

微博淘宝版面世

阿里新浪联手推进社交电商

互联网企业“跨界”引爆客厅大战

四川长虹百亿角逐家庭互联网

两大阵营争夺“第四块屏”

在消费者对高清晰度和大屏的需求日益高涨之下，电视被普遍视为一个不可忽视的阵地，由此也引发了不少互联网企业“跨界”，采取各种方式介入到智能电视市场。

7月23日，阿里巴巴集团正式发布阿里智能TV操作系统，并联手华数传媒推出搭载该系统的第一代盒子产品。据了解，阿里TV操作系统将打通电视、机顶盒、手机等各个与消费者生活息息相关的终端，并接入电子商务、互联网支付等核心功能，为用户提供全新的智能生活方式。阿里巴巴声称，他们还与互联网电视播控平

台、盒子厂商、电视厂商、芯片商等同成立智能TV生态联盟。首批加入该联盟的企业包括，华数传媒、华为海思、思科、创维、海尔、长虹、康佳、Mstar(晨星)、Amlogic(晶晨)、全志等。这俨然有“一统天下”之意，但随后创维、长虹等电视厂商均否认加入这一联盟。

而在此前，乐视网造“超级电视”、谷歌推出电视棒、英特尔酝酿电视和视频服务，以及苹果明年可能推出苹果电视等，处处都透露出“杀机”——家电企业在面对自身产品革新以及成本上升、竞争加剧的同时，还得提防这些“外来者”的夹击。

目前互联网企业在电脑、手机、平板等均已布局，而且竞争激

烈，但在电视屏领域才刚刚开始”。王珺说，电视屏在视频、游戏等方面的娱乐功能远超其他屏幕，一旦电视能重新夺回用户的注意力，其市场前景极其广阔，但目前该领域并未充分开发，在此背景下，互联网企业才通过各种形式介入。

他们进入电视领域其实更多是想抢占一个路口”，8月1日，四川长虹技术中心基础技术研究所所长展华益告诉中国证券报记者，增加电视这个入口，就能扩大互联网企业的流量，进而扩大销售。

这一说法得到了业内人士的认可。一位家电业人士说，阿里巴巴的做法，俨然是让电视生产商成为其硬件提供商，这显然触及到了电视厂商的利益。事实上，不少电视厂商早就在完善整个电视的生态系统，从最底层的硬件、到软件再到终端的应用以及电视与其他家电的协同等，从产业链的角度在布局。因此，互联网企业的联盟似乎有些一厢情愿。

重金布局 家庭互联网”

我们认为，电视业发展的趋势依旧是回归电视本质，就是家庭互联网，而非纯粹模仿手机、模仿移动终端。”长虹技术中心基础研究所所长展华益表示，事实已经证明，将移动互联网的技术、商业模式和生态建设直接移植到电视上是行不通的，基于提升用户体验的家庭互联网是未来大势所趋。

但业界对家庭互联网这一新生事物认识不一。一些互联网企业认为，多屏互动即构成了家庭互联网。但展华益表示，家庭互联网是立足家庭这个体验环境，从以人为核心需求出发，重新定义电视等智能终端的功能和商业模式，产生一套全新的理念和技术架构。长虹副

总经理巫英坚认为，家庭互联网一定是一个开放的平台，是整合硬件、软件、网络三种生态，集成桌面计算、移动计算、家庭计算的信息环境。需要吸引硬件厂家、软件第三方开发力量、广大消费者来共同打造。同时，家庭互联网必须是一个可管理的平台，使得参与者都能够通过这个平台获取利益，同时它又是一个创新的空间，存在大量的新商业模式和创新机遇，要建立与此配套的孵化环境。此外，家庭互联网应该淡化品牌，使得非长虹制造的家用电器也能够在此网络上享受独特的用户体验。

说到底，家庭互联网的核心是从以产品为中心转向以用户为中心”。展华益说，目前四川长虹所做的家庭互联网基于电视音视频本质和大屏趋势，立足家庭体验环境，从人的核心需求出发，重新定义电视等智能终端的功能和商业模式，从而产生一套全新的理念和技术架构。

据中国证券报记者了解，从2004年至今，四川长虹在包括家庭互联网方面的技术创新研发投入已经超过100亿元。目前，在底层的硬件领域，公司自主研发出多种智能芯片，在软件领域，研发出了全球首创的超级语音浏览器，逐步形成了“芯片+软件”竞争力的“智能基因”成熟技术。更为重要的是，作为智能战略的关键技术架构，四川长虹独创的“家庭互联网操作系统”使得各智能终端与互联网之间建立一个集成个人网关，实现连接、交互、协同，以涵盖各类电视、空调、冰箱、手机等终端的统一架构，实现连接协议、关系数据、服务的统一。

四川长虹有关负责人透露，公司智能电视、智能空调、智能冰箱等全套互联、互通、互控的产品预计将于今年四季度上市。

政策组合拳持续发力

矿山生态修复万亿市场规模待掘

政策组合拳发力

我国各种类型矿区的土地环境破坏问题一直以来都十分突出。据中国土地矿产法律事务中心处长刘燕萍介绍，保守估计，目前全国1500个各类矿区开发占用和损毁的土地面积多达200万公顷(300亿平方米)，并且每年仍以3.3万到4.7万公顷的速度递增。而在土地复垦完成方面，我国目前矿区土地复垦率只有15%，远低于国际上50%—70%的平均矿地复垦率水平，更低于欧美国家超过80%以上的数字。全国土地复垦的现实十分严峻。刘燕萍表示，200万公顷属于矿山开发占用的耕地面积达60万公顷。目前国家大力提倡生态文明建设，特别是强调加大耕地保护力度，恢复矿山占用和被破坏的耕地面积迫在眉睫。

2011年2月，国务院颁布实施《土地复垦条例》，成为推进矿山土地复垦的纲领性文件。随着《土地复垦条例实施办法》的制定，未来矿山土地复垦的主要目标将着眼于实现受损土地恢复为耕地及其他生态化用地，而非以往的简单覆盖植被。这一高要求的前提，被业界普遍解读为未来矿区土地复垦将进入生态修复阶段。

事实上，环保部今年以来也在开始围绕矿山生态修复酝酿制定相关政策。据环保部人士介绍，此番其印发的《矿山生态环境保护与恢复治理技术规范》便是其中的首要政策文件。该技术规范提出，将根据矿山生态环境保护 and 生态治理的重点任务，划定矿山生态保护和恢复治理分区，采用新技术和新工艺提高生态保护和修复治理水平。

中期亏损4500万 两涉热门概念

南风化工否认参股维信诺

AMOLED显示器，采用薄膜封装技术，攻克了柔性基板衬底贴合和剥离、柔性薄膜高精度图形化、柔性屏体薄膜封装等诸多技术难点。报道中称，南风化工参股昆山维信诺，昆山维信诺成立于2001年，南风化工就是其当时创始的四大股东之一。或是受到这一消息的影响，8月1日，南风化工股价涨停，收于5.26元/股。

对于昆山维信诺是否研制出柔性显示器，南风化工未予以回应。南风化工8月1日封住涨停板。公司8月2日公告，否认参股该公司。

否认参股维信诺

近日有媒体报道称，维信诺(昆山)显示技术有限公司成功研制出中国大陆首款单色柔性

AMOLED显示器，采用薄膜封装技术，攻克了柔性基板衬底贴合和剥离、柔性薄膜高精度图形化、柔性屏体薄膜封装等诸多技术难点。报道中称，南风化工参股昆山维信诺，昆山维信诺成立于2001年，南风化工就是其当时创始的四大股东之一。或是受到这一消息的影响，8月1日，南风化工股价涨停，收于5.26元/股。

对于昆山维信诺是否研制出柔性显示器，南风化工未予以回应。南风化工8月1日封住涨停板。公司8月2日公告，否认参股该公司。

事实上，环保部今年以来也在开始围绕矿山生态修复酝酿制定相关政策。据环保部人士介绍，此番其印发的《矿山生态环境保护与恢复治理技术规范》便是其中的首要政策文件。该技术规范提出，将根据矿山生态环境保护 and 生态治理的重点任务，划定矿山生态保护和恢复治理分区，采用新技术和新工艺提高生态保护和修复治理水平。

2011年2月，国务院颁布实施《土地复垦条例》，成为推进矿山土地复垦的纲领性文件。随着《土地复垦条例实施办法》的制定，未来矿山土地复垦的主要目标将着眼于实现受损土地恢复为耕地及其他生态化用地，而非以往的简单覆盖植被。这一高要求的前提，被业界普遍解读为未来矿区土地复垦将进入生态修复阶段。

事实上，这是近来南风化工第二次发布澄清公告。7月26日，南风化工就纳米概念作出澄清。有媒体报道称，清华大学化工系教授魏飞与清华大学微纳力学中心副研究员张莹莹合作带领的团队成功研制出目前世界最长的单根碳纳米管。很多投资者咨询公司关于与清华大学合作开发碳

4502.48万元。对于亏损原因，公司表示，由于下游需求不振，化工产品销售价格同比下降，毛利率下降，压缩了盈利空间。

此前澄清涉纳米概念

实际上，这是近来南风化工第二次发布澄清公告。7月26日，南风化工就纳米概念作出澄清。有媒体报道称，清华大学化工系教授魏飞与清华大学微纳力学中心副研究员张莹莹合作带领的团队成功研制出目前世界最长的单根碳纳米管。很多投资者咨询公司关于与清华大学合作开发碳

纳米管的相关事宜。

对此，南风化工表示，公司2001年与清华大学化学工程系联合成立了“清华—南风纳米粉体产业化工程中心”，根据双方约定，协议已到期。清华大学在纳米粉体产业上的成果已与公司无关。在协议期内，公司无技术成果收益。

据了解，碳纳米管直径只有头发丝的十万分之一，导电率是铜的1万倍，强度是钢的100倍，但是重量只有钢的1/7，可以用于作超级电容、超大规模集成电路、各种复合材料和平板显示器等。

□本报记者 王荣

阿里巴巴入股新浪微博三个月后，双方首次对外披露阶段性进展。微博淘宝版上线。根据合作内容，新浪微博与淘宝将账号互通，两公司的数据也将交换。

账号互动是前奏，淘宝卖家可在新浪微博淘宝版直接发布商品，并通过后台进行商品管理及商情监控。未来数据交换之后，微博用户或接到更有针对性的广告推广。

就在市场盛传，腾讯封杀一批微信营销账号，阿里巴巴将屏蔽微信淘宝客类营销应用数据接口时，阿里巴巴与新浪微博的此轮合作更显深意。

账号互通挖掘数据

根据合作细节，新浪和淘宝账户绑定后，微博用户可直接登录淘宝平台完成交易、支付等；而淘宝卖家的旺铺后台嵌入微博体系，卖家可以在淘宝后台直接向新浪微博发布商品、微博。此外还可实现商情监控、转化率分析、影响力分析等多个功能。

目前来看，微博淘宝版更像是针对淘宝卖家的服务。在卖家发布商品之后，将显示商铺名称、商品图片、商品价格等。微博用户可点击直接跳转到淘宝页面购买。

按照计划，微博淘宝版将在8月5日正式上线，然后分批开放给商户使用。目前新浪微博淘宝版主要基于PC平台，而移动版还在开发当中。

新浪相关负责人表示，账号互通后将形成规模数亿的超级账号体系，微博可低成本吸纳一些热衷电商的新用户；随着合作的深入，百万甚至千万级别的卖家沉淀下来的微博用户消费数据及消费兴趣，将助力新浪微博的大数据挖掘，分析用户潜在的消费动机，让社交电商更为精准和智能化。

就在7月31日，有消息称，阿里巴巴将屏蔽微信淘宝客类营销

应用数据接口。此次阿里与新浪微博迈出实质合作步伐显得意味深长。据悉，在微信推出淘宝链接后，直接调用用户手机支付宝付款，避开了“拍下-支付-收货-确认付款”环节，这意味着，如果微信购物成为一种习惯将威胁阿里巴巴的地位。

目前，尽管新浪已经获得支付牌照，但新浪微博淘宝版的支付环节仍然需要跳转到淘宝页面实现，并没有形成独立支付闭环。这也意味着，阿里对于新浪微博为电商导流的底线仍然停留在支付环节。

平衡用户体验

关于此次合作所涉及的具体交易分成，阿里与新浪双方均未披露。

4月9日，阿里巴巴以5.86亿美元购入新浪微博18%的股份，此举被视为阿里在寻找移动入口，推动社交电商化。对于新浪微博而言则是商业化的开始。

新浪微博的商业化一直是关注的焦点。2012年新浪微博全年营收为6600万美元，相关支出为9300万美元，其中77%依赖广告，23%来自游戏以及增值服务。

此次新浪与淘宝合作，部分人士担心用户会受到更多淘宝卖家的骚扰，从而降低用户体验。出于商业化的需要，目前新浪微博在移动端通常会强推一些广告，对于这些广告，部分人士认为这或许会造成微博用户的流失。

新浪相关负责人对此表示，淘宝卖家加入微博之后，会利用更好的功能向用户推广，新浪微博不会强推，同时，未来一旦实施数据交换和挖掘，双方可以向用户精准推广，从而提升用户体验。

目前，新浪微博有来自旗下5亿多用户的社交数据，而且与天猫、淘宝网的用户重合度高达40%。天猫、淘宝网的用户数量均为5亿。这意味着有2亿用户既是新浪微博用户，又是天猫、淘宝网会员。

■记者观察

公积金管理和运营模式亟待完善

□本报记者 姚轩杰

近日，多地住房公积金余额吃紧，出现住房公积金缓贷、断贷现象。为缓解公积金运行压力，各地政府不得不采取提高公积金缴存上限、降低贷款上限的措施，甚至推出公积金“公转商”贴息贷款方式。但这些手段只是“非常时期”的过渡性举措，公积金存量压力较大背后的存贷比例机制不完善、公积金增值渠道缺乏，以及“多数人缴纳、少数人享受”的“负福利”效应突出等问题，更值得重视。

在楼市调控逐步运用市场化手段的新时期，满足公众首套房自住需求是第一要务，完善公积金制度，改变“负福利”现状亟待相关职能部门解决。

自“国五条”实施以来，全国多个城市楼市成交量大幅攀升，带动住房贷款和公积金贷款快速增长。最近一段时间，上海、杭州、南京、温州等地公积金普遍吃紧，不得不用贴息的方式来缓解。7月30日，北京的国管公积金已传出启动贴息政策。国家机关住房资金管理中心在其一层办公大厅，设立了专门的办公桌，桌面上摆着“公积金转商贷款”字样的指示。

所谓贴息，是指公积金贷款转成商业贷款，即购房者申请公积金贷款时先与银行签订商业贷款合同，因商业贷款利率要比公积金利率高出两个百分点，公积金中心对购房者补贴利息差额。

由于公积金来源渠道单一、缴纳数量相对稳定，而近年来购房需求不断增长，收集额增速却赶不上贷款增速，多数一二线城市公积金中心的“贷存比”早在2011年就超过了70%，处于非正常状态。

今年以来，严格的限购仍然难以抑制市场反弹，前期购房需求集中释放，上半年多地房地产市场成交量价齐升。急剧

膨胀的购房需求导致今年以来个人购房贷款快速增长。央行数据显示，上半年金融机构新增房地产类贷款1.3万亿元，几乎相当于去年全年贷款总和。其中，个人购房贷款9.07万亿元，约占整个涉房类新增贷款的70%之多。

并且，受流动性不足影响，商业银行更愿意将紧张的余额放给利率更高的个人经营性贷款或者效益不错的企业，利率市场化也促使商业银行急于拓展高利率业务。多家银行反而进一步上调了首套房贷款利率，更多的购房者被“挤出”至公积金贷款。

因此，在公积金“贷存比”早已不平衡的基础之上，购房需求又集中释放，多地公积金贷款达历史最高水平，出现资金短缺的情况也在意料之中。根据目前的情况，公积金普遍无钱可贷的局面将至少延续到明年。

具有“强制性、互助性、保障性”特点的住房公积金政策如今只剩“强制性”了，其存在的意义受到挑战，也更加凸显了住房公积金的制度缺陷与运行不合理。

一方面，住房公积金在很多地方只能用于买房，但房价高企，住房公积金对于连首付都困难的低收入人群来说形同虚设，这就变异为一个“劫贫济富”的政策。而公积金利率低于CPI也让强制储存的公积金面临贬值的质疑。另一方面，公积金贷款的发放存在杠杆效应，而公积金政策贷存机制不完善，缺少风险管控，导致余额透支。

因此，完善公积金制度是相关职能部门亟待思考和解决的事情。最重要的是改变目前“多数人缴纳、少数人享受”的“负福利”效应，应向中低收入者倾斜。此外，要拓展公积金保值增值渠道，需根据形势发展要求对条例进行修订，改进住房公积金的管理和投资运营模式。

□本报记者 李香才