

财经观察

27 省份三季度 GDP 增速公布：重庆连续 7 季度蝉联第一

■ 沙璐 吴为 报道

近一周以来,全国各省(区、市)陆续发布 2015 年前三季度经济运行数据。据记者统计,目前已有 27 个省份公布,山西、辽宁、黑龙江、西藏 4 省(区、市)尚未公布。记者统计发现,已公布的省份中,GDP 增速最高的为重庆,增长 11.0%,其次为贵州,增长 10.8%;天津,增长 9.4%。其中,重庆和贵州是仅有的保持两位数增长的省份。增速最低的则为吉林省,增长 6.3%。

据之前媒体报道,自 2013 年以来,重庆已经连续七个季度蝉联全国 GDP 增速第一,并始终保持在 10.7%以上的增速。在今年经济下行压力加大的形势下,重庆上半年经济增速仍然保持两位数增长。

今年 10 月初,国家发改委主任徐绍史来重庆调研表示,这次调研意在梳理、总结重庆的经验,同时认真研究重庆提出的意见建议,继续支持重庆经济社会发展。

记者梳理还发现,除北京、上海、河北、吉林四省(区、市)外,其余 23 个省份 GDP 增速高于全国 6.9%的平均水平,其中 17 个省份为中西部省份。

此外,17 个省份 GDP 增速和上半年增速相比,有所上升;4 个省份增速较上半年回落;6 省份持平。

北京上海 GDP 增速跌破“7”

根据各省份公布的前三季度经济数据,北京 GDP 同比增长 6.7%,比上半年增速回落 0.3 个百分点,比全国低 0.2 个百分点。在已公布的 27 个省份中,排名倒数第三。

对此,国家统计局北京调查总队副队长、新闻发言人邢志宏表示,虽然北京前三季度地区生产总值增速下降到“7”以下,但北京市经济运行仍在合理区间。落实京津冀发展要求、疏解非首都核心功能,邢志宏表示,工业是重点领域,而工业大力度结构调整会对经济增速带来一定影响。

上海同比增长 6.8%,比上半年增速回落 0.2 个百分点,比全国低 0.1 个百分点。



对此,上海市统计局局长王建平表示,这是经济转型过程中的正常表征。王建平称,“我们追求的是有质量、有效益的 GDP,不管从经济转型角度分析,还是与世界上其他国际性大都市作比较,6.8%的经济增速都是一种正常状态,既没有大幅下滑,也不应定义为速度偏低。”

王建平还表示,经济结构本身还在进一步优化,比如上海三产比重已经达到 67.6%,比上半年又提升了 0.5 个百分点,快于全国 2.7 个百分点。

此外,王建平介绍,很多服务业是从传统产业升级而来的新型服务业,是第二产业的转型升级。

城镇居民收入北上浙破 3 万

国家统计局公布的相关数据显示,前三季度全国居民人均可支配收入为 16367 元,同比名义增长 9.2%,扣除价格因素实际增长 7.7%,比上半年提高 0.1 个百分点,高于前三季度 GDP6.9%的增速。

其中,城镇居民人均可支配收入 23512 元,同比名义增长 8.4%,扣除价格因素实际增长 6.8%;农村居民人均可支配收入 8297 元,同比名义增长 9.5%,扣除价格因素实际增长 8.1%。

在已公布前三季度居民人均可支配收入的 25 省份中,上海、北京、浙江、江苏、广东、天津、福建、山东这 8 个地区的城镇居民人均可支配收入超过了全国平均水平。

其中上海市城镇居民人均可支配收入最高,达到了 39686 元。紧随其后的北京,城镇居民人均可支配收入为 39142 元。浙江位列第三,为 33464 元。这三地也是目前全国仅有的城镇居民人均可支配收入突破 3 万元大关的地区。

对于在经济增速放缓情况下,居民收入保持较快增长的情况,国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长盛来运曾表示,这既有深层次的结构原因,也有一些具体的原因,特别是与中国政府加大惠民生的力度,出台一系列促进收入增长政策措施的逐步落实有关。

同时,也有专家认为,农村收入增长是城乡居民收入增长的重要原因。在已公布数据的全国 25 个省份中,农村居民收入方面,上海、浙江、北京、天津、江苏、山东、辽宁、福建、海南、河北 10 个省市的农村居民人均可支配收入超过了全国平均水平。

上海、浙江、北京三省市在农村居民

可支配收入方面也是排名前三。上海农村居民人均可支配收入最高,达到了 19237 元;浙江紧随其后,为 17004 元;北京排名第三,为 16450 元。

然而,在 25 个省份的数据中,城乡收入的差距仍然普遍存在。

据公开数据,全国城乡居民人均收入倍差为 2.83,新疆、陕西、广西、云南、贵州、宁夏、青海、甘肃 8 省份的城乡居民人均收入倍差均超过了全国水平,其中新疆以城乡收入倍差 6.5 倍排在第一,其农村居民人均可支配收入也位列最末,为 2953.69 元。

消费快速增长拉动重庆 GDP

2015 年国务院政府工作报告中曾明确要求,要加快培育消费增长点,让亿万群众的消费潜力成为拉动经济增长的强劲动力。目前,投资、出口、消费对经济的拉动作用越来越明显。

数据显示,在经济表现抢眼的省份中,重庆的社会消费品零售总额增速在提高,前三季度实现社会消费品零售总额 4661.86 亿元,同比增长 12.3%,较上半年提高 0.5 个百分点,尤其是通讯器材类、文化办公用品类保持高速增长,分别增长 54.5%、41.1%。

贵州的消费市场需求也增长稳定,比上年同期增长 11.5%。贵州省统计局、国家统计局贵州调查总队表示,经济发展已逐渐形成了多点支撑的格局。

而北京市经济增速虽然有所回落,但邢志宏表示,前三季度,服务性消费带动作用明显。数据显示,1-3 季度,北京市实现市场消费总额 1.3 万亿元,同比增长 8.3%,尤其是服务性消费保持快速发展态势,增速比上半年提高 1.8 个百分点,是拉动总消费提速的主要力量。

国务院发展研究中心企业研究所所长马骏认为,消费超过投资,成为拉动经济增长的主要主力,这是一个趋势,而且已经显现。据马骏介绍,最近一段时间消费对经济的贡献在上升,尤其是服务业占 GDP 的比重上升幅度,超过以往任何一年。

“世界之最” 吉尼斯 如何生财有道

作为“世界之最”的代名词,吉尼斯世界纪录已有超过 60 年的历史。在这 60 余年里,不断有新纪录产生和旧纪录被刷新。

而在纪录不断刷新着我们对世界认知的同时,我们也不禁要问:吉尼斯的魅力究竟何在?这个吸引世界各地组织和个人趋之若鹜的赛事背后,是否存在巨大的金钱诱惑?

从一家啤酒厂开始“吉尼斯”原本是一家啤酒厂的名字。1759 年,一名叫做阿瑟·吉尼斯的人创立了一家啤酒厂。近两个世纪之后,继承了爵士封号的休·比弗成为了这家吉尼斯啤酒厂的执行经理。

1951 年,在爱尔兰的一次打猎聚会上,休·比弗连发数枪,仍未能打中飞过的鸟。于是在在场的人开始争论什么鸟是欧洲飞行最快的鸟。他们甚至翻了百科全书,也没找到答案。在那个没有 Google 的时代,休·比弗很快就为无法从书籍中给自己的论点找到论据而沮丧,这个争胜好强的人当时就产生了这样一个想法:要做本专门搜罗世界之最知识的书籍。

这时,他遇到了诺里斯兄弟。他们精确地回答了这个问题,称红松鸡是欧洲飞得最快的鸟,每小时飞行速度达到 58-63 英里。休·比弗敏锐地认识到,诺里斯兄弟是负责出版一本有关世界纪录参考书的绝佳人选。

恰巧这对刚刚告别了并不成功的运动员生涯的兄弟,才开了一家出版体育纪录书籍的公司,他们确实想要赚点钱,双方一拍即合。经过一年时间的调研,1955 年 8 月 27 日,《吉尼斯世界纪录大全》第一版发行,收录的第一个纪录是 1954 年 5 月 6 日,英国运动员罗杰·班尼斯特以 3 分 59.4 秒的成绩刷新了英里障碍赛的纪录。

“世界之最”生财有道

《吉尼斯世界纪录大全》的诞生使“吉尼斯”迅速成为权威纪录认证的代名词。这部仅有 198 页的小册子,当年圣诞节前即荣登英国畅销书榜首,名声远远超出了吉尼斯黑啤酒。

这本书当年即荣登英国畅销书榜首,它在英国还有一项“纪录”:英国图书馆里遭窃次数最多的图书,其受欢迎程度可见一斑。从此,每年一度的《吉尼斯世界纪录大全》按时与读者见面,至今,这仍然是一项世界之最:《吉尼斯世界纪录大全》每年卖出逾 300 万本,累计销量已达 1.3 亿册,是世界上最畅销的主题图书。

次年,《吉尼斯世界纪录大全》出版了第一个美语版,不久又出版了法文版、德文版和日文版。从上世纪 70 年代开始,《吉尼斯世界纪录大全》的世界影响力已从英国拓展到了 100 多个国家。

1973 年,诺里斯兄弟将吉尼斯在英国的电视版权出售给 BBC,与 BBC 合作开设了一档名为《破纪录者》的电视节目。诺里斯亲自上阵,和 BBC 主持人罗伊·卡斯尔联合出现在荧屏上,带领观众欣赏那些形形色色的破纪录尝试。1996 年,该档电视节目在伦敦证券交易所正式挂牌交易,当时的总股本为 2900 万美元,如今总市值已超过数亿美元。

除此之外,从 1978 年开始,诺里斯分别在英国田纳西州、好莱坞、得克萨斯及丹麦的哥本哈根、加拿大的尼加拉瓜附近开设了 5 家吉尼斯世界纪录博物馆,为全世界的儿童提供娱乐服务。

到了 1999 年,曾经的小小体育纪录出版公司已经变成了集大型活动、出版、电视、游乐场为一体,被地球上 100 多个国家、23 种语言持有者消费的吉尼斯商业帝国。

破纪录不等于拿奖金

想被“载入史册”吗?那就去创造吧!吉尼斯会为你“认证”。半个多世纪以来,吉尼斯秉承着严谨的态度,不资助纪录创造者,也不收取费用或发放奖金,讲究“证据”。现在,吉尼斯世界纪录有限公司(后称吉尼斯公司)成为了民间最权威的纪录认证机构。

不过,成功刷新世界纪录的挑战者们并不能从吉尼斯获得任何直接的利益,因为吉尼斯不会向吉尼斯世界纪录拥有者支付任何报酬,也不承担挑战吉尼斯世界纪录的任何费用,参赛者恐怕还要面临倒贴的风险。虽然总部授权的中方机构吉尼斯世界纪录中国申报中心曾对媒体表示,除了开辟“绿色通道”收取额外费用外,对挑战纪录者并不会收取任何认证费用。但位于英国伦敦的总部解释,“如果认证人员亲自到申报现场,可以提出相关的费用”。

即便如此,每年向吉尼斯发起挑战的仍旧大有人在。由于“吉尼斯”对参赛选手资格没有任何限制,只要发前人所未想,就有可能创造出新的纪录。也正因为扣着这样一顶“世界级”的大帽子,“吉尼斯”仿佛成了一举成名的最佳途径。

而只要被载入吉尼斯世界纪录的人,很快也将引起社会各界的关注。不仅有媒体争相采访,进而可能有品牌代言找上门来,甚至有些地方政府也会出资奖励。

尽管绝大多数吉尼斯世界纪录诞生的动机并不是经济利益,而是挑战者们为了获得 达到和超过他们的目标所带来的满足感,获得正式的吉尼斯世界纪录证书。但不得不承认,影响力已经是当今不折不扣的“软红利”。而在吉尼斯这条产业链上,组织者、参与者以及幕后推手都将“各得其所”。

(新华网)

国产电影成为拉动中国视频个人付费主力



■ 祖薇 杨文杰 报道

《网络视频个人付费行业白皮书》数据显示,2014 年年初至 2015 年年初,中国视频个人付费市场规模从 2.1 亿成长到 5.9 亿,年度同步增幅高达 178.1%。而近日从爱奇艺传出的消息佐证了这一数据:2015 年 6 月,爱奇艺月度付费会员数为 501.7 万,同比增长 765%。进入 10 月,这个数字增至 1000 万。“这是干货——购买单部电影的不算,到时间点不续费的不算,免费送的不算,1000 万全是付费状态下的会员。”爱奇艺副总裁杨少华介绍。

国产电影成为拉动付费主力

中国视频行业用户付费市场目前已步入快速增长期,并且增速迅猛。而付费市场的成熟得益于两点:一、从去年以来,国家打击盗版的力度越来越大,其中标志性的事件就是中国最大的盗版网站——快播被查;二、在线支付越来越便

捷——几年前,平均需要 40 分钟左右的线上支付现在仅仅几秒钟就可以搞定。

有了愿意付费的消费者,如何为他们提供更多、更好的内容,就成了各大视频网站首要任务。爱奇艺副总裁杨少华介绍,通过运算,拉动爱奇艺会员增长的主要内容是电影,尤其是国产电影。“拿去年上映的新片来说,大约 90%都在我们网站上有,还有 400 多部没有在线上映的电影。”杨少华说。“以前,一部电影下线之后通常要两个月以后才能进入视频网站,而且是纯免费放映。2014 年,我们开始缩短院线和视频网站播出的空当,力争把两个月变成 15 天。”时间的缩短,有助于让电影在院线放映期间积累下的口碑带动其在视频网站的点击率,更多的观众愿意对这部电影付费。同样的策略也被用于国外电影。《速度与激情 7》按照原来的条款两年以后才能在视频网站上线,经过沟通谈判,现在缩短到两个月多一点的时间就能上线。今年有望出现电影院与互联网一起播一部片子的情

况。

自制、独家成为另一付费利器

自制内容的“爆款”则进一步推动了付费业务的增长。今年 6 月,爱奇艺推出中国第一部会员大剧《盗墓笔记》,迅速引爆“会员全集抢先看”排播风暴,上线 5 分钟,2460.5 万次点击;上线 22 小时后,《盗墓笔记》就为爱奇艺导入破亿流量。“盗墓”播出全程,爱奇艺的 VIP 会员增速环比增长了 100%。

不止爱奇艺,各大视频网站的独家资源也是收费的主要来源:腾讯视频目前引进的 HBO 的剧目以及自制真人秀《我们 15 个》都是收费模式观看;优酷土豆独家拥有的韩剧《海德哲基尔与我》会员可以先行看全集;国庆长假期间的“优酷·土豆理想音乐节”、《Running Man》线上独播与线下观看,还有赵传等明星的演唱会……这家获得虚拟运营商资格的公司还在本月 13 日开放了 170 开头的优酷移动手机号,开通直接成为优土付费会员……

付费用户的忠诚度更高

看到这里,你一定有所好奇:视频付费者都是些什么人?他们有三大特征:重度、晚睡、爱电影。《网络视频个人付费行业白皮书》数据显示,2015 年二季度,付费会员平均每天花 93 分钟看视频,而非付费会员为 79 分钟,付费会员在视频娱乐上往往会消费更多时间,并且付费会员收看视频的流量晚高峰比非付费用户晚 1-2 个小时,深夜的活跃程度也一直高于非付费用户。

“一个会员对网站贡献度是一个非会员广告的 20 倍。”据爱奇艺副总裁杨华介绍,这家网有单片付费(5 元一部电影)和预付费(包月、包季度、包年)两种方式,其中九成以上的用户选择了预付费,并且有 60%到 70%是一次买一个月,一个月到期之后,第二个月的续费比例大约是 70%。而且“现在 VIP 会员在爱奇艺每月访问数还很少,不到 5%,潜力巨大。”有鉴于此,2016 年起,爱奇艺将投入超 50%的资金和资源用于 VIP 会员业务,要采购和制作的会员大剧总量将超过 40 部。近日,在随同

国家领导人出访之时,爱奇艺与美国 NBC 环球签署协议,每年将有数百部 NBC 环球经典电影和未来新片将进入播出系统——“未来的目标是希望会员收入能够超过广告收入。”视频网站会员收费的台风,似乎已经刮到眼前。

版权商与视频网站 首次实行按流量分成

最近,“中视丰德影视剧合作专区”在乐视网正式上线,以影视版权运营为主要业务的中视丰德向乐视网提供影视剧新媒体版权,双方以点播收益为结算依据进行分成。这是国内版权商与视频网站首次实行按流量进行分成,标志着影视版权运营开启新时代。

据悉,“合作专区”将首批推出《国门英雄》、《下海》、《再过把瘾》、《借问英雄何处》、《川军团血战到底》、《夜半》等 11 部 350 集电视剧。乐视网除了在 PC、移动、TV 端建立“合作专区”外,还在 PC 端首页导航处、TV 端乐视超级电视、移动端视频 APP 等集中推荐、展示“合作专区”,并在乐视网专题频道和电视剧频道重点推荐“合作专区”。

中视丰德之前最著名的“事件”是 2012 年其董事长王建峰公开举报第三方公司买卖收视率数据,造成业界哗然,揭开收视率严重腐败的冰山一角。近日王建峰接受北京青年报记者电话采访透露,2012 年的事件“几乎毁灭了公司”,但也促使他进行反思,如今跟互联网公司合作,他坦言:“传统的电视台渠道始终无法解决市场化问题,包括收视率,这方面互联网做得更好更稳定,双方的需求和前景也更为广阔。”王建峰说,与乐视网合作,选择流量分成,中视丰德看中的不仅仅是网络点播带来持续的分成收益,更看重网民观看影视作品习惯的“大数据”。这些用户消费数据将对今后力推的“定制剧”创作和营销提供数据支撑。王建峰透露,已募集 10 亿元人民币用于网剧定制,11 月 4 日将赴美与《纸牌屋》的出品方 Netflix 签约,启动中国资金+中国故事+美国制造的定制网剧模式。