

# 从“担心卖不出去”到“愁没有人手摘”

## 广东茂名荔枝种植户有了新烦恼

新华社广州6月28日电(记者车晓蕙、吴涛)火热6月,正是广东茂名荔枝销售火热的时候。临近中午,结束采摘的茂名市大井镇桃坑村村民龙彪扛着一筐筐刚摘下来的荔枝从地里往回走,已种植荔枝快30年的龙彪每年都会担心,不过担心的内容变了。

“从前担心果卖不出去,如今情况不一样了,摘下来都能卖,就愁没有足够的人手摘。”龙彪说。

龙彪种了300多棵荔枝树,今年预计能收三四万斤荔枝。现在已卖了一万多斤,即使后期价格再降一点,预计能收入10万元左右。他告诉记者,以前卖荔枝,要几户人家合在一起,凑满一货车,自己送到东莞等城市去卖,“求着人买,困难得很。”而且好的差的混一起,一服股一个价钱。卖不了就烂在地里。

生鲜农产品电商的发展,让收购点设到了农民家门口,荔枝分级收购,优质优价。

21日,在大井镇桃坑村的一个荔枝收购点,不断有果农用摩托车、背篓送荔枝来。现场的荔枝先称重,再经过工人的筛选、剪枝后装箱。贴上地址条,满一车就立即运走。

这是做电商的林勃今年设立的第四个荔枝收购点。他说,收购点都是随着荔枝产区走,设在最方便的地方。现在质量好的每

斤3.5元,走电商鲜果;质量差一点的每斤2元,用来加工做干果。

荔枝味鲜美却难贮藏。茂名市水果局局长叶颖邦说,荔枝上市期只有短短40天,销售压力很大。茂名是全国最大的荔枝生产基地,有荔枝约140万亩,今年总产量预计超过60万吨。这些年茂名市大力发展电商,扩大了销路和市场,并推动荔枝价格走高,实现果业增效、果农增收。茂名3600多家电商销售的荔枝鲜果比重已提高到全市的10%。

专业物流提高了时效。在顺丰速运设在茂名市的一个处理中心,巨大的显示屏上显示,顺丰速运的“大当家”平台,从今年5月20日到6月21日,已发送72761件荔枝快递,其中有31%在24小时送达,67%在24到48小时内送达。

科技的升级,使荔枝销售的渠道越来越广阔。加工基地设在茂名电白的泽丰园农产品有限公司总经理林波说,公司采用的最新荔枝出口冷处理保鲜技术,使荔枝最长的保鲜期达到35天。近年来,鲜果出口已从附近的东南亚国家,扩大到美国、澳大利亚、荷兰等国家。

叶颖邦说,营销渠道拓宽的同时,茂名也在进行供给侧结构性改革。一是调整优化品种结构。将面积过大的荔枝中熟品

种“黑叶”和“白腊”,改造为早熟品种“妃子笑”和迟熟优质品种“桂味”,减轻集中上市的销售压力。早熟和迟熟优质品种荔枝比重已从原来的20%增加到40%。二是推进标准化生产。茂名已建成现代水果示范区50个,标准化示范园12个。此外,加强农民技能培训提高果农种植管理水平,并做好生产服务,为果农提供虫期预报等信息。

高州市沙田镇桃栏村有8000多亩荔枝,原来大部分都是品质较差的“黑叶”,村里经过考察引入了肉厚核小的广西“鸡嘴荔”来示范和推广种植。

桃栏村村委委员潘振瑞介绍,如今全村已有6000多亩“鸡嘴荔”,产量比“黑叶”高三分之一,价格更是高出四五倍,成为当地名品。今年全村产荔枝400多万斤,吸引外来的采购商在村子周围设了20多个收购点,“品种好,价钱好,不够卖”。

因气候原因,今年广东、海南和广西三个地方的荔枝都是丰产,且同时上市,一些地方出现了荔枝滞销现象。叶颖邦说,得益于多方措施,今年茂名的荔枝基本可以顺利销售,并且实现优果优价。茂名也有四五毛钱一斤的荔枝,但那基本上都是缺乏管理品质差的果子。

# 共享经济加速渗透,深度改变你我生活

## 数据显示,未来5年,我国共享经济有望保持年均30%以上的高速增长

新华社北京6月28日电(记者张辛欣、席敏)大到住房、汽车、办公室,小到衣服、玩具、充电宝,只有想不到的,没有租不到的——租,作为一种生活方式渐成流行;租,看似小事却做成了大产业。

近期,新华社推出“新华调查·新租客”组稿,播发的《心有多大,衣橱就有多大——共享租衣兴起加速拓展美丽经济》《居住的时光是自己的——新的租房“打开方式”,了解一下?》《租辆共享汽车,共享新经济新生活》等稿件,从不同的侧面揭示出共享经济的发展趋势。

国家信息中心数据显示,预计未来5年,我国共享经济有望保持年均30%以上的高速增长。今天,你“租”了吗?明天,租还将改变哪些产业,如何改变我们的生活?记者进行了调查。

### 租,渐成生活新方式

带孩子去朝阳公园乐高小镇租借玩具,是北京白领赵宇周末的“必选动作”。在他看来,每天花十几元就能共享百余种玩具,既满足了孩子的要求,又省钱、不占地,再划算不过了。“孩子是‘乐高粉’,我是‘租赁粉’。”赵宇拥有多个平台的租赁卡,还尝试将闲置的玩具共享给别人。

继租房、租车之后,雨伞、充电宝、健身器材等生活中的小物也加入了租赁大军。共享衣橱为女性带来多变的造型,长租公寓让居住的体验更加美好,共享汽车让驾驶成为时尚……越来越多的人开始拥有并喜欢上了“租客”的身份,租,也由解决从无到有,向提高生活品质转型。

共享充电宝刚推出的时候,很多人质疑它的前景,认为在几乎人人都有产品上做共享,不会产生什么商机。然而短短几年,共享充电宝不仅走进了咖啡馆、电影院、火车站……还嵌入了出行工具,更实现了异地归还,成为人们不用装进兜里的需求。街电董事长陈欧说,目前其用户超过6000万。

蚂蚁金服芝麻信用副总经理李从杉认为,共享经济崛起,既顺应了消费升级大趋势,又彰显了环保理念,前景广阔。

有数据显示,2017年我国参与共享经济活动的人数超7亿人。



“租”出生活新方式 新华社发 徐骏 作

数字背后是理念的深入和价值的认同。国务院发展研究中心研究员朱有为说,随着共享经济向全方位延伸,不求所有但求所用的生活态度将随之普及。

### 租,造就产业新生态

市场中任何点滴的变化,都将带来产业端的深刻变革。共享经济也不例外。租,让产业间、环节间的“朋友圈”越来越大,逐渐延伸出新的经济形态。

从“环环相扣”到“领域串联”,产业界线逐渐模糊,“蛋糕”越做越大。

以租衣为例,共享租衣平台与设计师、工厂、供应商协同制造,不仅创新设计,更培育诸多品牌,一些平台目前已集合过百个设计师品牌。

“除了要念好‘渠道经’,更要发挥生态圈作用。”租衣平台衣二三创始人刘梦媛说,衣二三甚至干起了“洗衣活”,和福奈特合作共建智能洗护工厂。

共享经济时代,市场似乎总有着“不按常理”的出牌。

### 租,构建社会新秩序

租,改变了生产生活,也必将加速构建起行业标准和秩序,推动社会管理体系完善。

首先是信用。共享经济需要构建互信互惠的商业环境。信用免押等模式的介入为共享经济打开了新的空间。以共享单车为例,蚂蚁金服数据显示,两年多来,蚂蚁金服累计为近50个城市4800万用户减免押金超过98亿元。

朱有为认为,信用商业的培养是个长期过程,要通过完善和推广大数据信用体系,加快政府部门服务信用体系、企业经营诚信体系、个人信用使用和管理体系融合,加速信用意识和环境形成。

数据也可“巧”做文章。专家认为,随着租赁范围的拓展,大量行为参数数据由此形成,这些数据精准提取分析应用,将产生出更多的“溢出效应”,加速智慧城市构建。

山东省宏观经济研究院院长刘冰认为,共享经济为社会治理、公共服务、产业发展、创业创新等方面带来了前所未有的改变,为实现资源的最优化配置提供新平台,是城市发展的新动能、新模式、新增长点。

共享经济蓬勃发展的同时,也暴露出风险和隐患,安全是其中之一。专家认为,应建立与之相适应的安全保障体系,加强关键信息基础设施、个人信息等安全保护,增强数据安全预警和溯源能力。

“只有真正做到发展共同推进、安全共同维护、治理共同参与、标准共同遵守,人们才能畅享共享红利。”360公司董事长周鸿祎说。

## 央行:

## 管好货币供给总闸门 保持流动性合理充裕

新华社北京6月28日电(记者吴雨、刘玉龙)中国人民银行28日对外表示,稳健的货币政策保持中性,要松紧适度,管好货币供给总闸门,保持流动性合理充裕。

日前,人民银行货币政策委员会2018年第二季度例会在北京召开,会议分析了国内外经济金融形势。会议认为,当前我国经济基本面良好,经济增长保持韧性,总供求总体平衡,增长动力加快转换。内需对经济的拉动不断上升,外贸依存度显著下降,应对外部冲击的能力增强。稳健中性的货币政策取得了较好成效,结构性去杠杆稳步推进,金融风险防控成效初显,金融对实体经济的支持力度较为稳固。国内经济金融领域的结构调整出现积极变化,但仍存在一些深层次问题和突出矛盾,国际经济金融形势更加错综复杂,面临一些严峻挑战和不确定性。

会议指出,要继续密切关注国际国内经济金融走势,加强形势研判和前瞻性预调微调。稳健的货币政策保持中性,要松紧适度,管好货币供给总闸门,保持流动性合理充裕,引导货币信贷及社会融资规模合理增长。继续深化金融体制改革,健全货币政策和宏观审慎政策双支柱调控框架,疏通货币政策传导渠道。按照深化供给侧结构性改革的要求,优化融资结构和信贷结构,提升金融服务实体经济能力。主动有序扩大金融对外开放,增强金融业发展活力和韧性。

人民银行表示,将继续坚持稳中求进工作总基调,综合运用多种货币政策工具,把握好结构性去杠杆的力度和节奏,促进经济平稳健康发展,稳定市场预期,打好防范化解金融风险攻坚战,守住不发生系统性金融风险的底线。

## 广东发行“全国交通一卡通”

新华社广州6月28日电(记者田建川)记者从广东省交通运输厅获悉,28日,广东在省内启动全国交通一卡通自主发卡工作。“一卡在手,通行全国”的便利生活离人们越来越近。

本次发行的广东省全国交通一卡通票卡采用了“部省双标融合”技术,兼容全国交通一卡通标准和岭南通标准。此卡不仅可以在广东省内使用,还能在省外已开通全国交通一卡通的城市使用。

从外观上看,广东省全国交通一卡通的卡身上除了原有的“岭南通”标识外,还多了一个“交通联合”标志。广东省交通运输厅介绍,已完成全国交通一卡通应用改造的终端可同时接受全国交通一卡通卡和岭南通卡刷卡支付,现有的岭南通持卡用户,如不需要出省使用的,无需换卡或重新买卡。

广东省交通运输厅介绍,推进全国交通一卡通工作是贯彻落实《国务院关于加强城市优先发展公共交通的指导意见》的重要举措。目前,全国已有北京、天津、石家庄等210个城市初步实现交通一卡通。

## 老王尝到“脆李甜”



▲6月26日,王恩海在自家果园展示刚采摘的脆李。

今年63岁的王恩海是重庆市巫山县曲尺乡发村村民,曾经生活贫困。2012年,巫山县开始大面积推广脆李种植,免费提供优良种苗和有机肥,并派专人上门进行技术指导,王恩海将自家荒山和田地种上脆李,开始将脆李种植作为脱贫致富的抓手。

种植脆李让王恩海家的日子一天天好起来,今年6月初,他家搬进了自建的新楼房。目前,作为村里的脆李种植技术员,老王正积极向村民们传授种植和管理脆李的技巧。

截至目前,全县脆李种植面积达22万亩,共有7000多户贫困户通过种植脆李脱贫。

新华社记者王全超摄

# 一顿饭钱换百万医疗保障?小心被忽悠

## “百万医疗险”成“网红”,高保额华而不实,宣传与销售过程带有明显误导性

新华社北京6月28日电(记者谭谏晓、王淑娟)“一顿饭钱换百万医疗保障。”听起来是不是很动心?近年来,一种俗称“百万医疗险”的保险产品,以低保费、高保额等作为营销手段,迅速蹿红网络,受到消费者的青睐。仅今年一季度,互联网健康险保单件数就达4.89亿件,同比增长41.4倍。这种看上去像天上掉馅饼的事,靠谱吗?热销背后是否有“套路”?会不会暗藏风险?记者进行了调查。

### “百万医疗险”网上热卖,低保费、高保额成标配

2016年,“百万医疗险”诞生。这种一年买一次的短期健康险,网络投保方便快捷,用几百元钱的保费撬动几百万元保额,一经推出便大受市场欢迎。

“最高600万保额,突破医保限制,癌症无免赔,保住院、特殊门诊、进口药报销。”在某家保险公司的官网上,一款“百万医疗险”打出了这样的广告语。

目前,“百万医疗险”保额的标配通常是:一般医疗保险金100万元以上,癌症医疗保险金100万元以上。理赔范围的标配是:不限社保范围、不限就医原因、不限治疗手段。在服务方面,大多数产品都提供“绿色通道”服务、住院费用垫付、知名专家门诊预约等。

这么诱人的保险承诺,需要多少保费呢?记者对某家公司最新推出的产品进行测算发现,对于有社保的人,30岁时投保需要约300元,40岁时投保约400元,50岁时投保约900元,60岁时投保约1400元。

“保费低、保额高,切中老百姓‘看病贵’的痛点。”南开大学金融学院教授朱铭来说,“百万医疗险”成为“网红”产品,是因为老百姓对医疗健康越来越重视,希望在社保基础上有更高的医疗保障需求。

随着保费规模不断扩大,市场甚至出现恶性竞争的苗头。你有600万元保额,我就有800万元保额,有的公司甚至推出了高达1000万元保额的医疗险。

### 高保额华而不实,承诺续到“99岁”也是噱头

记者了解到,由于多数“百万医疗险”规定必须进入公立医院就医,且赔偿是发生在一年内的医疗费用。因此,发生百万元、千万元医疗费用的概率并不高。

朱铭来说,从实际医疗情况来看,得了大病,一年看病不会花费1000万元。从目前理赔情况看,超过百万元的理赔案例极为罕见,保险公司给出的这种高保额没有现实价值,只是一种营销噱头。

当前“百万医疗险”还存在设计不合理的地方,多数产品设置了1万元免赔额,一般私立医院和公立医院中的特需不予报销,实际医保报销后,个人自付部分再扣除1万元免赔额,如果是小病的话,实际上理赔金额并不大。如果属于大病,治疗则是长期的过程,但到了第二年该病种成为既往症,保险公司对既往症通常不保。这就造成了年轻人容易投保但出险率低、而老年人想买却买不了的问题。

记者调查发现,除了华而不实的保额,销售过程中的误导情况也比较常见,尤其以“承诺续保”混淆“保证续保”居多。

比如,上海一家健康险公司推出的医疗保险产品这样介绍:“百万保障231元起,自费药进口药全报销,续保可至99岁。”“直到99岁,相当于终身保障。”这种宣传带有明显的误导性,连续续保并不是保证续保,一旦产品停售,便无法续保。而且随着消费者年龄增加,费率升高,保费也会水涨船高。

在多家保险公司担任过总精算师,现任全民云科技有

限公司总裁的姜道永表示,目前市面上所有的“百万医疗险”都不是真正意义上的保证续保产品。保证续保是指保险公司必须无条件地给被保险人续保,条款不变,费率不变。

### 监管要“长牙齿”,保护消费者权益

一位保险公司高管表示,“做保险的,最要不得的就是忽悠,特别是那些利用专业优势来忽悠的。因为销售误导,保险行业形象一直不太好,监管是时候出手,管管那些只会忽悠、打擦边球的人了。”

针对乱象,今年5月银保监会启动了人身保险产品专项检查清理,重点之一就是严查以营销为噱头、开发“奇葩”产品的行为,重点检查清理各公司产品开发设计严重缺乏经验数据基础,随意约定保险责任、保险金额,追求营销效果等。

同时,银保监会首次公布了人身保险产品开发设计负面清单,明确指出费用补偿型医疗保险不得追求营销噱头,在严重缺乏经验数据、定价基础的情况下,盲目设定高额给付限额,并在短期健康险中引入“终身给付限额”“连续投保”等长期保险概念,夸大产品功能,扰乱市场秩序。

“一些保险公司习惯了在设计条款时打‘马虎眼’,玩文字游戏来忽悠消费者。”朱铭来说,监管要真正长上“牙齿”,通过加大处罚力度给行业有力震慑。

银保监会有关部门负责人表示,短期健康险是不含有保证续保条款的,消费者在投保此类产品时,应仔细阅读保险合同关于保障期限和续保条款等内容,确认保险期间,了解产品属性,根据自身的保障需求选择购买相适应的健康保险产品。