线周边煤矿企业开展营销。当时,沙尘暴遮天蔽日,他带头穿梭在各个煤企,带着一套量身定制的运销方案,成功打动了客户,短短两周就有三列煤炭列车发往东大沽。今年 9 月,巴音在回访客户时,发现内蒙古一家化肥公司大量化肥积压,巴音提出用 35 吨敞口箱装运化肥的方案,不仅为货主解了燃眉之急,还敲开了新型运输组织的大门。(王俊翔 纪宁)

“实”字当头强化安全管理

本报讯 郑州铁路局洛阳电务段丰车间职工发扬“实文化”,有效促进安全管理水平提升。“实文化”的内涵是,“真真实实抓生产任务落实,扎扎实实促工作作风转变,切切实实为职工群众服务”,安全上求“实”,就是落实安全风险管控,卡控安全关键点,追求安全工作目标 100%实现;生产任务要真“实”,就是体现过程管理,严格标准化作业程序和技术标准,通过真抓实干,促进生产任务 100%落实;工作态度要踏“实”,就是每位职工都从职责、工作细则出发,对待工作做到心里不浮躁、不嫌弃、不放弃,困难面前不灰心,名利面前不比较,失误面前不气馁,成绩面前不骄傲。“实文化”已成为洛阳电务段的一个文化品牌。(赵作建 李皓)

创新工作法守护动车安全

本报讯 随着动车车辆投放的逐年增加,对其日常的维护成为一项重要工作。太原电务段太原动车车载设备车间青年技术带头人王晓霞,与其他技术骨干一起总结出的“四步”检修工作方法,有效提高了职工的工作良好;设备检查要严格落实“五加一”六个部分的设备良好;对每一列动车组列车要保证“一天一次无电作业、一次有电确认、6 天一次完整的一级检测”的“1+1+6 模式”的检修频率。“四步”工作法,不但大大加强了职工检修作业的规范,还缩短了检修时间。(彭浩)