

国家统计局:前8月全国固定资产投资同比增5.3%

近日,国家统计局发布了2018年1-8月份全国固定资产投资情况。统计局发布数据显示,2018年1-8月份,全国固定资产投资415158亿元,同比增长5.3%。

统计局发布数据显示,2018年1-8月份,全国固定资产投资(不含农户)415158亿元,同比增长5.3%,增速比1-7月份回落0.2个百分点,降幅比1-7月份的0.5个百分点收窄。从环比速度看,8月份固定资产投资

(不含农户)增长0.44%。其中,民间固定资产投资259954亿元,同比增长8.7%。

分产业看,统计局发布数据显示,第一产业投资14505亿元,同比增长14.2%,增速比1-7月份提高0.5个百分点;第二产业投资154602亿元,增长4.3%,增速提高0.4个百分点;第三产业投资246051亿元,增长5.5%,增速回落0.5个百分点。

统计局发布数据显示,第二

产业中,工业投资同比增长4.4%,增速比1-7月份提高0.3个百分点;其中,采矿业投资同比增长5.9%,增速比1-7月份提高2.2个百分点;制造业投资增长7.5%,增速提高0.2个百分点;电力、热力、燃气及水生产和供应业投资下降11.4%,降幅收窄0.2个百分点。

统计局发布数据还显示,第三产业中,基础设施投资(不含电力、热力、燃气及水生产和供应业)同比增长4.2%,增速

比1-7月份回落1.5个百分点。其中,水利管理业投资下降3.6%,降幅扩大2.9个百分点;公共设施管理业投资增长3.0%,增速回落1.3个百分点;道路运输业投资增长9.3%,增速回落1.2个百分点;铁路运输业投资下降10.6%,降幅扩大1.9个百分点。

分地区看,统计局发布数据显示,东部地区投资同比增长5.7%,增速比1-7月份回落0.1个百分点;中部地区投资增长

9.2%,增速回落0.1个百分点;西部地区投资增长2.2%,增速回落0.1个百分点;东北地区投资增长1.7%,增速回落1.6个百分点。

统计局发布数据显示,分登记注册类型看,内资企业投资同比增长5.8%,增速比1-7月份回落0.2个百分点;港澳台商投资下降6.8%,降幅扩大0.4个百分点;外商投资增长3.6%,增速比1-7月份提高0.5个百分点。
孙博洋

网红餐饮掘金月饼市场

月饼行业的人局者越来越多。近日,陈记顺和牛肉火锅店宣布今年将首次售卖中秋月饼,有各种不同的口味。此外,今年售卖月饼的商家众多,多个茶饮品牌也纷纷推出自家品牌的月饼。

火锅店推出的月饼主打款为香辣牛肉口味,与店内主打牛肉火锅相呼应。今年月饼行业最引人注目的新玩家则包括茶饮品牌喜茶、乐乐茶。早在8月,喜茶就宣布售卖月饼,一盒6个装,有不同的口味等。去年就已经开始售卖月饼的“奈雪的茶”今年又推出3款月饼礼盒,有抹茶流心月饼、麻糬奶黄月饼等。此外,新零售玩家盒马鲜生也推出自家的月饼。

记者了解到,根据规定,自2008年起月饼生产企业必须获得QS资质,QS资质对生产企业的规模、厂房面积、设备等均有一定的要求,许多商家由于不具备资质而需要寻找食品加工企业代加工。

这也意味着,许多新玩家的月饼很可能是一些老字号厂家加工制作的,如陈记顺和的月饼交由广州珠江莲蓉(饼业)食品有限公司生产,而喜茶的月饼是由广州酒家利口福食品有限公司生产。

市场空间巨大,利润可观,或是众多商家入局月饼市场的其中一个原因。餐饮行业分析师、凌雁管理咨询首席师林岳告诉记者,传统企业和网红品牌扎堆,争相抢占月饼市场,还是利益所驱,月饼利润空间巨大,一盒售价多是200元以上,毛利率基本上能超过50%,有些还更高。另外,还有送礼市场中特别吃香的“纸月饼”,礼品卡、提货券有些甚至都不需要生产就倒卖回到厂家了,这更是利润的来源。

此外,记者留意到,这些网红品牌推出的月饼口味,最大的特点是与自身品牌遥相呼应。比如某网红茶饮品牌推出了芝士奶黄流沙月饼,而芝士奶盖茶正是该茶饮品牌的一大热卖产品。

而某音乐酒馆售卖的月饼,则印有音符、吉他等图案。月饼新手玩家越来越多,行业竞争加剧,不过老字号月饼拥有多渠道销售的优势,既抢占商超又发力电商平台,再加之口碑好、大品牌,仍是许多消费者的首选。

与此同时,老字号月饼在不断求变。今年,广州酒家着力布局新零售,在电商平台推出了发放红包、满减等优惠活动。此外,广州酒家还联袂艺术名家推出限量的大师手制月饼。为吸引年轻消费者,中国香港地区的老字号元朗荣华月饼也在新品包装下了一番功夫,月饼包装融合了当下90后00后偏爱的“呆萌、可爱”的卡通形象。

不过,与传统文化、新元素、新IP结合,并非老字号酒家独有的卖点。如必胜客今年牵手故宫推出月饼“芝心踏月”宫廷团圆礼盒;东莞的永正书城推出文创月饼,将本土文化融入月饼的包装中。
詹丹晴

第十届外洽会在京举行 助推“一带一路”走实走深

近日,2018国际产能合作论坛暨第十届中国对外投资洽谈会(以下简称“外洽会”)在国家会议中心举行。本届外洽

会以“创新对外投资方式 促进全球经济增长”为主题,共建“一带一路”走实走深,成为本届外洽会的热点话题。

加强国有企业资产负债约束正当其时

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅正式公布《关于加强国有企业资产负债约束的指导意见》(以下简称《指导意见》)。《指导意见》是落实全国金融工作会议、中央财经委员会

第一次会议、中央全面深化改革委员会第二次会议既定的把国有企业降杠杆作为重中之重部署的具体举措,也是打好防范化解重大风险攻坚战总体战略的重要组成部分。

并购重组审核效率提高 有效激发市场活力

作为资本市场支持实体经济发展的主要方式,监管层对上市公司的并购重组一直以来都是支持的态度。近日,证监会新

闻发言人常德鹏表示,目前,证监会正着力提升审核效率,以优质上市公司并购重组项目为引领,促进资本市场平稳健康发展。

楼市调控不放松 热门城市渐冷静

国家统计局近日公布今年8月份全国70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。一些城市房价的变动特别引人关注。一二线城市稳中有所涨,但在二三线城市中,前期涨幅较大的几个热门城市楼市都“冷静”下来了,海南的三亚和海口两城涨幅回落,但调控政策方面并没有放松的痕迹。

楼市调控不放松,一线城市之首的北京在整顿租房市场之后,又迎来严格的公积金新政,从17日起实行“认房又认贷”,缴存年限不足的群体不能获得“顶格”的公积金贷款额度。一些地方也在调整棚改货币化安置政策,以往的货币安置正调整为房屋安置。楼市调控政策的逐步加码且无舒缓迹象,使得本轮楼市调控周期凸显手段更多、力度更大的特点。

从去库存到因城施策再到完善租赁市场等,本轮楼市政策的调整与变化都在指向一个目标——房住不炒,但是市场回馈不可能一步到位,还会发生某种程度的反弹,甚至会刺激市场预期的反向回应,即越严调控越能激发购房热情。具体到不同城市,楼市表现、政策预期和市场终端的目标也不合辙。政策面曾

经一度将去库存作为主要目标,但结果是三四线城市不仅库存无多,而且迅速迈进“万元+”时代,有些三四线城市甚至无房可买。从去库存政策开始,就形成从一线城市、一线周边城市、二线热点城市、二三线城市的逐级传导,随后又是一轮轮城市调控的接力传导。市场忧虑,这似乎又回到了“越调越热”的楼市怪圈。

中国拥房率已经超过八成,分析家有很多解读,但是这个数据和常识对比,经济学上的推演似乎失去了意义。一方面,房住不炒的目标对一些无房人士尤其是居住在一线和二线城市的人而言,依然是难以企及的目标。即使这些人在家乡拥有多套房,难“住”也是人生一大难题。而要实现“住”又要卖掉家乡的房子,实际上要“炒房”。因而,高拥房率在现实生活中有时难以实现“住”反而会带来“炒”。事实上,高拥房率本身就是炒房的结果。另一方面,无房者在任何城市都面临着买房难的尴尬。特别是随着越来越严、越来越紧的楼市调控,在控制炒房的同时,也会让这一部分刚需群体更买不起房。

以往,楼市供给侧叠加了地

方GDP崇拜、土地财政、开发商利益诉求和金融机构的深度参与,现在则多了楼市周期率累积的结构性利益纠缠和系统性的金融风险。楼市不能硬着陆,只能软调控。当然,需求端对房子的热衷,还在于中国市场缺乏更多更好的投资渠道,尤其是中产阶级,在股市稳定的“熊市”和创新金融产品不稳定的风险下,只能通过购买看得见摸得着的房子以求稳定家庭财产增值保值预期。

每月70城的楼市数据,虽然分析家们分析得很透彻,但公众却无感。以一线城市为例,8月份的数据是,北、上、广、深4个一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.3%,涨幅比上月略微扩大0.1个百分点。从数据看一线城市的房价又涨了,但对生活在这些城市的人而言,无论房价涨跌都是一房难求。

也有一些城市的数据让人担心。在一些二三线城市中,新房价格环比涨幅较大的有无锡,3.4%的涨幅位居70城之首;徐州以3.3%的涨幅紧随其后;城市的房价攀升是需求端真实的体现,还是“炒房游击队”推升的结果?一些三四线城市本轮周期内房价迅速攀升至“万元+”水平,需要认真分析市场内外因素。



今年8月,部分蔬菜价格一路飙升,一度有人说“香菜吃不起”,年内价格原来偏低的猪肉也突然上涨,价格的较大波动牵动着居民和农户。图为北京新发地农产品批发市场的蔬菜交易市场,整齐码放的新鲜蔬菜供人们挑选。
孔德晨 摄



国家卫健委出台互联网医疗三大重磅文件让“互联网+医疗”不再“野蛮生长”。图为北京首家互联网医疗全科中心的医护人员在为市民测量血压和脉搏。
龙巍 摄