

用理性消费为“双11”降温



虽然距离“双11”还有一段时间，但是国内各大电商平台已经是摩拳擦掌，希望再次点燃全国消费者的抢购热情，把专属于电商购物的“双11”烧热。与之相对应，部分消费者也纷纷查看自己银行卡、支付宝里面的余额，为即将到来的“双11”准备粮草，希望届时能够开心购物。

表面上看，这和往年的“双11”没有什么不同。其实不然。互联网研究机构易观国际和京东集团日前联合发布的《2016中国网络零售购物节消费者行为研究报告》称，国内消费者对网络购物节的态度和反应已经发生了悄然的变化，消费者的购物习惯正从低价刺激出来的冲动型消费向基于理性的计划型消费转变。与之相应的，价格已经不再是用户购物决策时唯一考量的因素。

农行滨城支行举办“唱红歌”歌咏比赛

为纪念建党95周年、农业银行建行65周年，进一步激发全员脚踏实地、爱岗敬业、奋力进取的干事创业热情，近日，农行滨城支行举办了“唱红歌”歌咏比赛。本次比赛，该行党委高度重视，赛前进行了精心策划，支行工会、团委认真组织，全行员工踊跃参与，共组成15只合唱队参加比赛。比赛现场，各合

唱队精神振奋，用深情真诚唱出了共产党好、祖国强大、农行壮大最美好的心声。整场比赛，精彩纷呈、高潮迭起，不时赢得热烈的掌声，极大地鼓舞了全行员工不忘初心、砥砺前行、勇创辉煌的决心和信心，达到了预期目的，取得了圆满成功。

(魏洪三)

农行博兴县支行服务三农出实效

近年来，农行博兴县支行始终坚持面向“三农”定位不动摇，紧紧围绕“三农”业务新市场、新要素、新主体，加强产品服务创新，不断提升服务“三农”能力。该行以农民专业合作社、家庭农场、专业大户作为重要抓手，因地制宜，因行施策，加大“融资增信”

业务的推广力度，支持专业大户和家庭农场等新型农业经营主体发展，累计投放新型农业经营主体贷款275万元。充分发挥博兴县农业产业化龙头企业较多的优势，继续实施产业化龙头企业“百强百优”工程，龙头企业用信总量继续保持当地金融机构前列。

(李玉杰)

农行滨州黄河支行开展押运防爆防抢演练

为提高营业场所处置突发事件的能力，有效防范押运环节中出现的操作风险，近日，农行滨州黄河支行组织开展了又一次押运防爆防抢演练。演练前，该行准备充分，认真做好情景设置、演练环节预演等工作，对演练人员进行了明确分工。演练过程中，押运人员操作规

范，网点负责人、大堂经理、柜员和保安人员各司其职，分工明确，押运各环节衔接到位，最终顺利地完成了此次演练任务。通过开展防爆防抢演练，在确保押运工作合规、安全的同时，也增强了营业网点员工处置突发事件的能力。

(李玉杰)

农行沾化支行扎实推进精准扶贫工作

今年以来，农行沾化支行将金融精准扶贫列为重点工作，充分发挥综合服务优势，努力实现服务“三农”和金融扶贫有效结合，取得了一定成效。该行积极与当地扶贫部门进行沟通对接，以当地龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、专业大户等新型经营主体为重点，瞄准特色产业，强化摸底调查，优选目标客户，加大投放力度，以产业发展辐射带动贫困

户脱贫致富。推出“光伏扶贫贷”产品，专门面向建档立卡贫困户发放贷款，用于支持贫困户购置光伏发电设备及安装服务，并以发电收入作为还款来源，从而带动部分贫困户长期稳定脱贫致富。创新担保方式，将贫困户贷款纳入充融资增信机制，有效解决了农户贷款难、担保难问题。

(李玉杰)

今天你“听书”了吗？

有声阅读市场规模快速增长

近年来，随着移动互联网和音频技术的高速发展，不知不觉中，人们的阅读习惯发生了很大的变化，越来越多的人开始通过手机“听书”来打发碎片化时间。如果你不信，在地铁、公交车上，看到头戴耳机的年轻人，问他在干嘛，或许不是在听歌，而是在听书呢。

爱上听书

“我喜欢堵车路上的充实，因为通过听书，我听到了各种精彩。”家住北京市昌平区天通苑的宋青海在海淀区上地某知名互联网公司上班，每天花费在路上时间不少于3个小时，说起听书，他一脸兴奋。“早高峰的地铁上人多拥挤，一般很难抢到座位，手捧一本书的空间根本不存在，用手机听书弥补了这个遗憾。”宋青海说。

北京市民张卫东是一个马拉松爱好者。在某事业单位工作的他每天下班后，简单吃些晚饭，便会戴上耳机，开始8公里的夜跑。“对于跑友来讲，听书或者听音乐是一种分散注意力的方法，这样可以让自己跑得更持久。”张卫东告诉记者，他已经听完了《三体》全集，这花费了他近1000公里的路程。“听书是一种享受，更是一种全新的生活方式，而这就如同跑步本身。运动的魅力莫过于在运动中还能学到知识，一举两得，岂不美哉。”张卫东说。

就读于河北辛集高中的高三学生刘梦，以前上的是理科班，高二下半年跳到了文科班。而对于这个“理科生”来说，用某音频APP收听最新的文史类课程解读书籍给了她当好“文科生”的信心。“现在高中生学习压力非常大，而在学校学习的时间非常有限，上下学的路上完全可以通过听书来“补课”。当然，走路戴耳机听书，一定要确保安全。”刘梦的妈妈说。

喜欢海子的魏晓光在北京某视频公司工作，每天早晨他都会开车从立水桥到惠新西街南口附近的公司上班。1个多小时的时间里，他常常打开手机里的“懒人听书”APP，听上一段小说。“我喜欢安静的文字，即使道路不是很通畅，听着听着便不再那么拥堵。”“移动互联网改变了很多人的收听习惯，有声读物通过广播、车载、手机、可穿戴设备等硬件植入到达受众，这是一个非常精彩的世界，市场空间不小。”在北京人民广播电台产业发展部副

主任、悦时光文化传媒有限公司总经理张蓉看来，有声阅读可以为喜马拉雅、蜻蜓、考拉等音频应用平台带来40%—50%的流量，并能持续为这些平台带来收入。

而易观智库今年发布的《中国有声阅读市场专题研究报告》显示，越来越多的年轻人已经接受了一种全新的生活方式——听书：2015年我国有声阅读市场规模达16.6亿元，同比增长29.0%；2016年市场规模有望达到22亿元，市场规模快速增长。

“耳朵”优势

“创建懒人听书很大程度都源于我自身的从业经历与爱好，以及成熟的时机。”懒人听书创始人宋斌在接受采访时如是说。

从中南大学毕业后，宋斌来到深圳，成为众多程序员中的一员，在技术管理岗位上呆就是4年，业余时间主要靠听相声和评书来打发。“2011年智能手机和3G网络的出现，给有声读物的发展带来了很大的机遇。”正是看到移动互联网对人们生活产生巨大影响，宋斌带领团队基于自身的技术积累，经过摸索很快就研发出了懒人听书APP。

2012年，宋斌创立懒人在线公司，正式运营懒人听书产品。目前懒人听书的内容满足了各年龄层、各类别收听人群的“全内容收听需求”。“小说类长音频因其环环相扣的故事情节，让广大听众一旦开始就很难停下来，也就是所谓的“追剧”。”宋斌表示，懒人听书在时长方面设置每集10—25分钟，满足了消费者碎片化的收听习惯。宋斌说，目前懒人听书的收益主要来自移动终端的听觉广告、内容付费收听，以及与合作机构、主播等内容提供者的利润分成。

“做饭、健身、排队、坐公交等场景中会产生大量碎片化时间，音频作为伴随性媒体具有独特优势，因为只有“听”才能存在于从早到晚所有双眼被占用的场景中。”喜马拉雅FM品牌运营部有关负责人介绍，基于这样的需求和市场背景，喜马拉雅FM应运而生，它是最早提出PUGC生态战略的音频平台，即内容生产由PGC(平台自产)+UGC(用户上传)+独家版权三大块构成，既保证了内容的专业性，也能够大量地挖掘优质的内容生产者，实现内容的多样化、个性化。据其介绍，目前该平台已拥有400万名主播，包括10万名认证主播，这其中既有包括马东、吴晓波、郭德纲、韩寒

每年的“双11”为什么会那么火爆，消费者为什么会如此疯狂?表面上看是各路电商炒作的结果，但从本质上来说，低价倾销战略才是支撑“双11”一片红火的根本原因。绝大多数消费者，说到底还是奔着商品的低价而来，希望能够趁着购物节花最少的钱买到最多的商品。于是买的和卖的一拍即合，向大家奉献出一部购物大片。

但正是应了那句老话，买的不如卖的精，等“双11”尘埃落定，消费者盘点自己购物篮里战利品的时候就会发现，其中相当一部分的商品，只是自己鉴于价格低廉抢购而来，但实际上在生活中并不需要。随后更是发现，商品所谓的低价，也未必靠谱，极有可能是商家先提价，再降价，自己和平时购物相比根本就没占多少便宜。

农行滨州分行上线“行风热线”栏目

近日，农行滨州分行相关负责人带队上线滨州人民广播电台“行风热线”栏目，接听听众热线，解答听众疑问，并就近期的金融热点问题以及该行支持实体经济、服务三农、改进服务等措施与听众进行了在线交流。近年来，农行滨州分行积极弘扬优质文明之风，把“行风热线”作为听取民声、服务群众、接受监

农行惠民县支行倾力支持项目建设

今年以来，农行惠民县支行紧跟国家产业政策导向以及惠民县“十三五”发展规划，充分发挥国有银行服务实体经济的大行担当和主渠道作用，围绕今年当地被列入市重点的6个建设项目，逐项目对接需求，积极转变金融支持重点，创新支持方式。

农行滨州开发区支行以读书学习活动促经营发展

为适应现代金融企业的发展需求，农行滨州经济开发区支行积极组织员工扎实开展读书学习活动，推动业务快速发展。该行认真制订本单位读书计划，精心研读推荐必读和自选书目，注重引导员工加强对经营管理知识和金融理论的学习。坚持将学习与实践紧密结合起

农行邹平县支行创新产品助力消费升级

今年以来，农行邹平县支行始终坚持以市场和客户需求为导向，从丰富城乡居民服务新体验入手，加快金融电子化、互联网金融发展步伐，同步推进了产品创新、流程创新和 service 创新，不断满足城乡居民对消费金融、服务效能和普惠金融的需求。该行积极推广“房抵贷”、“农民安家贷”等特色个人贷款产品，9月末，个人贷款余额13.38亿元，

当消费者对商家促销的各种“套路”识别能力越来越强，消费也就变得理性了起来。研究也发现，目前国内消费者对网络购物节的预期更为合理，特别是商品购买的必要性和个人需求程度匹配成为影响用户购物的核心因素。可以说，这才是一个理性消费者所应该具备的基本素质，也是一个理性的消费环境所应该有的一种常态。而非理性消费除了帮助商家清货之外，只能额外加重消费者的经济负担，同时又造成资源的巨大浪费。

社会应该为消费者在消费理念上的转变感到欣慰，理性消费不但符合消费者自身的利益，同时也符合网络商家和各路电商平台的利益，毕竟仅仅依靠低价战略，并不符合业内对电商良性和健康发展的长远预期。

(据《中国消费者报》)

同时，该行还注重发挥资源、客户和渠道优势，创新融资模式，通过发展债务融资工具，并购贷款、股权融资等多元融资业务，拓宽企业融资渠道。前9个月累计发放贷款4.2亿元，储备项目2个，涉及融资金额14.25亿元。

(李玉杰)

同时，该行还注重发挥资源、客户和渠道优势，创新融资模式，通过发展债务融资工具，并购贷款、股权融资等多元融资业务，拓宽企业融资渠道。前9个月累计发放贷款4.2亿元，储备项目2个，涉及融资金额14.25亿元。

(李玉杰)

来，定期组织集中学习、业务技能学习和岗位技能培训，不断提高营销能力、执行能力和风险掌控能力。加强职工书屋建设，加大费用投入，购置书籍和学习设施；积极组织员工参加上级行举办的各种学习活动和业务比赛，进一步检验和巩固了读书学习成效。

(李玉杰)

较年初增加2.15亿元。大力提升经营效率和服务水平，新改造网点17个，电子渠道分流率同比提升2个百分点。以金融“互联网+”为契机，大力推动“惠农通”工程转型升级，进一步延伸服务半径，目前共设立服务点746个，电子机具行政村覆盖率79%，有效填补了物理网点服务空白。

(李玉杰)

韩国专家河盛允

签约济南伊美尔整形

10月14日，济南伊美尔(大咖空降 美耀泉城)韩国明星整形大咖河盛允见面会伊美尔二楼圆厅隆重开幕。数十位VIP顾客参与了此次盛会，同时多家新闻媒体全程直播报道。韩国明星整形大咖河盛允现场面诊设计，更有至尊典礼时疯抢。接待大厅内人头攒动，来院求美的顾客几近爆棚。河盛允表示愿意签约济南伊美尔整形医院是因为，身为大韩整形外科医师协会副会长，他之前做过很多调查工作，认为济南伊美尔在中国有这个实力来辅助中韩整形文化交流，所以指定济南伊美尔为合作伙伴。

(苑国威)

拉普丝美牙仪入市引关注

近日，拉普丝冷光美牙仪受到消费者高度关注。据悉，拉普丝冷光美牙仪是北京德润雅源传媒公司引进美国最新专利技术开发运营的产品推出的一款平民化高端冷光美牙产品，以价格亲民、科技十足、使用便捷为特点杀入市场。更为独到的是，拉普丝冷光美牙仪是目前国内全部组成部件都通过国家和国外权威认证机构质检合格与国家知识产权局颁发的外观设计专利证书的冷光美牙产品，无论是美白效果还是健康程度，都具有良好的效果。

(苑国威)

新一代308“驾值”连城

10月10日，“实力绽放——新一代东风标致308试驾会”烟台站正式拉开了序幕。此次试驾会同样创新，打破常规单站试驾模式。从8月底到10月初，分别在长沙、成都、洛阳、烟台4座城市进行试驾。烟台站的试驾，途径繁华的市区、高速公路、美丽的海景，全程51km，有颜、有料、有“驾值”体现在路上。新一代308搭载1.6THP、1.2THP、1.6CVVT三款发动机。全系标配STT，让该车的油耗和动力表现同样出色。新一代308的1.6THP车型百公里油耗低至6.1L，1.2THP车型百公里油耗低至5.1L，1.6L车型百公里油耗低至5.9L。

致青春 领潮流

试驾北京现代悦纳

Verna是北京现代最为年轻的车型品牌。Verna品牌下的全新车型，悦纳已经在细分市场中成为时尚人群的购车首选。9月底，笔者参加了北京现代悦纳烟台试驾活动，亲身体验了北京现代Verna品牌全新精品C级车的产品魅力。无论是城市柏油路面，还是海风侵蚀的坑洼路况，悦纳都展现出了出色的底盘调校功力，令驾乘更加舒适。基于悬挂系统主销后倾的作用，悦纳的路面操控回馈感受更加出色。匹配精准的转向系统，悦纳可以带来“指哪打哪”的精准操控体验，转向过程与方向盘回馈时机、力度都恰如其分，尽显驾控乐趣。

全新菱智M5和风行F600

联袂上市

近日，全新菱智M5与风行F600全国联袂上市，并陆续在东莞、南京、西安等多地国庆车展上举行上市发布活动。“新一代商务实用派”全新菱智M5提供1.6L与2.0L两种动力选择，共计4款车型，售价为7.19万—9.89万元。“新一代中级商务车”风行F600搭载1.5T和2.0L动力，共计10款车型，售价为9.99万—12.29万元。全新菱智M5，在整车品质上实现了全新升级，将打造为7万—10万元MPV细分市场的精品车型。它的上市，将和菱智3系共同完善菱智的产品布局，强化了产品竞争力，成为东风风行又一款品牌、销量双赢的主力车型。风行F600面向的消费人群，是80后新商务人群中的新锐派，也是改变传统商务、跟随新商机的进取者。

医药电商发力抢滩市场

百洋商城一站式服务受推崇

以往，消费者旅行前购买常用药品费时费力。相比传统购药方式，使用互联网购药的用户“足不出户”就可以快速查询相关药品的信息，方便比对。近日，在医药电商领域一路快跑的百洋商城更是推出了预约送药服务，消费者只需在网上轻轻点击，即可敲定送药时间，出行成本大大降低，购药更加贴心、快捷。对送药时间有特殊要求的用户，还可选择预约送药功能，物流将会在合适的时间送药上门，让消费者感受更贴心、便捷的服务。提前准备旅行事宜、合理储备常用药可以避免意外情况发生后的手忙脚乱。作为“一站式”服务的电商平台，百洋商城可以一次性满足消费者对多种商品的购物需求。无论是成人预防登山爬高时刮伤碰伤的消炎止血喷雾，还是宝宝旅途需要使用的纸尿裤，都可以在百洋商城一键购买。

(苑国威)

山师附小学生

走入泉娃水厂参观

10月23日，济南市山师附小2015级六班的同学们来到济南市泉娃水厂参观。水厂工作人员向同学们讲解了自来水消毒、沉淀、过滤等各个生产环节。

同学们穿上脚套，在水厂工作人员的带领下进入制水生产车间实地参观了水桶清洗、消毒、灌装等全自动生产线，让孩子们真正了解自来水的生产流程。同学们对每一步工序、每一种仪器都充满了好奇，同时还饶有兴趣地向工作人员提问。活动不仅让同学们了解到饮用水是如何生产出来的，还增强了他们“水来之不易、爱护环境”的意识，培养了他们“节约用水”的良好习惯。

■链接

有声阅读四大特点

◎内容类型“长尾化”

迎合互联网时代用户对海量、多样、娱乐内容的需求，有声阅读内容丰富，其内容类型已脱离传统广播的有声小说、评书等音频节目，基于消费群体的巨量，内容类型长尾化特征显著：涵盖经管人文、少儿教育、相声评书、文艺情感、搞笑段子以及更加细化、个性化的内容。

◎内容制作“网络化”

除广播电台、电视台等传统音频录制、剪辑方式外，有声阅读遵循新媒体传播规律，在内容制作上推陈出新，采用播客征集、用户意见征集等模式让用户参与到内容制作中。将播客与粉丝直接连接，以满足粉丝与偶像常态互动和零距离接触的需求。

◎内容演播“多样化”

有声阅读内容生产的UGC模式，决定了内容演播风格的去广播化，呈现时尚、清新、口语化等演播特征。PGC模式，由专业有声内容制作团队，负责编采、录制、后期合成到成品层层审核各环节，制作专业的有声作品。

◎收听场景“碎片化”

有声阅读聚拢了大量消费者和庞大市场。上下班出行、休闲闲读、驾车等特定场景的娱乐需求促使有声阅读成为“碎片化”时间的占领者之一。我们不仅建立了自纠自查机制，在扬州建立大型内容审核基地，通过技术审核和人工审核相结合的方式，将平台内发生盗版问题的可能性降到最低，同时与阅文集团等合作各方成

(据《中国消费者报》)