

2018年6月2日

星期六

电话:925.999.1183

传真:888.466.5096

硅谷中国报



硅谷中国网

主办:山东省人民政府新闻办公室 大众报业集团 承办:硅谷中国文化传媒集团 美国新途文化传媒集团 www.guiguzhongguobao.com ISSN2471-7673 总第106期 1叠8版

山东旅交会签意向交易额2.2亿

5月27日,以“全域旅游 美好生活”为主题的“2018山东(济南)国际旅游交易会(简称:旅交会)”在济南圆满落幕。三天签订各类旅游合作意向交易额约2.2亿元。

本届“旅交会”是由济南市人民政府、山东省旅游发展委员会主办,济南市旅游发展委员会、山东新丞华展览有限公司共同承办。大会突出全域旅游和产业融合理念,坚持展卖结合,成功打造了一场专业化与高端化结合,前瞻性、创新性与实效性兼具的国际旅游品牌盛会。本次展会共有28个国家和地区的562家旅游机构、2500多名参展商和买家团参展,共设置607个国际标准展位,规模创历史新高。展会同期还举办了50多场高峰论坛、旅游推介会、旅游培训会 and 旅游风情演出活动,吸引了近5万多人次观众入场参观。三天时间共签订各类旅游合作意向金额约2.2亿元,其中,仅济南市4家重点旅行社和旅游电商现场销售旅游产品就达3287.7万元,同比增长21.8%。

本届“旅交会”主要突出以下几点:

国际化合作功能“凸显”

在境外展区,“一带一路”沿线的28个国家和地区的境外旅游机构携带了各国优质旅游资源盛装亮相。而且,法国布列塔尼大区、美国旅游推广局、韩国旅游发展局、新加坡旅游局、马来西亚驻华使馆旅游处和欧洲旅游联盟等单位在现场还设立了特色鲜明的特装展位,并通过多种方式现场进行宣传推介。

开展期间,由法国布列塔尼大区政府副主席加洛洛带领的代表团不仅举办了布列塔尼节音乐会,而且还进行了旅游专场推介会。韩国旅游发展局组织了5个省、近80人的大型代表团参展,现场以各种形式推动鲁韩文化旅游交流合作。美国旅游代表团也组织美国旅游推广局、洛杉矶会议及旅游局、梅西百货等单位与境内外参展机构广泛交流,并举办了美国旅游专场培训会。本次展会上,欧洲旅游联盟还组织了俄罗斯、希腊、捷克、德国、立陶宛等7个国家的旅行社前来参展,并推出了蜜月婚礼套餐、青少年夏令营、亲子家庭假期、夕阳红欧洲之旅等主题旅游产品。

美国展团、法国布列塔尼大区、韩国忠清南道、乌克兰哈尔科夫市国际合作局开展期间还与山东省、市旅发委进行了各种形式的工作会谈,就国际旅游项目招商、国际旅游会展引进提升、国际旅游市场推广等方面达成了一批合作意向。

创新营销方式,效果显著

为达到更好的参展效果,在开展期间,各参展单位还创新旅游营销方式,推出特色旅游产品线路,并通过展览展示、旅游推介会、旅游风情演出、旅游体验项目、旅游商品销售、民族服装拍照、非遗手工艺表演、幸运大转盘抽奖等各种方式开展宣传促销,增加了展位粘性和观众体验感。



现场,海南省带来了乡村、婚庆、高尔夫、民宿等12大主题旅游产品及黎族民族表演、微型高尔夫、学说海南话等互动活动;福建省带来了“懒人时光半自由行”、“遇见厦门”等特色旅游线路;南京市旅发委推出了“一山两水一城墙”的主题产品,并现场对南京观光巴士惠游乘车年卡进行了销售;陕西华清宫主打大型实景影画以及根据小说《白鹿原》创作的沉浸式互动演出《黑娃演义》;云南省丽江市针对学生市场现场推出了景区门票及住宿餐饮半价优惠政策。还有中法文化交流大使戴亮演唱的法国经典歌曲、韩国Queen传统民族乐器表演以及四川变脸、湖南湘西土家打溜子、台儿庄威风锣鼓等各类旅游风情演出活动火爆了全场。而济南展台的免费大碗茶、十大名优小吃免费品尝、传统手工艺百工团现场表演也吸引了观众纷纷驻足。

旅游产品展区受“青睐”

在旅游产品特卖区,济南多家“全国百强旅行社”及电商企业还推出了上千条精品旅游线路产品,并开展买赠优惠、限额抽奖、免费一日游等特卖活动。从国内游到出境游,从亲子游到银发游,从常规线路到高端定制化,产品丰富,价格优惠。现场,嘉年华旅游签下了单笔1260人、价值110万的山东会奖旅游地接团,交运旅游签下了单笔32人、价值10万的歌诗达邮轮老年团,途牛旅游推出的美洲高端深度游产品销售额达到30万元,银座旅游推出的海外母港游轮、加拿大极光等小众定制化产品也备受追捧。为使各参展单位达到良好的交易效果,大会组委会还专门组织了100家旅行社买家团和50家大型企业买家团现场采购,并举办了“一对一”的专业洽谈会。

旅游商品交易区同样火爆。由山东省旅游商品开发中心、日照、聊城、潍坊、滨州等省内城市均组织了旅游商品企业集中进行展示。现场,富有地方特色的草编工艺品、土特食品、陶瓷器、农产品等各类旅游商品,深受游客欢迎。湘西龙山县带来的布艺工艺品、当地特色美食受到游客追捧。台湾文创旅游商品企业设置30个展位,20多家企业现场销售具有台湾特色的凤梨酥、阿里山橄榄、茶叶、工艺品等各类旅游商品,吸引了大批观众购买。

好客山东品牌提升

本届“旅交会”继续设立“好客山东十大文化旅游目的地”品牌展区,全省各级旅游部门联合旅游企业围绕十大文化旅游目的地品牌现场开展了一系列宣传展示、产品特卖、艺术演出、传统手工艺表演、惠民旅游政策等活动,以全面提升十大文化旅游目的地品牌形象。青岛市旅发委携12家旅游企业前来参展,现场推出多项半价优惠政策。枣庄市旅发委组织了20余家100余人的展团重点推介“鲁风运河,生态枣庄”文化旅游目的地产品,并带来了台儿庄古城威风锣鼓表演和铁道游击队情景剧演出。威海市旅发委重点推出温泉康养、登山康体、海上休闲、精品酒店等旅游产品,并现场开展有奖互动等活动。

作为东道主的泉城济南,本次展会也组织了52家旅游企业集中参展,历下区、市中区、济阳县、商河县等区县旅游部门单独设立了特装展位,并现场进行了曲艺演出、美食品鉴、手工艺制作、艺术品绘制、花卉小品展示等活动。泉城旅游啄木鸟在展会期间还向观众免费提供泉水大碗茶,展示了微笑济南的良好服务形象。展会期间,面向参展商和观众免费赠送了

百张“明湖秀”演出票,积极推介我市泉水旅游产品,还并组织参展商和媒体考察了泉城夜宴项目,赢得了参展商的一致好评,泉城济南旅游形象进一步提升。

旅游产业融合更深入

本届“旅交会”突出全域旅游特点,注重发挥旅游产业融合作用,覆盖“旅游+互联网”、“旅游+文化”、“旅游+教育”、“旅游+体育”、“旅游+农业”等众多领域,囊括智慧旅游、文创产品、教育研学、健康养生、旅游装备等关联企业,实现了旅游全产业链的展销一体化。在展会现场,济南初心文创还制作了一千枚代表山东景区文化、美食等元素的图章,推出“通过盖章,了解山东”活动,展台人流络绎不绝。济南国际创新设计文化产业园带来的掌心油画、泉水星球、手工定制徽章等文创产品让人耳目一新。山东森林滑雪设备有限公司主推多业态融合的旅游开发新模式,为旅游企业提供四季运营新体系。山东畅牛旅游开发公司推出了水乐园、滑雪场、票务系统等智慧旅游解决方案。温泉、康养、滑雪、会展、研学、工业、科普等各类专项旅游吸引了众多观众咨询了解。大众研学、台儿庄古城、沂水萤火虫水洞、济南野生动物世界等研学旅行基地也推出了几十种不同主题的研学产品。在展馆户外,露营房车、鸟笼式木屋、模块化木屋、气垫船等旅游产品新颖别致,成为展会一大亮点。而共享汽车也首次“开”进展会现场,吸引了众多观众观摩体验。

展会期间,还举办了2018山东省首届研学旅行推进大会。现场,来自行业内的专家学者围绕研学旅游进行了政策解读,研讨山东研学旅行发展理念、发展方向和发展趋势,分享研学旅行的先进经验,推进了山东研学旅行的健康发展。(齐鲁网)

从“中国芯”到云世界,贵阳“数谷”崛起

数字化给贵州乃至全国、全世界的贫困地区带来了巨大的希望

位于中国西南山区的贵阳,自然风光巍峨绮丽,近期更引人注目的却是它的数据雄心。

比如芯片产业。在日前开幕的2018中国国际大数据产业博览会(下称“数博会”)上,贵州华芯通半导体技术有限公司(下称“华芯通”)推出了第一块芯片。这款取名为“昇龙”的华芯通一号服务器芯片,已于2017年年底试产流片成功,这也是双方合作的最新成果。

早在2016年1月,美国高通公司与贵州省政府合资成立了华芯通,这家公司专注于设计、开发并销售供中国境内使用的先进服务器芯片。

两年之后,华芯通的项目已在顺利推进中。

华芯通CEO汪凯向第一财经记者介绍称:“第一代产品将于今年年底前面市,第二代产品也已经在研制中。”

在信息化的大背景下,大数据、云计算、物联网引领的新一代互联网发展为贵阳带来了新的发展机遇,贵阳已经成功打造为中国的“数谷”。

如今,贵阳已经不仅仅吸引了百度、阿里、腾讯、京东等中国互联网巨头前来投资,戴尔、高通等首批宣布投资贵阳的国际科技巨头在当地的发展也已经趋于成熟,更重要的是,贵阳还吸引到以苹果公司为代表的新的一批海外知名企业落户,这些公司的项目如果成功,将产生示范效应,形成一个生态圈,从而对贵州云服务产业链上下游产生重大影响。

贵阳“数谷”的崛起也证明了所有的国家和地区只要通过努力,都能站在同一条起跑线上,获得平等的发展。正如阿里巴巴集团董事局主席马云27日在数博会上的讲话:“谁说贵阳不可以做高科技?谁说贫困地区不能发展高科技和数据产业?数字化给贵州乃至全国、全世界的贫困地区带来了巨大的希望。”

首批进入的外企已完成布局

作为中国首个大数据综合试验区,贵州吸引到阿里巴巴以及中国三大运营商在此建设数据中心。华为全球私有云也已在贵州开工建设,预计投资总额80亿到100亿元。此外,贵州开始面向全球提供大数据服务,并吸引了包括戴尔等在内的美国企业的投资。苹果代工鸿海则在贵阳设立了一家工厂和一个数据中心。

曾经开创了个人电脑巅峰时代的代表企业戴尔,每年都在贵州投入大规模资金。2015年,戴尔在中国宣布千亿美元的投资计划,此后公司不断深化与本土企业在云计算方面的合作。

在2016年的数博会上,戴尔就宣布与贵州本地云服务商翼云合作,在贵阳建立首个为中小企业服务的云,主要为中小企业信息化发展提供支持。戴尔还与京东合作,打造京东的云平台,来服务电子商务。同时,戴尔还与另外10家业界顶尖企业联合起来成立云联盟。

在今年的数博会期间,高通公司上任不到半年的总裁克里斯蒂亚诺·阿蒙接受第一财经专访时表示,未来高通将会加大对华芯通的支持,推进ARM服务器产业生态建设。“高通与贵州省政府的合作项目,在高通业务战略中具有重要地位。从全球来看,智能连接设备的快速增长和人工智能的发展,加速了数据中心向包括边缘计算在内的扩展,服务器技术市场发展前景光明,而中国是该领域发展最快、潜力最大的市场之一。”

“作为华芯通的股东,高通将继续从



技术和资金上支持华芯通开展服务器芯片的研发,为支持贵州大数据产业和中国半导体产业的发展做出积极的贡献。”阿蒙说。

贵州省常务副省长李再勇评价道:“贵州持续深入大数据战略,加快发展集成电路等相关领域,寻求在包括数据中心服务器芯片领域取得突破的战略方向。与高通公司的战略合作,对帮助贵州在推进大数据战略行动中实现数字经济的同步发展非常关键。”

苹果引海外数据中心内迁潮

贵州省政府的“外企朋友圈”还在不断壮大。

5月25日上午,苹果 iCloud 中国(贵安)数据中心项目奠基仪式在贵安新区举行。苹果公司全球副总裁、大中华区董事总经理葛越出席仪式并表示,“这个数据中心将成为 iCloud 在中国的核心”。

去年7月,贵州省与苹果公司在贵阳举行了 iCloud 战略合作框架协议签约仪式。协议明确了云上贵州大数据产业发展有限公司(下称“云上贵州”)成为苹果公司在中国大陆运营 iCloud 服务的唯一合作伙伴。

今年2月28日,苹果在中国的 iCloud 用户的数据全部迁移至云上贵州。

这一数据中心项目总投资高达10亿美元,苹果公司非常重视与云上贵州的合作。该数据中心将能够容纳3万个服务器同时工作,支持150兆瓦的下载能力。

苹果公司是目前投资贵州云计算大数据行业最大的海外公司。贵州各级政府也向在该地区进行云计算大数据试点的科技公司提供了大量的优惠措施,比如电价折扣等。苹果表示,贵州已成中国云计算和大数据领域最具发展潜力的地点之一。

葛越随后出席了今年的数博会。在一场“万物互联”的高端对话中,她强调了数据安全的重要性。

葛越说:“苹果在物联网上的应用从‘家庭APP’开始,人们可以利用苹果产品对家中的设备进行设置、管理和指挥。物联网时代面临的第一个挑战便是安全和隐私。”

中国是苹果的全球第二大市场,与贵州大数据和云产业结盟,能提高苹果公司数据服务性能,也打消了用户的疑虑,用户将获得更加快速、可靠、安全的服务。

除了苹果以外,硅谷的科技巨头谷歌和脸书(Facebook)的展位也在数博会中亮相。这两家公司都不约而同地使用VR(虚拟现实)技术吸引人气。值得一提的是,这是Facebook首次应贵州省政府邀请参加数博会。

中国互联网巨头唱主角

数博会会期为5月26日至29日,BAT三大巨头掌门人悉数到场。

在5月26日开幕当天举办的一场“人工智能高端对话”上,近期处在舆论风口浪尖的百度公司创始人、董事长兼首席执行官李彦宏出席大会,他面带笑容,还时不时地与坐在身边的李再勇进行交谈。

李彦宏作为BAT中第一个出场的大佬,谈到了“人工智能时代的期待与焦虑”。他表示:“百度与金龙汽车合作生产的无人驾驶小巴车将于今年7月份实现量产。目前最大的焦虑并不是能不能实现量产目标,而是能不能生产出安全的无人驾驶车。”他还展示了一段百度无人车在雄安的道路上避让小狗的视频。

李彦宏认为,依靠中国强大政府力量的推动,中国无人驾驶的发展一定能够领先全球。他说道:“过去无人驾驶需要使用大量的激光雷达来感知周围的环境,但我们也可以通过在道路等基础设施层面布下非常多的传感器来感知路况,这是依赖政府完全能够推动的。”

马云在数博会第二天作为重量级嘉宾参加了主题为“精准扶贫”的讨论并发表演讲。马云表示:“扶贫的目标并不是给人带来财富,而是给人带来希望。”

马云称赞贵州和贵阳将是未来中国最有意义、最富有的地方之一。“因为他们懂得未来,他们愿意去努力,他们敢于挑战别人不敢做的事情。”

马云说道,“出现贫困县不是因为贫困县不努力,而是发展模式没有跟上。”

在数博会上,阿里巴巴宣布将会在投入100亿元脱贫基金的基础上,撬动经济体的力量,通过技术支持,最终带来价值1000亿乃至10000亿元的脱贫效应。马云表示,希望更多人参与到这场“脱贫攻坚战”当中。

腾讯控股有限公司董事会主席兼首席执行官马化腾则在今日作为最重磅的压轴嘉宾发表演讲。

不过,也有人对于BAT大佬集体密集“跑会”的现象提出质疑。互联网实验室创始人方兴东评论称:“跑会已经成为了大佬的日常工作,演讲沦为了他们的表演。乌镇有互联网大会、贵阳有数博会、深圳有数字中国、天津有智能大会,这些大佬有点分身乏术了。”

(第一财经日报)

京东物流无人仓首次开放

运营效率是传统仓库10倍,迈向终极无人仓

“6·18”大促临近,5月24日,京东物流对外开放上海亚洲一号第三期项目——全球首个全流程无人仓。同时,京东物流首次公开了无人仓的建设标准。业内人士称,无人仓标准的公开,对于推动行业发展,促进行业伙伴共同致力于智慧物流的建设有着重要意义。

小红人和机械臂唱主角

5月24日,京东物流首次将无人仓对外开放,该无人仓位于上海嘉定“亚洲一号”基地三期,占地约4万平米,是京东物流在全国自动化程度最高的仓库。

京东物流首席规划师、无人仓项目负责人章根云介绍,京东上海亚洲一号无人仓主要以3C、数码等小件商品为主,单日分拣能力可达20万单,每单约1-3件包裹。这意味着每天约有60万件包裹从无人仓出库并配送至全国,在无人分拣区,平时约有300个分拣机器人同时工作。

该无人仓主要分为入库、仓储、分拣和打包出库四个区域。

在入库区域,商品的测量、分类由传送带和机械臂完成,根据商品上的条码,系统会判断如何对商品进行摆放和运输。入库环节完成后,摆放好的商品将被传送带运输至仓储区域。在一排排紧密的货架间,每一层都有能够自由穿梭的机器人完成商品的入库和出库。分拣环节,有300多个负责分拣的“小红人”机器人在一块半个篮球场大小的区域内,拖着商品并投递到不同区域的网格内实现分拣。

章根云介绍,这些机器人的运行速度为每秒3米,路线由计算机控制,能够实现互相避让。当电量少于30%时,机器人会自动前往充电桩充电。

在“小红人”将包裹投入不同的转运包裹中后,中型机器人会完成第二轮分配和打包,大型机器人则将即将出库的大包裹上传送带,并传送至库房的运输车上。

运营效率是传统仓库10倍

章根云称,无人仓中操控全局的智能



控制系统,是京东自主研发的“智慧”大脑,仓库管理、控制、分拣和配送信息系统均由京东开发并拥有自主知识产权,整个系统均由京东总集成。在这个40000平米的仓库内,机器人总量达上千个。

她表示,在无人仓内,流水线已经实现高度自动化,只有少数工作人员从事运维工作。“这样的无人仓效率是传统仓库的10倍。”

“智慧物流正在改变传统的物流形式,”章根云称,仓储分为5个阶段,即传统仓库,智能型仓库,少人型仓库,无人型仓库和终极无人型仓库,京东物流正处于向终极无人型仓库迈进的过程中。她表示,未来无人仓的作业模式将覆盖到所有品类、所有业务类型的无人作业。

章根云坦言,目前的无人仓只适合于小件操作,大部分为手机、剃须刀等3C类标准化程度高、体积较小的产品。

不能忽视的是,电商商品的品类众多、订单结构多变、包装形式多样,大促造成的波峰波谷都让电商在建设无人仓时面临挑战。同时,在无人仓将入库、出库的实效性提升之后,末端配送环节的配送压力如何平衡,也是需要思考的问题。

迈向终极无人仓

开放无人仓的同时,京东首次公开了无人仓的建设标准,即“三极”、“五自”和“一优”原则。

据介绍,三个“极”是指极高技术水平、极致产品能力、极强协作能力;五个“自”是指自感知、自适应、自决策、自诊断、自修复;一个“优”是指成本、效率、体验的最优。

中国物流与采购联合会副会长蔡进称,智慧物流的发展是开放的、没有边界的,只有开放才能实现共商,才能在共商中产生共识。京东物流向业界输出无人仓的建设标准,将使产业内的每一个企业都享受到智慧物流发展的成果,将促进中国智慧物流产业格局的重塑,也将推动中国智慧物流全面领先世界。

无人仓创新:人与机器的组合

1994年出生的工程师邹瑞在无人仓规划建设不到一年的时间里,就能够凭

借机器人运转的声音就能判断其故障并能够迅速给出解决方案。

2016年,京东物流启动了云梯计划,旨在针对未来亚洲一号、中控组负责人、自动化仓专业系统人员以及专业设备人员进行重点培养,构建自动化专业力人才梯队,邹瑞就是其中的典型代表。

京东物流方面表示,无人仓及一系列智慧物流中心的建设和应用,是京东物流立足当下,着眼未来的战略性举措,其不仅大大提升了仓储物流的效率,也改变了仓储系统的人才需求结构,为物流人的转型、成长提供了更大的发展空间。

一方面,新设备需要高学历高文化程度的技术人员迅速提升专业技能,走向管理岗位,为此,京东已经于2016年推出了云梯计划,专注于培养这类人才;一方面,大量的产业工人不再只是从事搬搬箱子、打个包这样的枯燥且重复性的劳动,而是要转型为掌握新技能的产业工人,让机器人帮助人承担最辛苦的那部分工作,让人管理机器人并承担机器人不擅长的工作,人与机器的组合成为一种新的工种。(新京报)

饿了么获批首条无人机配送航线

新浪科技讯 5月29日下午消息,饿了么今日在上海举行无人机商业飞行发布会,宣布获准开辟中国第一批无人机即时配送航线,送餐无人机正式投入商业运营。无人机试运营期间,用户从下单开始,平均仅需20分钟即可收到外卖。

本次获准飞行的无人机航线共17条,均位于上海金山工业园区内,合计覆盖面积58平方公里,服务外卖商家100多家。配送过程中,无人机主要承担集散点A到B的干线运输,两名骑手则分别负责将外卖餐点装运上飞机和将餐点最后送达消费者手中。

饿了么称,配送过程中,无人机飞行距离约占配送全程70%,这意味着每名骑手的行驶路程将只有原来的15%,节省路途超过50公里,骑手收入最好也能提升5倍之多。

饿了么COO康嘉表示,首批无人机

航线的启用,标志着“未来物流”战略的落地迈出重要一步,即时配送行业加快从劳动密集型向技术密集型进化。当前,30分钟内送达已经成为平台的常态,而无人机投入使用后,本地即时配送将进一步进入“20分钟时代”。人机配送带来的也不只是单纯的效率提升,包括调度系统、运力组织等环节都将发生变化,即时配送行业将被重构。

饿了么称,无人机配送将拓展至更多区域和品类。同时,作为“未来物流”战略的另一重头项目,饿了么送餐机器人也取得突破性进展。适应不同楼宇场景的二代机器人将于近期面世,除送餐外,还将承担流动无人货架等角色,预计今年覆盖范围扩大至多个城市超过500座楼宇。此外,集成挡风镜显示屏、智能蓝牙耳机于一身的新一代蜂鸟头盔也在研发中,将为保障骑手交通安全和提升配送效率提供支持。



呷哺呷哺欲靠“凑凑”死磕海底捞？

在火锅界摸爬滚打了19个年头，如今开始向全国市场发力

随着海底捞准备上市的消息散开之后，火锅行业一度引发关注，呷哺呷哺作为“全国连锁火锅第一股”，自然也是被拿来比较的重点对象。作为舌尖上的企业，1998年成立的呷哺，已经在火锅界摸爬滚打了19个年头，如今开始向全国市场发力，走上了转型之路。



从珠宝大王到火锅第一人

1998年成立的呷哺呷哺，其创始人贺光启本是出自珠宝富商之家，曾于上世纪90年代初子承父业，接手父亲的珠宝生意，成绩最好是每天流水能够超过800万元，年销售额能达到数亿元。

但是转折点发生在1995年，多家欧美的大型珠宝商开始进入中国市场，直接导致贺光启的珠宝店生意直线下跌，仅仅一年的时间，就几乎赔光了所有家底。

失去了珠宝生意的贺光启，在1998年迎来了人生的转折点，可能贺光启自己也没以后想到，自己从做珠宝生意到开火锅店，跨界如此之大，当时贺光启在北京与朋友吃火锅时发现，当时北京的火锅是以木炭或煤气为燃料的火锅为主，几个人共用一个锅，而台湾正相反，流行的是使用电磁炉加热的吧台式分餐火锅。

于是，看到了商机的贺光启在北京的西单开启了第一家火锅店，名字就叫“呷哺呷哺”，在闽南语中就是涮涮锅的意思，但火锅店的生意却是出奇的惨淡，最惨时一天连三锅都卖不出去，问题出在没有迎合北方人的口味和聚餐习惯上。

直到2003年非典的出现，让呷哺呷哺的“一人一锅，安全卫生”的理念意外走红，贺光启顺势在全国多地开设呷哺分店，小火锅的市场被彻底打开。

呷哺呷哺小火锅的蹿红，引来了众多模仿者，贺光启为了保证质量，从2005年开始建立了优化供应链体系，建立了中央厨房供应系统，根据食材特点，不同季节安排食品专家到全国各地勘察采购，确保食材新鲜健康；产品按量化管理，从每份重量到规格，如何摆放，全部有明确规定。此后，呷哺呷哺的发展可以说顺风顺水，并于2014年在港交所上市。

业绩节节升难掩副品牌困局

从2014年上市至今，呷哺呷哺可以说保持了快速且稳定的增长速度，回顾2014年至2017年的财报，呷哺呷哺营收节节增高，分别为22.02亿元、24.25亿元、27.58亿元和36.64亿元，并且利润也保持了良好的增长态势，分别实现净利润1.41亿元、2.63亿元、3.68亿元和4.20亿元。

上市至今，呷哺呷哺的年营业收入增长率一直保持在10%以上，2017年更是高达32.8%，再创历史新高。

股价方面，呷哺呷哺从发行价4.70港元到最高价17.50港元，上涨了3倍多，目前的股价在14.5港元附近徘徊。



外卖业务也有非常明显的增长，由2016年的430万大幅增加至1270万元。

但美中不足的是，呷哺呷哺的翻台率由2016年的3.4下降至3.3，有些出乎意料。呷哺认为翻台率下降的区域主要为天津及河北地区，比较而言，上海及东北地区店铺的翻台率反而有大幅提升。

呷哺呷哺的门店版图依然还是集中在北方，截至2017年底，共有748家门店，而北京、天津、河北及东北地区的门店共有553家，占比高达73%，但是从安徽、浙江以南的地区，呷哺的版图仍然缺失。

另一方面，呷哺呷哺的人均消费在2017年略有上升，从2016年的47.7元上涨到48.4元，这功劳要归功于呷哺呷哺门店的升级，2018年的人均消费或将继续上升。

要说呷哺呷哺财报中最扎眼的问题，当属2017年推出的副品牌“凑凑”了，这一动作明显是要进军中高端市场，截至2017年底凑凑共开业了21家餐厅，其中有12家是第四季度才开业，门店主要集中在北京、上海、深圳和杭州，由于正是属于开业初期，运营的成本还比较高，所以在财报中凑凑的成绩单为亏损2490万。

挑战海底捞

对于餐饮企业来说，最好的战略是对中间价位这个最大的市场进行全覆盖，但是呷哺呷哺目前不到50元的客单价，只能说是覆盖了中低端的消费群体，于是就有了呷哺呷哺的高端品牌——凑凑，客单价定在130元左右。

之所以做出如此大的改变，是因为呷哺呷哺看到了消费者需求的变化，以前的吧台小火锅能满足消费者快速便捷吃火锅的需求，但现在消费者需要的是更享受的吃一顿饭，过去消费者在意的是味道的好坏，现在更在意菜品的“颜值”。

价格感不等于价值感，呷哺面临的挑战，是要从消费者的刚性需求到价值需求的改变，已经19岁的呷哺呷哺，其受众人群的年龄在随着时间增长，消费

能力也在提高，如果要继续满足这些群体的需求，新品牌的开创成为必然。这也是“凑凑”诞生的原因，弥补呷哺呷哺在中高端市场的空白。

目前市场上主流的火锅价格，呷哺呷哺在50元左右，海底捞在100元左右，而凑凑的客单价约为130元左右。

其实火锅行业内目前形成一种无形的压制，那就是几乎都在90-100元山下浮动，原因是海底捞目前就处在这个价位，面对如此强大的海底捞，几乎没有几家火锅企业敢在这个价位上挑战海底捞。而凑凑敢于把客单价定在130元，向上填补这段中高端的市场空白，可以说挑战非常大。

消费者之所以青睐海底捞，更多的是因为其“变态”般的优质服务，想要挑战海底捞，不仅仅是在价格上，更多的还得是拼服务，但是呷哺呷哺多年来“廉价快捷”的理念已经深入人心，服务并不是自身优势所在。

凑凑要稳固和提升自己在市场上的地位，仍然有很多挑战需要解决，尤其是挑战来自内部的时候。至于两者谁能够坐上“火锅一哥”的位置，还要看看海底捞上市之后的表现。

转型背后的野心与决心

最近几年谈论最多的就是中国的“消费升级”问题，整体的消费水平都已经有所提高，餐饮企业也在各自寻求不同的方式突围，身处在一片火锅红海中的呷哺呷哺，也开始了转型之路，其核心战略分为三个版块：原有呷哺品牌进行服务升级和门店升级，以及继续扩张；创立定位中高端并结合茶饮的火锅品牌凑凑；成立食品（调味品）公司延伸产业链。

值得注意的是，三个核心板块中，呷哺和凑凑属于餐饮，但是成立食品公司，就显得有些突兀了，呷哺的野心，不仅仅是保证集团所有产品的供应，还要直接进入流通渠道，杀人调料市场。

数据显示，目前火锅底料行业有大概500亿元左右的市场容量，虽然竞争激烈，但还远未饱和，尤其是对于知名火锅品牌来说，可以说自带优势，像海底

捞、小肥羊、秦妈等打牌火锅早已进入底料市场，呷哺此番已经是落后一大步了，虽然呷哺没有搭上早班车，他们要来抢占的是餐饮市场日益呈现的多元化趋势下的机会。

呷哺的袋装火锅底料定价与门店的10元以内有着不同的策略，零售价在11.8元-18.8元之间，这个价格甚至比海底捞的袋装底料贵，这一点也是遭到质疑的，对此，呷哺呷哺称对全部产品做了精准的差异化定位，力图更适合居家人群，且正在努力突破原本低端产品路线，而定位为老百姓消费得起的中端产品。

其实此次转型是被外界所诟病的，普遍认为其火锅底料的定位匹配不了自身发展和品牌高度，相较于海底捞，呷哺要弥合新产品与原定位之间的落差，时间成本和资源成本的匹配和支撑，是必须要付出的。

呷哺呷哺的门店计划是要在2019年突破1000家，而对于其做底料的公司，计划在3年内单独上市。呷哺呷哺在调料市场有野心，对消费者是件好事，但是要想实现盈利甚至上市，还有无数场硬仗要打。

呷哺呷哺凭什么吸引到顾客

现如今餐饮门店的功能不再是单纯的吃饭这么简单，更是展示企业品牌和形象的窗口，外卖越来越盛行，消费者足不出户就能吃到很多美食，那么餐厅凭什么吸引到顾客去店里消费呢？答案就是提供具有品牌特色的环境及服务，这也将是未来很多餐饮企业发力的重点。

呷哺呷哺已经走过19个年头，其品牌进入市场时靠的是独特的商业模式和产品口味，但是经过时间的推移，从区域品牌到全国品牌过渡，企业最初的很多标签都会逐渐被弱化，比如口味、餐厅形式等一些体现在表面的特色。

此时的呷哺选择走上转型之路挑战中高端市场，无所谓对错，对于消费者来说，无论怎么变，顾客仍然会选择它的理由就是品牌最终的特性、亮点，这是呷哺呷哺一定要保持清醒的地方。

小米押注欧洲,欲复制在中印的成功

新浪科技讯 北京时间5月29日凌晨消息,小米公司在包括中国本土在内的新兴市场上获得了成功,不过到了由苹果和三星占市场主导的欧洲市场会表现如何呢?该问题的答案将决定小米是否能达到外界预计的700亿美元的估值,有消息称小米将在今年内上市。

上周,小米在巴黎开了法国第一家小米店,还在意大利米兰开了一家。巴黎小米店离乔治·蓬皮杜国家艺术和文化中心只有五分钟步行路程,店内有两款高端机型在售,另外还卖一些周边电子产品,比如便携式音箱和平衡车等。

小米在欧洲市场的布局开始于去年,欧洲首家小米店开在了西班牙。如今,又新增了巴黎和米兰两家。主管全球化战略的小米高级副总裁王翔表示,小

米还计划在英国、德国、和荷兰建小米店。王翔说:“我们看到了一个很大的机会。”他解释称,欧洲智能手机市场的竞争“并不是很激烈”。

对于美国市场,王翔表示未来会布局的,不过现在还不着急。他说:“我们首先要在一个地区获得成功,然后再扩张到其他市场。”

据市场研究公司IDC的数据显示,小米在欧洲地区获得了不错的销量。在今年第一季度,小米手机在西欧地区的出货量达62.1万台,成为了西欧地区销量排名第六的手机品牌。其中,在希腊的市场份额达到24%,超过苹果和三星,在当地市场排名第一;小米在西班牙的市场份额为12%,排名第四。

王翔表示,除了开线下实体店来提

升小米的品牌认知度,小米还与包括Orange SA在内的4家主要电信运营商合作来销售手机。几周前,香港CK Hutchison集团称将在七个欧洲国家的线下店中销售小米手机。

据市场研究公司Canalys的数据显示,小米低端红米系列占据其手机总销量的92%。不过,该公司正通过高端机型Mix 2s等来吸引更多的高端消费者。该机型在法国巴黎的售价为500欧元,而其竞争对手苹果公司的iPhone X的售价则高达1159欧元。

据IDC的数据显示,由雷军在2010年创办的小米公司如今已成为了世界第四大智能手机厂商,排名三星、苹果、和华为之后。小米在印度市场表现抢眼,去年成为了印度市场手机销量最好的智能

手机品牌。

小米更依赖于社交媒体和口口相传的营销策略,相较于其他手机品牌,小米较少的进行广告宣传。该策略在中国很管用,因为中国有一群小米的忠实粉丝,并且雷军本人也成了一个名人。其产品发布后的抢购情形不亚于苹果。

王翔承认说,将该营销策划搬到欧洲市场可能不太可行,因为在欧洲地区缺少雷军的个人影响力。不过,该公司仍然在社交媒体上发布了法国巴黎小米店受捧的照片,照片显示在店外还有一大群人在排队。对于品牌形象,王翔表示:“对于不了解小米品牌的消费者来说,有个观念是低价意味着低质量。”要转换这一观点,他认为“还需要时间”。

短视频战事升级! 抖音接连炮轰腾讯封杀

5月22日晚间,抖音短视频官方微信号发文称,抖音在腾讯视频上传的多个视频被腾讯以“不传播”的理由强制下架。对此,腾讯方面向《中国经营报》记者表示不予置评。

在5月8日晚间,字节跳动创始人兼CEO张一鸣在朋友圈率先发难,与腾讯公司董事会主席马化腾在朋友圈爆发口水战,将字节跳动与腾讯的暗斗推到聚光灯下。之后的半个月时间内,字节跳动旗下抖音接连指责腾讯旗下的微视抄袭、微信封杀、腾讯视频无故下架抖音视频。“腾讯内部的各个事业群组都是相对独立的,特别是微视、微信、腾讯视频分别来自三个群组,除非是来自最高决策层的统一意志,否则‘封杀其他短视频平台,为微视开绿灯’的说法是不可能的。”一位腾讯OMG(网络媒体事业群)群组的内部人士在接受记者采访时如是说。

越权之嫌

双方的矛盾最初始于短视频。在此领域,腾讯与抖音形成直接竞争的产品为微视。然而,从过去数日抖音对腾讯的指责,已经从微视蔓延至微信、腾讯视频等产品。

5月18日,抖音短视频联合国内七大博物馆发布了H5“第一届文物戏精大会”,当日中午,记者发现,该H5已无法访问。腾讯公关总监张军回应称,该H5是命中系统分享的逻辑,修改后可以申请恢复。从当日下午1时开始,H5恢复访问,但该H5分享至朋友圈后,不会显示在本人的时间线动态里,无法被朋友看到。

诱导分享的争议尚未平息。18日稍晚时分,微信官方发布《关于升级外链管理规则的公告》,其中第二条规定,外部链接不得在未取得信息网络传播视听节目许可等法定证照的情况下,以任何形式传播含有视听节目的内容。

单从视听许可证要求来看,腾讯似乎有针对字节跳动的嫌疑。

据悉,在2017年2月,字节跳动通过收购运城阳光文化传媒有限公司的网站,获得了广电总局和工信部颁发的《信息网络传播视听节目许可证》。不过,该证件的有效期在今年1月已经到期。字节跳动的一位内部员工也向本报记者印证了这一事实。字节跳动方面也向本报记者表示,正在与有关部门进行沟通续办事宜。

字节跳动方面向本报记者表示:“微信这次超越政府职能,直接以视听许可证



为由,对创新发展的短视频业务进行封杀,实际上是利用微信垄断优势,对抖音、快手等大量短视频进行打压,其实质是为了发展微视。”

“这是微信携自己的平台优势,对自己的竞争对手以及相关的产业链进行控制。”中国电子商务协会研究中心专家委员唐兴通认为,上述限制阻碍了平台的生态和进一步的发展。

对于质疑,微信在5月21日发布《关于升级外链管理规则的补充公告》,删除了《公告》中“外部链接不得在未取得信息网络传播视听节目许可等法定证照的情况下,以任何形式传播含有视听节目的内容。”

对于删除的原因,腾讯方面回复本报记者称,公告的初衷是为了更好地提升朋友圈外链体验,减少骚扰,优化视听内容的质量。但是开发者反馈的客观情况也必须尊重,因此对公告做了及时调整,删除有关视听许可证的要求。

垄断之影

“从名义上看,腾讯此举也是有理有据,符合监管部门规定,但是也有借市场地位打击对手的嫌疑。”艾媒咨询集团CEO张毅说,“微信某种意义上,就意味着流量入口,所以很多公司的产品命运深受微信影响,特别是与腾讯形成竞争的公司,尤其会担心这一点。”

据腾讯高级副总裁张小龙在今年1月对外公布的数据,微信的每月活跃用户

量超过10亿人次。这一数字与我国的4G用户总量基本持平。

此外,根据极光大数据于今年4月公布的《2018年Q1移动互联网行业数据研究报告》显示,微信和QQ,分别以86.4%和71.4%的渗透率占据前两席,并与第三名、渗透率为35.0%的微博拉开了明显的距离。

从数据上看,微信用户几乎等同于移动互联网用户,谁能在微信生态中积累用户越多,谁便将获得良好的发展机会,反之亦然。就目前来看,有赞商城、拼多多、趣头条无一不是深耕微信生态,进而发展壮大的典型案例。

“腾讯曾推出很多优秀产品,是我们非常敬畏的竞争对手。但只要不利用垄断优势,只要坚持维护公平公正的市场竞争环境,我们有信心与微视进行竞争,在竞争中共同为用户提供更多优质服务。”抖音方面如是说。

“微信屏蔽外链的做法是否属于滥用市场支配地位的垄断行为,主要从三个方面进行判断,”央广经济之声特约评论员赵占领说,“首先需要界定相关市场,微信究竟属于哪个商品市场和地域市场,是否包括微博、陌陌以及今日头条的社交服务,因目前未进入反垄断司法或执法程序,之前没有先例,尚难以判断司法或执法机构会如何界定相关市场。”

“其次需要判断微信在相关市场是否具有市场支配地位,根据《反垄断法》,市场份额达到二分之一以上的,可以推定具有市场支配地位。最后需要判断屏蔽外链本身是否有正当性。”

内部独立论

在《公告》发布后不久,一份受新规影响的短视频、直播名单在网上流出,其中包括腾讯投资的快手,近期频繁与之发生争执的抖音,还有梨视频、秒拍、映客、花椒等。

“这个所谓的清单并不准确,属于以讹传讹,里面有很多公司都有视听许可证,而且微视迄今为止依然被微信拦截。”腾讯方面向本报记者表示:“对《微信外部链接内容管理规范》相关规则进行进一步升级是为保障用户隐私安全,避免过度营销造成对用户的骚扰,优化微信外部链接体验。微信平台对所有违规外部链接一视同仁,公平处理。”

“微信在腾讯内部是一个相对独立的存在,腾讯旗下的其他产品通常能够获得微信的支持,也只是开放从微信直接登录的便利。”腾讯音乐方面的一位工作人员向本报记者透露,在腾讯音乐上线小程序“QQ音乐小电台”之初曾与微信事业群组接洽,希望能够在该小程序的推广方面减少平台限制,予以便利,但最终被否决。

从微信过去对其他企业的处罚历史来看,也有整治腾讯系产品的案例。

今年2月,临近春节之时,腾讯体育、拼多多、京东、饿了么等网络平台通过发红包、会员、优惠券等方式鼓励用户向微信好友推广活动,微信认为,上述公司诱导用户转发分享,严重影响朋友圈、群聊等功能的用户体验,随即对上述活动的传播进行了限制处理。

唐兴通认为,就张小龙对外释放的信息来看,微信更希望做一个全民的移动互联网基础应用,而不只是腾讯的一个产品,但这很考验腾讯的内容控制、运营和管理能力。

“虽然微视目前在公司内颇受高层重视,但是如果说微视这个产品团队能让微信为之提供特权,可能性是非常小的,”上述腾讯OMG(网络媒体事业群)群组的内部人士这样告诉记者,“在腾讯内部,各群组间的数据都不是互通的,如果要使用,都需要申请批准。”

“微视已划归SNG(社交网络事业群)群组。这个信号其实很明确了,SNG群组的主要产品是QQ和QQ空间,微视未来的发展主要是依靠QQ和QQ空间的流量支持。”该人士如是说。“实际上,这并不是什么大事、新鲜事,类似的情况在业内普遍存在。这是需要有关部门牵头、全行业深入交流才能得到更好解决的问题,可以说抖音的处理方式有欠妥当。”张毅说道。(中国经营报)

自测身体衰老程度

美国著名生活类杂志《返璞归真》杂志,近日综合了多国科学家的研究成果,总结了五个自测身体年龄的简易方法。

单脚站立看老化程度:这是日本京都府立医科大学的山田教授根据对人体组织30多年的研究提出的一种简易自测法。老人双手下垂紧贴身体两侧,闭上眼睛,单脚站立,并记录下能保持这样姿势的时间长度。如果时间大于8.4秒,则男性的身体年龄在50岁以下,女性在60岁以下;如果在7.4秒到8.4秒,则说明男性身体年龄为50-59岁,女性为60-69岁;如果在5.8秒到7.4秒之间,则男性身体年龄为60-69岁,女性为70-79岁。如果身体年龄大于实际年龄,则说明老化程度偏快,需要注意身体。

腰臀比看心血管疾病:站立时,测量腰围和臀围,用腰围除以臀围,就可以得到腰臀比。根据美国运动医学会的标准,男性腰臀比小于0.8,女性小于0.7时,发生心血管疾病的危险就较低。当男性腰臀比超过0.95,女性超过0.86时,发生心血管疾病危险性较高,需要特别重视。

脉搏看心脏功能:将3次脉搏数相加,减去200再除以10,所得结果如果小于6,说明心脏功能良好;如果在6到12之间,说明心脏功能一般;如果在12以上,则需要到医院检查了。

仰卧起坐测体力:50岁的健康人在



1分钟内仰卧起坐的最佳次数为25-30次;60岁的健康人在1分钟内仰卧起坐的最佳次数为15-20次。如果达不到这个数字,说明体力不够,应该加强锻炼。

爬楼梯看体力和腿力:老年人如果能够一级级登上5层楼,没有明显的气喘现象,就说明健康状况不错;如果登上3楼就又累又喘,意味着身体虚弱,要注意调节。

对于这套自测方法,卫生部首席健康教育专家洪昭光教授提醒,老人的确

可以根据这个来测试衰老程度,但切不可把它当作锻炼方法,或仅为了提高测试成绩而锻炼。比如仰卧起坐,对腰部要求很高,运动量对老人来说也偏大,腰部有疾病的人并不适合做这个动作。此外,心理作用对老年人健康的影响相当于其他因素相加的总和。如果测试中表现不佳,便认定自己身体不好而郁郁寡欢,那就得不偿失了。洪昭光教授建议,只要平常注意保持健康的生活方式,适当运动,并保持良好的心态,自然就会显得年轻了。(新浪健康)

宫颈癌疫苗希瑞适接种对象年龄延长至45岁

新京报快讯(记者 张秀兰)制药企业葛兰素史克(GSK)5月29日宣布,根据国家药品监督管理局药品审评中心的技术审评结果,HPV疫苗希瑞适的接种对象年龄延长至45岁已获得批准,该疫苗也成为中国内地目前唯一获批可适用于所有9至45岁女性人群的宫颈癌疫苗。

宫颈癌是由高危型人乳头瘤病毒(HPV)在女性生殖道持续性感染引起的疾病。据悉,在中国女性生殖系统恶性肿瘤中,宫颈癌的发病率和死亡率居首位,其每年新发病例约10万例,死亡人数约3万人。HPV-16型和HPV-18型是最常见的高危型HPV,中国超84.5%的宫颈鳞癌病例都与这两个高危型HPV持续感染有关。数据显示,中国女性感染高危型HPV的第一个高峰为15岁至24岁,第二个高峰为40岁至44岁。

HPV疫苗希瑞适可预防HPV-16型和HPV-18型病毒导致的宫颈癌,此前在中国获批的适宜接种人群是9岁至25岁的女性,采用3剂免疫接种程序。

不提倡牙膏蘸水再刷牙是真的还是假的呢?

绝大多数人刷牙时,在牙刷挤上牙膏放嘴里刷牙前,习惯性地先将牙刷蘸水后再刷牙。然而这个动作现在被人提出质疑:牙膏不蘸水直接刷才是正确的,蘸水再刷会影响清洁程度。

刷牙究竟要不要蘸水?吴萃说,这应该由个人习惯决定,比较理想的刷牙方法是牙刷少量蘸水后,让牙膏充分起泡发挥摩擦剂的作用。

吴萃说,刷牙时牙刷靠近牙齿和牙龈交界处,略指向牙龈方向,做原位水平震颤7-8次;然后牙刷贴合牙齿根部,从根部向牙冠处刷7-8次,要带有一定的力度,“以上方法里外都要刷到,然后咬合面来回刷,刷牙时间以3分钟为宜,最后是要养成每天刷牙2次的好习惯”。

体弱者久坐更易患重大疾病和死亡

科技日报北京5月27日电 屏幕前久坐伤身?据近日发表在开放获取期刊《BMC医学》上的一项研究,科学家通过39万余人的大规模观察研究发现,握力较差、身体素质较差以及运动较少的人,最容易因久坐于屏幕前而增加死亡率和心血管疾病及肿瘤的患病率。

团队成员卡洛斯·塞里斯称,他们的研究表明,在久坐带来的健康风险面前并非人人平等。不爱运动的人受到的影响最大。这可能可以给公共卫生指南的制定带来一些启发,因为针对身体素质较差、力量较小的人进行干预,减少他们静坐的时间,可能是很有有效的办法。研究人员还指出,握力可以作为一个有效的衡量指标,帮助找到最能从减少静坐时间中获益的人群。想在医保和社区体系下进行身体素质测验并不容易,而检测握力是一种快捷、简单又便宜的方法,比较容易在不同的场景下作为筛查工具进行推广。

此次研究中分析的共391089人的数据,来自一个大规模前瞻性人群研究——英国生物样本库,这个研究中使用的数据包括全因死亡率、心血管疾病和肿瘤的发病率,以及坐在屏幕前的时间、握力、身体素质和体力活动情况。研究人员同时提醒,研究中的静坐时间和体力活动情况均为自我报告数据,可能会影响到最后结论中的关联强度。

日常五个方法提高免疫力

免疫力是我们对抗病毒的最佳方法,然而很多人都不知道自己是属于免疫力低下的人,因此常常被病毒入侵。下面就带大家去了解一下免疫力低下的身体信号。

免疫力低下的六大表现

1、感冒

免疫力低下的人最容易引发感冒。如果说你一年中感冒无数次,而且感冒期间的时间比较长,治疗起来的时候很久才会好。那么说明你的免疫力已经在下降,急需提高。

2、动脉硬化

动脉硬化也是免疫力低下常见的一种信号。如果说人到中年的时候血压突然喷井式的升高,那么要注意了,这是典型的动脉硬化引起的血管变窄,这个时候你就应该想着怎么去提高免疫力了。

3、糖尿病

免疫力低下为何会导致糖尿病呢?我们都清楚免疫系统的运行离不开酶元素,如果说酶元素不足,那么免疫力就无法保障。而糖尿病的发生也是因为胰腺内的酶元素不足,因此一旦出现糖尿病那么就说明你的身体免疫力在下降。

4、疱疹

在这个谈艾色变的时代里,一旦出现疱疹那么大部分的人都会想到是艾滋病所引起。其实疱疹不一定是艾滋病,免疫力低下也会导致疱疹的发生,疱疹也是免疫力不全的一个信号。

5、便秘

你知道吗?便秘也是免疫力低下的一种表现哦。生活中导致便秘的原因有很多,酶不足就是其中一种。我们都清



楚酶是免疫系统不可或缺的元素,因此一旦便秘,那么也意味着你的免疫力已经出现问题。

6、失眠

如今睡眠不佳的人特别的多,压力过大是导致失眠的一种原因,但是大部分的失眠患者都是因为自身的免疫力低下所引起。

日常提高免疫力的方法

1、睡眠充足

每天睡眠时间保持在8小时。如果每天睡眠少于7至8小时,患病的机率就可能增加。因为长期睡眠不足会给身体造成损害,包括思考能力减退、警觉力和判断力下降、免疫功能低下。

2、戒烟限酒

医学证明,吸烟时人体血管容易发

生痉挛,局部器官血液供应减少,营养和氧气供给减少,尤其是呼吸道黏膜得不到氧气和养料供给,抗病能力也就随之下降。

3、交朋友

经常和朋友聊天,倾诉心事可以令人心情愉快。使身体减少分泌一种会对免疫系统产生抑制作用的激素。

4、多运动

经常运动能增强机体免疫系统的功能,因为体育锻炼能缓和情绪,减轻压力。可以做些晨跑,打球,旅游等运动。

5、全面均衡适量营养

维生素A能促进糖蛋白的合成,细胞膜表面的蛋白主要是糖蛋白,免疫球蛋白也是糖蛋白。现今都市人不愿意吃猪肝,它含有丰富的维生素,维生素A摄入不足,呼吸道上皮细胞缺乏抵抗力,常常容易患病。(新浪健康)

青岛海水稻在六大基地同时插秧

新华社青岛5月28日电 中国工程院院士袁隆平带领的青岛海水稻研发中心28日在新疆、黑龙江、山东、浙江和陕西的六大试验基地同时插秧海水稻,开展试种试验,为我国大面积盐碱地筛选优势海水稻品种。袁隆平院士曾表示,如果我国能开发1亿亩盐碱地种植水稻,对保障我国粮食安全的作用不可估量。

青岛海水稻研发中心副主任张国栋介绍,此次插秧在新疆喀什岳普湖、黑龙江大庆、山东东营军马场、青岛市城阳区、浙江温州、陕西延安南泥湾同时进行,分别代表了新疆的干旱半干旱盐碱地、东北的苏打冻土盐碱地、环渤海盐碱地、滨海小流域盐碱地、东南沿海新生盐碱地以及次生盐碱和退化耕地,基本实现了对我国主要盐碱地类型的覆盖。

“此次试验种植将检验海水稻在不同盐碱地条件下的田间表现、产量、口感和成本。”张国栋说:“每处试验区的一部分将利用青岛海水稻研发中心独创的‘四维改良法’进行土壤改良,在2至3年内把盐碱地转化为良田,这个方法将用到物联网、大数据和人工智能等技术。”

青岛市城阳区委常委、区委办公室主任于冬泉介绍,位于城阳区上马街道的滨海盐碱地稻作改良示范基地,一期



开工1000亩,主要包括展厅、实验种植田等内容,未来还将探索发展都市田园综合体,打造新型农业产业示范项目。

“今年的秧苗长得非常好,很壮实!高产有希望,期待亩产达到600公斤。”在城阳区国家级滨海盐碱地稻作改良示范基地的“海水稻插秧”启动现场,中国

工程院院士袁隆平小心翼翼地将标记好的“海水稻”秧苗传递至工作人员手中,并流露出了对“海水稻”产量的殷切期望。

这一递的分量很重!据调查,在我国的15亿亩盐碱地中,约有2亿至3亿亩具备改造为农田的潜力。通过推广种植“海

水稻”,让亿亩荒滩变粮仓,一直是袁隆平这位从事了60余年水稻研究和培育的科学家的一大期待。袁隆平院士曾表示,如果我国能开发1亿亩盐碱地种植水稻,按照亩产300公斤计算,就可增加粮食总产300亿公斤,这相当于一个湖南省的水稻总产,对保障我国粮食安全的作用不可估量。

袁隆平院士递给工作人员的秧苗为耐盐碱水稻品系YC0045,这是去年9月份在位于李沧区白泥地公园实验基地内测产产量最高的耐盐碱水稻品系,亩产达620.95公斤。记者看到,这一株小小的秧苗,经过一个月左右的育秧后,已生长至十余厘米长,叶片嫩绿挺拔,此次试验的目的就是检验该品系在千分之六盐浓度下的性状表现及产量。

去年,青岛海水稻研发中心采用千分之六盐度海水,对300多个耐盐碱杂交水稻材料进行全生育周期灌溉,其中编号为YC0045的材料亩产达620.95公斤。

当日,青岛海水稻研发中心还宣布,其在阿联酋迪拜的荒漠化土地海水稻及稻作改良项目已完成第一批品种试种测产,其中一个水稻材料亩产超过500公斤。

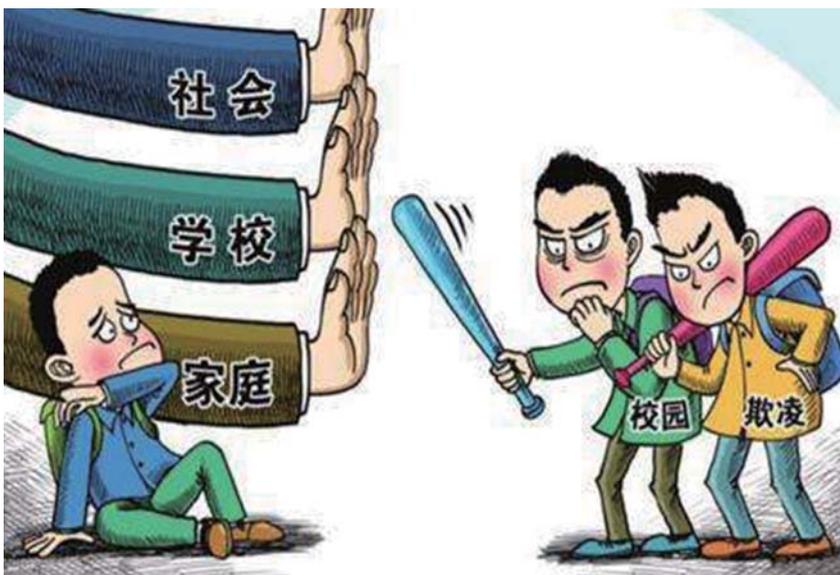
山东“严打”校园暴力,屡教不改将转送工读学校

近日,山东省教育厅等11部门印发《山东省加强中小学生欺凌综合治理方案》(以下简称《方案》),明确对学生欺凌的界定,并建立健全防治学生欺凌工作协调机制。

《方案》明确,中小学生欺凌是发生在校园(包括普通中小学校和中等职业学校)内外、学生之间,一方(个体或群体)单次或多次蓄意或恶意通过肢体、语言及网络等手段实施欺负、侮辱,造成另一方(个体或群体)身体伤害、财产损失或精神损害等的事件。

需要注意的是,《方案》要求,在实际工作中,要严格区分学生欺凌与学生间打闹嬉戏的界定,正确合理处理。教育部门和学校要重点抓好校园内欺凌事件的预防和处置;加强学校及周边治安综合治理工作领导小组的牵头协调作用,将防范学生欺凌和暴力工作纳入“平安校园”考核指标体系;配合综治、公安等部门加强学校及周边治安防控体系建设,打击社会不良青年危害学校安全的行为。各学校校长、分管校长、政教主任、班主任要逐级明确责任,抓好落实,实现学生防欺凌工作全覆盖、无死角。

《方案》还提到,中小学校要通过每学期开学时集中开展教育、学期中在道德与法治等课程中专门设置教学模块等方式,定期对中小学生进行学生欺凌防治专题教育。加快推进校园视频监控报警系统紧急报警装置等接入公安机关、教育部门监控和报警平台,逐步建立校园安全网上巡查机制。学校要制定防治学生欺凌工作各项规章制度的工作要求,主要包括:相关岗位教职工防治学生欺凌的职责、学生欺凌事件应急处置预案、学生欺凌的早期预警和事中处理及事后干预的具体流程、校规校纪中对实施欺凌学生的处罚规定等。各市、县(市、区)教育部门要通过委托专业第三方机构或组织学校开展等方式,定期开展针对全体学生的防治学生欺凌专项调查,及时查找可能发生欺凌事件的苗



头迹象或已经发生、正在发生的欺凌事件。

对于发现的校园欺凌事件,《方案》明确,学生欺凌事件的处置以学校为主。教职工发现、学生或者家长向学校举报的,应当按照学校的学生欺凌事件应急处置预案和处理流程对事件及时进行调查处理,由学校学生欺凌治理委员会对事件是否属于学生欺凌行为进行认定。原则上学校应在启动调查处理程序10日内完成调查,根据有关规定处置。

对于情节轻微的一般欺凌事件,将由学校对实施欺凌学生开展批评、教育。实施欺凌学生应向被欺凌学生当面或书面道歉,取得谅解。对于反复发生的一般欺凌事件,学校在对实施欺凌学生开展批评、教育的同时,可视具体情节和危害程度给予纪律处分。

情节比较恶劣、对被欺凌学生身体和心理造成明显伤害的严重欺凌事件,学校对实施欺凌学生开展批评、教育的同时,可邀请公安机关参与警示教育或

对实施欺凌学生予以训诫,公安机关根据学校邀请及时安排人员,保证警示教育有效开展。学校可视具体情节和危害程度给予实施欺凌学生纪律处分,将其表现记入学生综合素质评价。

屡教不改或者情节恶劣的严重欺凌事件,必要时可将实施欺凌学生转送专门(工读)学校或通过职业学校进行教育。未成年人送专门(工读)学校或职业学校进行矫治和接受教育,应当按照《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》和《山东省预防未成年人犯罪条例》有关规定,对有严重不良行为的,按专门(工读)学校或职业学校招生入学程序报有关部门批准。

此外,涉及违反治安管理或者涉嫌犯罪的学生欺凌事件,处置以公安机关、人民法院、人民检察院为主。对校外成年人采取教唆、胁迫、诱骗等方式利用在校学生实施欺凌进行违法犯罪行为的,要根据《中华人民共和国刑法》及有关规定,对教唆未成年人犯罪的依法从重处罚。(大众网)

山东高温津贴6月起发放 克扣高温津贴或受重罚

据气象部门预报,进入6月以前,山东大部分地区气温维持接近常年同期的状态。6月初,受大陆性暖气团东移的影响,山东北部可能出现35~37℃的高温天气,伴随着气温上升,从下个月起,山东等地都将持续为职工发放一笔高温津贴。山东、广东等地相继出台各自的高温劳动保护办法,对违反相关规定的具体情形和主体责任予以明确细化,并且加大惩处力度。

近年来,高温津贴被扣发或替代的现象备受关注。为了避免高温津贴成为“纸上清凉”,多地也出台具体措施,保障其被发放到每一个高温作业劳动者手中。

山东、广东等地相继出台各自的高温劳动保护办法,对违反相关规定的具体情形和主体责任予以明确细化,并且加大惩处力度。例如,根据《山东省高温天气劳动保护办法》,用人单位强迫劳动者在高温天气期间工作的,或者未按规定标准发放防暑降温费的,由县级以上人力资源社会保障部门责令改正;逾期未改正的,处以2000元以上20000元以下罚款;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

此外,多地也明确,绿豆汤等解暑饮料不能冲抵高温津贴。

江苏省人社厅等四部门近期联合下发通知,强调:劳动者正常工作时间工资及国家规定的最低工资标准不包含高温津贴,用人单位不得因发放高温津贴而降低劳动者工资,用人单位提供的防暑降温饮料、药品等劳动保护用品费用不得冲抵高温津贴。

山西省人社厅有关人士日前也提醒用人单位,发放高温津贴要遵章办事,谨防落入三大误区,即:第一,用绿豆汤等实物冲抵高温津贴;第二,认为职工少数时间在高温下工作,故不发高温津贴;第三,高温津贴不能计算在最低工资标准内。据新华网

快递公司地头抢单烟台樱桃

一年一度的樱桃季,对于果农来说,是一年辛苦丰收的季节,而对于电商和快递公司而言,也是一年一度硝烟四起的商业战场,没有最忙只有更忙,面对激烈的市场竞争,为了“抢运”大樱桃,快递公司也是不遗余力,除了上门营销,增加运力,还将收揽点摆到田间地头。

七八家快递公司上门谈合作

“近两年,明显感觉收揽大樱桃的快递和物流增了好多。”山樱天猫水果旗舰店负责人刘丽丽很有感慨。2008年的时候,刘丽丽就开始在淘宝上摸索着卖自家樱桃,在烟台当地,算是资深的樱桃电商。

刘丽丽说,由于樱桃属于生鲜水果,又比较娇嫩不耐运输,对运输时间和包装有很高的要求。最开始的时候,邮寄樱桃的选择很少,只有顺丰速运、EMS两家快递公司。

“目前,快递公司的选择性太多了,竞争也是越来越激烈。”刘丽丽说,今年樱桃季前夕,顺丰、邮政、EMS、德邦、申通、跨越航空、京东物流等快递物流公司工作人员亲自上门,推销自己的快递服务,有些快递公司还专门针对电商举行营销会,“光这种会议,我就参加了3场。”

随着烟台大樱桃知名度的提高,电商卖家的火爆,大樱桃邮寄这一诱人蛋糕,也吸引众多快递物流公司。据蔚林农业科技负责人林蔚林介绍,目前,大樱桃的运输配送大概有两种模式,一种是通过空运、冷链车运输的传统传递,费用较高;另一种是“冷链车+落地配”的模式,



统一用冷链车将大樱桃运输到一个城市,然后再进行落地配送,这样能节省投递成本,也减少了中间中转。“每年樱桃季,都会吸引一些外来冷链物流抢滩。”

“快递选择性增多,对于电商而言,是一件好事。”林蔚林说,打开朋友圈,你会发现很多快递公司都在极力宣传樱桃寄递服务,竞争带来了优惠,可以选择更适合自己的品质快递。

把收揽点设在田间地头

对于快递人员来说,每年樱桃季,时间总是太少。

“自露天大樱桃上市,到结束,满打

满算也就20多天时间,每天都忙得不可开交。”采访中,一位快递小伙感叹道。

为了迎接这个樱桃季,提升自己的运输能力,保证服务品质,作为快递行业的“大咖”、拥有多年大樱桃寄递经验的顺丰速运,今年也是下大了力气。据烟台顺丰速运一位工作人员介绍,今年将投入6架专机,其中到深圳3架,泉州1架,哈尔滨1架,杭州1架,“今年空运的整体运力是非常大的,相比去年,提高了60%。同时今年客运航空全部统舱,有42个流向,涉及60多个航班。”

据了解,除了空运运力增强之外,相对去年,烟台顺丰速运还投入了大量冷链车,冷链车运力增加了80%,有45个流向,每日发送量在80台。“为了这个樱桃季,今年确实做了很大工作,目的就保

证大樱桃的运输品质。”该工作人员称,为了方便市民邮寄樱桃,在农贸市场、水果批发市场、水果店、田间地头等人流密集的地方,都设置了大樱桃收揽点。

为了多收揽樱桃快件,一些快递员也是拼了。据一名快递小伙介绍,为了和一些樱桃电商大客户搞好关系,每年樱桃季,除了忙着收件发件之外,还会上门服务,帮着电商客户进行分拣、包装,做些力所能及的事。

每天400吨大樱桃“飞”往各地

5月24日凌晨4点,顺丰速运第一班樱桃货机正式首航,载运14吨大樱桃从烟台国际机场起航,拉开了2018年新一轮“樱桃季”的序幕。

今年樱桃航班的特点为机型增大,载运量大幅增加。顺丰速运每天飞2班B767、2班B757和2班B737全货机运输大樱桃,中国邮政航空每天飞2班B757和2班B737全货机运输大樱桃,每天预计有10班全货机运输将近300吨大樱桃,加上客机腹舱运输樱桃近100吨,每天将有近400吨的大樱桃空运至全国各地广州、深圳、南京、成都等200多个城市。

“樱桃航班”今年已经是第四个年头,几年来樱桃货机载运量和吞吐量年年翻倍。2015年发运量1300多吨,2016年3018吨,2017年5000吨,预计2018年将达到8000吨,年年近乎翻倍增长。

樱桃航班鲜果电商销售快运模式在全国首创。烟台机场每天约有15万件樱桃快件发往1000公里开外的全国各地,这意味着每天将有约15万个距离烟台千里之外的家庭。(新华网山东)

一汽大众华东基地在青岛投产

5月28日,一汽——大众华东基地在青岛市即墨区正式建成投产,填补了青岛乃至山东大规模生产高品质轿车的空白,带动山东由汽车消费大省向生产大省转变。

一汽——大众华东基地是华东地区自动化程度最高的汽车生产基地,平均每60秒既可下线一辆车,基地新建成的冲压、焊装、涂装、总装4大车间,采用世界最先进的舒勒冲压伺服生产线,拥有机器人近千台,智能制造水平处于国内领先地位。

一汽大众新闻发言人黄龙介绍说,“我们整个四大工艺、硬件都是采用了行业最先进的设备和相关的仪器,我们在运营上也是积极响应未来的发展,向工业4.0靠近。未来在车的四化方向——电智能化、智能化、网联化等等提前进行一些布局。”

华东基地于2015年7月正式开工建设,一期项目投资约100亿元人民币,占地110.86万平方米,主要生产新型宝来以及SUV轿车,计划年产能达到30万辆。青岛汽车产业新城管委会副主任赵本启:“全部达产后,可实现产值300多亿元,带动就业一万余人。”

截至目前,以即墨龙泉为核心区的青岛汽车产业新城已引进汽车类重点项目100多个,青岛已初步建成了中重型卡车、专用车、中高档客车和



经济型乘用车生产基地,并围绕整车形成了一定的汽车零部件生产规模。以汽车为抓手,青岛打造新旧动能转换的新引擎。

一汽-大众华东基地集创新、科技、环保于一身,预计年产量将达到30万辆。华东基地的建成投产,将大大增强青岛汽车产业的集聚能力,助力其打造千亿级汽车产业链,成为华东区域新的经济增长点。具体而言,一汽-大众华东基地将形成区域经济

生态圈效应,吸引来自配套供应商的50亿元投资,同时拉动就业,为当地提供约3000个工作岗位。

此外,华东基地的建成投产还标志着青岛将步入汽车产业发展的快车道,成为国内重要的汽车产业集聚区,并将成为具有国际竞争力的先进制造业基地。截止2020年,一汽-大众将在华东基地累计投入约100亿元人民币。

(齐鲁网)

去年山东家电行业出口161.7亿元

25日,记者从济南海关了解到,2017年山东省家电行业全年共实现出口161.7亿元,创历史新高,同比增长36%,增幅比2016年提升13.5个百分点。

2017年,山东省有家电出口记录的企业共951家,比2016年增加48家,6家企业入围山东省出口百强总榜单,3家企业跻身前10。同时,家电出口10强企业的格局也在悄然生变,“海信系”从原本“三强鼎立”的竞争中脱颖而出;“海尔系”、“富士康系”坚守在各自领域稳扎稳打高居榜单前列;除去“老面孔”集体亮相外,山东海之达电子科技有限公司成为2017年榜单上的“新面孔”。

电视机是山东省家电出口的第一大商品,2017年出口值占全省家电出口总值的59.7%。海信作为稳居全球电视机出货量前三的品牌,坚持技术引领,通过推出VIDAA人工智能系统等创新产品,着眼于中高端市场。

2017年,青岛海信国际营销股份有限公司创下家电出口“三连冠”的伟业,继续位居全省出口百强总榜单第4位。青岛海信非控股股份有限公司的电视机出口单价同比增长40%多,但受累于出口总量下滑,在家电出口10强榜单上退后2位居于第5。