

流动人口二孩可在现居地登记

国家卫计委表示,流动人口在现居地生育数量会大涨;流动人口婚育证明将电子化

党的十八届五中全会提出全面实施一对夫妇可生育两个孩子的政策。11月11日,国家卫计委流动人口司司长王谦在例行新闻发布会上表示,流动人口生育第二个孩子可以在现居住地登记。

全面二孩 二孩无需审批 居住地可登记

数据显示,我国流动人口子女在现居住地出生的比例不断上升。与2010年相比,2013年流动人口子女在现居住地出生的比例上升了23个百分点,达到58%。

全面二孩政策实施后,流动人口可否在现居住地办理二孩生育登记?国家卫计委流动人口司司长王谦表示,第二个孩子按照原来的政策要求回到户籍地去审批,近期宣布追加30亿元资金,帮助更多商户有充足的资金备货。截至“双11”当天,前后共有超过30万家淘宝天猫商户成功拿到网商银行的“双11”专属贷款。同时,网商银行还推出贷款团购首期免息等优惠措施,减轻淘宝天猫商户的资金压力,对信誉良好的商户进行临时提额,加大对他们的资金支持。

生育服务 流动人口婚育证明将电子化

去年,王谦曾表示,2014年7月,国家卫计委已在天津、上海等11个省份推行流动人口电子婚育证明试点工作,并计划在2015年全面推进这项试点工作。记者了解到,截至11月底,我国29个省份将推行流动人口婚育证明电子化。

王谦介绍,今年7月全国流动人口婚育证明电子化查询平台正式上线应用,预计到11月底会达到29个省份。该平台启用以来,全国跨省查询量86万人,浙江等12个省市已经取消了纸质婚育证明。

他表示,现在已经把原来用于一孩登记的有关工作程序扩展到二孩,比如手续不全要通过承诺制来做,现在需要做的就是把这些程序告诉基层,指导基层加强流入地和户籍地的信息沟通,把网上办工作进一步往前推进,因此预计全面两孩政策实施后,流动人口在现居住地生育数量会大幅上升。

王谦说,流动人口是全部人口的一部分,对于流动人口相关管理和提供服务从整个工作安排,要落实好,让流动人口更方便。

个省份 该平台启用以来,全国跨省查询量86万人,浙江等12个省市已经取消了纸质婚育证明。

他表示,这项改革目的就是要借助信息化手段实现流动人口婚育证明信息的互联互通,改变过去流动人口外出需要事先获得纸质证明的模式,这样为流动人口在异地获得计划生育服务提供很大方便,减少了群众的麻烦。

(据11月12日《羊城晚报》)

微波炉一转 当心鸡蛋变“炸蛋”

板栗、葡萄、鸡蛋加热易爆炸

近日,先后两则“使用微波炉加热鸡蛋炸伤眼睛”的新闻引发热议,根据媒体此前报道,湖北的80后奶爸朱先生将鸡蛋放入盛满水的塑料碗中,放进微波炉加热。加热过程中微波炉中已有“砰砰”的炸裂声,两分钟后,朱先生打开微波炉,鸡蛋彻底爆炸,炸裂物飞得到处都是。因为朱先生正脸面对微波炉,双眼感到一阵阵灼烧感,经诊断,朱先生双眼睑和眼球都被炸裂,双目失明。

另一起事件发生在苏州,一女子用微波炉加热鸡蛋,当她取出一个鸡蛋打算剥壳时,鸡蛋突然炸开,导致眼部受伤。经检查,她左眼角膜上皮受到损伤,经过休养后有望康复。

一直以来,对于微波炉的各种传言不断,由其引发的危害和事故也不绝于耳,这两则消息一出,更是引发大家对如何安全使用微波炉的关注。

关于微波炉的N种传言真相

解读专家: 中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅、副教授范志红

容器篇

塑料袋、塑料盒
朱毅介绍,塑料制品中的塑化剂等有毒物质,经过长时间加热会迁移出来,污染食物。同时,不仅微波炉不要使用塑料制品,其他烹饪方式也不宜使用。塑化剂等有毒物质进入人体,会导致其暴露在雌激素环境下,干扰体内分泌。

纸张

范志红称,理论上,纸不能进行加热。因为微波炉主要用来加热由极性分子构成的物质,如果加热纸这类极性分子不是很多的东西,微波炉加热升温过快,有可能导致起火。

金属容器

朱毅介绍,铁饭盒等金属容器,在微波炉中加热时会与电火花并反射微波,损坏微波炉。

食物篇

鸡蛋
鸡蛋内部加热膨胀,蛋壳却阻挡了气体的释放,会出现爆炸。

辣椒

范志红称,辣椒表面有一层辣椒皮,加热后,内部升温会崩开辣椒皮,导致四溅会刺激双眼。不过,在日常生活中利用微波炉加热辣椒的情况并不常见。

板栗、葡萄

朱毅介绍,板栗带有外皮,加热会导致其内部密闭空间压力过大,

小贴士

尽量使用陶瓷及玻璃器皿
朱毅认为,把握好盛放器皿、加热食材、加热时间及温度等因素,便能够正确使用微波炉加热食品。对于盛放器皿,她认为应尽量选择陶瓷和玻璃,或者标注“可微波加热”的塑料制品。

加热饭菜“宁可不足不要过度”
朱毅表示,用微波炉加热食品,应把握“宁可不足不要过度”的原则。她说,宁可加热时间不够,进行反复加热,也不要加热时间过长,导致产生有害物质。常温饭菜用中火或者大火加热1分钟至2分钟,冰箱保鲜后的饭菜可用中火加热稍长时间,煮饭的时候,可选择用中火加热8分钟~10分钟,最后利用余热焖10分钟。针对不同食品类型的具体加热时间和温度,可以参照微波炉的使用说明。

(据11月12日《新京报》)

“双11”每秒最高交易8.59万笔 天猫“双11”交易额达912亿元

912.17亿元,2015年天猫“双11”全球狂欢节的最终销售额尘埃落定,去年的交易额是571亿元。在短短的半天时间里,200多家银行与蚂蚁金服旗下的支付宝共同支撑了高达8.59万笔/秒的支付洪峰;京东白条35分钟交易额突破1亿元;招行半天线上线下交易额就超过124亿元,比去年同期增长一倍……“双11”全民狂欢的热情让全世界都感到震惊。在消费者奋力秒杀、大呼过瘾的时候,也许很少有人知道,每一笔交易能快速达成,都得益于支付机构和银行系统的强大支持。



北京时间11月11日22时30分,美国纽约证券交易所(NYSE)在水立方为2015天猫“双11”全球狂欢节举行远程开市敲钟仪式。纽约和北京、纽交所和水立方,同时响起开市的钟声,这也是纽交所首次为一家中国的互联网企业举行远程敲钟仪式。阿里巴巴集团董事局主席马云、阿里巴巴集团CEO张勇以及纽交所总裁Tom Farley出席了敲钟仪式。

2015“双11”前5名

- **购买力最强省(直辖市)前五名:** 广东、浙江、江苏、上海、北京
- **购买力最强县前五名:** 江苏昆山、浙江义乌、浙江慈溪、江苏江阴、江苏常熟
- **购买力最强“土豪村”前五名:** 江苏大丰草庙镇圩东村、山东省日照市陵阳镇大寺村、吉林省敦化市青沟子乡老屯村、重庆市奉节县朱衣镇胡家社区、浙江省杭州市桐庐县瑶琳镇永安村
- **手机品牌销售额前五名:** 华为、苹果、小米、魅族、OPPO
- **手机单品销售额前五名:** 华为(荣耀畅玩5X)、iPhone 6S、小米(红米Note2)、魅族(魅蓝metal)、iPhone 6S Plus
- **汽车品牌销售排行榜前五名:** 凯迪拉克、别克、奥迪、东风悦达起亚、上海大众
- **海淘进口量最大国前五名:** 美国、日本、韩国、德国、澳大利亚

11月11日,记者从蚂蚁金服、京东金融、快钱、招商银行等多家机构了解到,这个“双11”,他们成功经受了业务量剧增的考验,用先进的技术和金融手段保障消费者能尽情购物。从“双11”的实践来看,金融云、互联网支付、消费金融、互联网保险等“互联网+”时代的新金融业态,正在有力推动新经济的发展。

支付宝支撑8.59万笔/秒支付洪峰

据蚂蚁金服旗下品牌支付宝的数据显示,今年“双11”期间,支付峰值达到8.59万笔/秒。借着每年“双11”的挑战,蚂蚁金服联合银行合作伙伴成功打造了全球处理能力最强的支付平台。

蚂蚁金服首席技术官程立透露,为了迎接今年的天猫“双11”,与支付宝合作的200多家银行,提前5个月就开始支付容量评估与升级,并进行了93轮470次的压力测试,以确保整个系统能够稳定支撑“双11”的支付洪峰,达到8.59万笔/秒的同时,系统还保有一定的余量。

每次压力测试,为了避免对用户正常使用造成影响,时间通常都会选择在夜晚、凌晨或节假日。



挑灯夜战 新华社发 程硕 作

日。这让参与压力测试的各家银行的技术团队经常加班加点地支持。程立表示,正是银行的大力投入与配合,帮助了支付宝平台实现处理能力每年翻一倍,为“双11”的顺畅体验提供了最为强有力的支撑。

蚂蚁花呗成秒杀神器 至少促进3亿元消费

“双11”零时整,消费者王小姐第一时间抢着早已准备好的购物车买单,当时她感觉惯用的支付宝银行卡支付有些不畅,情急之下改用花呗,竟然闪电般迅速搞定。王小姐直呼:“花呗真是秒杀神器!”

据蚂蚁金服介绍,和余额宝一样,蚂蚁花呗避开了银行间的交易链路,在“双11”这种交易洪流中,可以最大限度避免发生支付拥堵。开场的第一分钟,蚂蚁花呗的成功支付达到52万笔,支付成功率达到100%。“当时长出了一口气,现场一片欢呼,既紧张又

兴奋的。”在“作战室”现场支持的运营人员蒋珂说,蚂蚁花呗第一次参与“双11”,面对超过8万笔/秒的瞬时支付并发量,系统稳定是一个巨大的挑战。为此,蚂蚁花呗团队之前联合支付宝与天猫,投入超过200人的团队,不断调高预估瞬时并发量。直到11月10日晚上11点多,他们还在进行压力测试,做各种预案演练,以保证端口不会挂掉。在“双11”当天,蚂蚁花呗团队特别抽调了70多人的专项保障团队,涵盖产品、技术、运营等多个部门,严阵以待。

针对“双11”免息分期优惠,蚂蚁花呗联合天猫放出近100万款免息分期商品,涵盖家电、数码、珠宝、美妆、旅行、家居、车品等10多个类目,分别支持3期、6期、9期三档免息分期。这是“双11”史上规模最大的一次免息分期大促。结合蚂蚁花呗“确认收货后,下月还”的特点,用户最长可以超过一年还,且没有任何手续费。

蚂蚁花呗的奇兵横出,也显示出消费金融对消费潜力的巨大拉动。据蚂蚁花呗运营负责人陈怀晨粗略估算,蚂蚁花呗帮助整体支付成功率提升了2至3个百分点。每一个百分点的提升,意味着至少可以促进1.3亿元的消费。

而且,“双11”给商品供给方提供便利。毕竟打折不打折,商家说了算,所以购物节给商家提供了一个无成本的权力(option)。其次,购物节的促销本来就是一种广告展示,在这一天商家可以名正言顺地赔钱卖吆喝,不用经过广告商分成,这就是为什么很多楼盘还放在“双

11”的主角,他们热衷于各类钱包支付,安装各式各样的钱包APP。不少商家都在移动支付上大做文章,来自快钱的数据显示,“双11”移动端的交易增长势头迅猛再度刷新纪录,峰值增长超5倍。

网商银行90亿元大促助力30万天猫商家

为了备战今年的“双11”,网商银行也加大了对天猫商家的信贷支持力度。据网商银行副行长赵卫星介绍,早在9月中旬,网商银行就推出60亿元的淘宝天猫“双11”大促授信,并全面降低了贷款利率。这受到很多天猫卖家的热捧,在不到一个月的时间内就把授信额度全部申领完毕。网商银行随即在10月份紧急宣布追加30亿元资金,帮助更多商户有充足的资金备货。截至“双11”当天,前后共有超过30万家淘宝天猫商户成功拿到网商银行的“双11”专属贷款。同时,网商银行还推出贷款团购首期免息等优惠措施,减轻淘宝天猫商户的资金压力,对信誉良好的商户进行临时提额,加大对他们的资金支持。

“双11”京东白条交易额35分钟破亿

同为“先消费后付款”的信用支付产品京东白条也在“双11”的狂欢中大建奇功。11月11日,京东商城迎来“双11”开门红,35分钟实现京东白条交易额突破一亿,超过去年“双11”全天京东白条交易额。京东白条在京东商城购物全场24期免息分期,更叠加优惠券等多种方式回馈消费者。

从目前的交易数据来看,消费者最爱打白条的5个商品品类依次为:手机、平板电脑、相机、奢侈品、笔记本电脑。单从手机来看,京东商城每卖2.5部手机就有1部是打白条的,每卖4台笔记本电脑就有1台是打白条的。截至11月11日下午4点,京东白条在京东商城交易额的占比同比增长500%,平均客单价超过800元,分期客单价超1500元,充分体现了京东白条提升消费能力、促进消费经济的作用。

“双11”移动交易激增 快钱峰值增长超5倍

“双11”顺利跨越七年之痒,而今年各大互联网金融平台更是纷纷加入战局。据透露,综合互联网金融企业快钱公司,“双11”当天再度创下移动端交易规模新纪录,峰值增长超5倍。

快钱有关人士介绍,80后、90后的年轻一族已然成为今年

空前的交易规模不仅仅是全民狂欢的投影,更是一场银行系统的大比武。2015年11月11日凌晨,深圳招行信息研发大厦同样灯火通明,运行、开发及相关厂商工程师被要求24小时现场值班。工程师们奋战这么多天,如此通宵达旦加班加点,就是为了保证招行客户能在“双11”这一天顺利买买买。

昨天下午,从招行传来的消息显示,凌晨交易高峰,招行网上消费业务交易峰值达到1737笔/秒,较去年增长了115%。其中信用卡交易峰值达到1033笔/秒,比2014年同期增长120%;一卡通交易峰值达到666笔/秒,比2014年同期增长95%。

招行有关负责人表示,作为银行,招行在“双11”要解决的问题是防止堵车,让客户在各种“秒杀”“爆款”中抢得先机,于是扩容修路是必不可少的。招行信息技术部早在9月份就已召开了“双11”应对准备工作会议,部分设备升级更是早在今年2月份就已经着手。为了准备今年的“双11”,相关部门采取了包括扩容升级服务器、提高宽带带宽等措施。

(据11月12日《北京青年报》)

■ 热点评论

“双11”是如何被制造出来的

□ 栗施路

刺激群体消费恰恰是激活经济的手段,“购物节”的意义与消费者事后想“剁手”相反,从经济贡献角度来看,这是市场的手更加有力的证明。

“双11”最该打折的是谁?答案是自己的手。虽然是在消费心理学上,消费冲动与群体效应会导致人一时认不清自己的真正需求,这也就是造出“双11”节日的目的所在。

营造节日来刺激消费,有些人说这是我国电商业的伟大发明,其实这种购物节在西方早已盛行,其中12月16日节礼日(Boxing Day)与“双11”最为接近。由于教会在这一天会将募集

款项捐给穷人,随后因为紧跟圣诞的原因,商家会在这一天赠送打折券和清空一年的库存,慢慢变成了购物日。

这一促销办法在日本的商店也总能看到,日本商店促销时经常会打出“激安”和“限时贱售”等标语。“激安”就是特别便宜的意思,利用打折的标语来吸引客户,让本来不想买的顾客也来看看,不经意间将商店的货品展示变成了宣传性质的广告展车付款,根本不让你有比较价格的时间。

那么,既然购物节早在实体店就存在,为何“双11”的造节效应能够如此成功呢?从买方来看,制造购物节的

影响手段,实际上是利用了国人的从众心理。如果说潜在的“双11”买家多组成一个正态分布,那么有20%左右本没有购物意向的人是抱着这样的想法去从众的。而且,经常网购的人占“双11”买家的60%~80%。这些买家只是调整了自己购物需求的时间点,把前几个月和后几个月的购物需求转化成了“双11”当天的购物行为。而从卖方来看,这些人是在给“双11”刷新数据(天猫交易额12分28秒破百亿元)和营造氛围的主流。利用已有客户的庞大群体为“双11”造势,然后再激发这个客户群体本身和潜在消费人群,这就是平台造购物节概念与以往购物节不同的高明之处。

当然,“购物节”的意义与消

费者事后想“剁手”相反,从经济贡献角度来看,这是市场的手更加有力的证明。首先,刺激群体消费恰恰是激活经济的手段,只要商品和资本在不断流动,就可以基本确保经济的健康。况且,我国的储蓄率本来就高,消费观念相对于西方发达国家过于保守,导致GDP的消费构成占比总上不来,所以购物节的确实有助于GDP结构的调整。

而且,“双11”给商品供给方提供便利。毕竟打折不打折,商家说了算,所以购物节给商家提供了一个无成本的权力(option)。其次,购物节的促销本来就是一种广告展示,在这一天商家可以名正言顺地赔钱卖吆喝,不用经过广告商分成,这就是为什么很多楼盘还放在“双

11”上卖。没看过房子谁敢去网购房子呢?但是网购的时候看到了房子低价的网络标语说定就会去真实的楼盘看看。

“购物节”效应还能够带动周边的一系列产业。未就业的大学生、农民工与社会闲散人员的就业一直是难题,有可能直接威胁到经济社会的良好运行。电商平台是在烧投资人的钱,那么我们也不妨能够理解为,有钱人利用投资电商在为社会创造就业并且做出了经济贡献。(作者系美国特许金融分析师协会会员)(据11月12日《新京报》)