

时隔 4 个月 CPI 重回 “1 时代”

展望下半年，业内人士认为我国物价将仍维持在温和上涨水平，但下半年国际大宗商品大幅上行或将逐步传导至居民消费价格领域，连续降雨等灾害天气也可能导致食品价格季节性上涨

国家统计局 10 日发布数据，6 月份 CPI 同比上涨 1.9%，时隔 4 个月 after 重回 “1 时代”。受猪肉价格涨幅渐缓和菜价先扬后抑影响，上半年我国 CPI 上涨 2.1%且呈现前高后低走势。专家预计，下半年我国物价仍将保持温和上行态势，为宏观调控留有充足空间。



食品非食品价格涨跌互现，影响 6 月 CPI 重回 “1 时代”

食品中肉菜价格“此消彼长”，食品价格与非食品价格涨跌互现，综合作用下，使得 6 月份 CPI 同比上涨 1.9%，涨幅较前一个月缩小 0.1 个百分点，时隔 4 个月 after 重回 “1 时代”。

猪肉价格仍然是推动 CPI 上涨的主要因素。从同比看，猪肉价格上涨 30.1%，影响

CPI 上涨约 0.71 个百分点；从环比看，猪肉价格上涨 1.1%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

不过，记者从上海、山东等地了解到，猪肉价格的涨幅较前月已有所缩小。根据上海市农产品中心批发市场数据，今年 6 月份猪肉批发均价首次环比下降，为每公斤

24.83 元。

卓创资讯生猪行业分析师刘丽介绍，随着前期生猪集中出栏，屠宰企业顺势压价，加上天气变热消费趋淡，猪肉价格进入调整期。

而鲜菜、鲜果价格环比明显走低，从环比来看，鲜菜、鲜果价格分别下降 12.5%及 2.5%，影响 CPI 下

降 0.29 个百分点及 0.04 个百分点。

此外，国家统计局城市司高级统计师余秋梅介绍，6 月份非食品价格环比上涨 0.2%，影响 CPI 环比上涨 0.16 个百分点。暑期临近，出行人次增加，飞机票、旅游价格环比分别上涨 3.8%和 2.1%；另外，西药、中药和医疗服务价格环比分别上涨 0.8%、0.5%和 0.3%。

上半年CPI上涨 2.1%，食品价格是拉动主力

统计显示，上半年我国 CPI 上涨 2.1%，食品价格在其中扮演着“主力军”的角色。

受到前几年价格低迷的影响，猪肉价格在今年上半年延续“报复性”反弹走势，上半年价格同比上涨 28.2%。在猪肉价格的影响下，上半年 CPI

涨幅较去年下半年明显扩大：1 月份 CPI 同比上涨 1.8%，尽管是今年上半年低点，但较去年四季度涨幅明显扩大；而自今年 2 月份起，CPI 同比涨幅连续 3 个月为 2.3%，这也是上半年物价最大同比涨幅。

在季节性因素影响下，鲜

菜价格在今年春节前后出现明显上涨，尤其在今年 2 月份，菜价环比涨幅创下 2008 年 3 月以来月度最高涨幅，带动当月 CPI 环比上涨 1.6%，这一涨幅成为上半年 CPI 环比最大涨幅。随着鲜菜价格回稳，3 月份起 CPI 环比由升转降。

另一方面，非食品价格中，服务类、文化旅游类、中西药等价格呈现上行趋势。

在上海财经大学经济学院院长田国强看来，中西药、医疗服务、旅游等价格的上涨，显示出中国居民消费已经呈现出一度程度的结构性变化，随着生活水平的不断提高，

中国居民越来越注重生活质量的改善。

上海市经济学会副会长、上海海关学院副院长长春晖评价，从中长期的视角，中国经济仍能保持中高速增长。中国的“大国经济”具有“韧性”及“惯性”，尤其是消费已经成为推动经济增长的重要引擎。

灾害或致未来食品价格波动,大宗商品上涨将传导至消费价格领域

展望下半年，业内人士认为我国物价将仍维持在温和上涨水平，但下半年国际大宗商品大幅上行或将逐步传导至居民消费价格领域，连续降雨等灾害天气也可能导致食品价格季节性上涨。

交通银行首席经济学家连平认为，由于我国货币政策总体稳健，下半年货币流动性进一步推高 CPI 的作用有限。

从具体商品价格趋势来看，上海财经大学发布的中国宏观经济形势分析与预测年中报告（2016）预计，今年下半年猪肉价格上涨的空间有限。同时，考虑到 2015 年下半年逐渐上升的价格的基数效应，预计 2016 年下半年猪肉对 CPI 的影响相对于前 5 个月有所下降。

不过，业内人士认为，近

期国际大宗商品大幅上行，将影响国内工业上游的资源能源等输入端价格回升，推动工业领域价格上行，并在未来逐步传导至居民消费价格领域。

专家同时提醒，随着夏季临近，多地受到连续降雨及洪涝灾害影响，这可能会使得食品价格尤其是鲜菜价格季节性上涨，在推动 CPI 涨幅季节性扩大的同时，影响消费者的

心理。应及时做好价格监测预警，保障与老百姓生活紧密相关的肉鱼蛋菜价格供应，平抑物价季节性波动。

专家分析认为，温和通胀将为我过宏观调控留有充足空间。上海交通大学教授钱军认为，前期稳健货币政策及积极财政政策效果正在持续显现。未来我国应继续维持稳健的货币政策，货币工具应注重定向、有效；同时，

我国亦应继续采取积极的财政政策，包括结构性减税、减费政策，更好地帮助企业降成本。

干春晖建议，一方面，不断满足我国居民日益增长的物质文化需求，推动相关产业升级；另一方面，补齐与居民生活密切相关的基础设施“短板”，从供需两端挖掘中国经济增长的潜力。

（新华社上海 7 月 10 日电）

女汉子馒头创业 3 年销售额超千万

把一头漂亮的卷发塞进卫生帽里，28 岁的周欣穿上工作服立刻像个馒头“老专家”，“这个是面发酵时间长了”，“这个蒸的火候欠点”……眼前一排新研发出的新品造型馒头，她看上一眼就能“诊断”出毛病。5 年前，她放弃了在广播电台当主播的机会，打造起自己的馒头王国——从有机蔬菜中提取精华制成健康又漂亮的创意馒头，不到 3 年，年销售额就超千万元。她预计，未来两年，新建的工厂年产值将过亿。

“我觉得这个方向是对的，就没想过会输，反正年轻嘛！”说起当初辞职创业，眼前这个身材高挑、皮肤白皙的女孩儿，眼神里透出超出同龄人的坚定和成熟。

“周老板”大学毕业办馒头公司

高中就开始住校生活的周欣，一直是父母眼里“主意挺正”的孩子：自己选的寄宿高中，自己选的天津师范大学播音专业，又自己放弃稳定的工作机会去创业。

“当初我爸为这差点跟我动菜刀。”周欣撇了撇嘴。父亲当时并不知道，上大学时，女儿就是同学们口中的“周老

板”了。

当别的大学同学还是每天两点一线地往返于教室和宿舍时，“周老板”已经开了 4 家属于自己的饰品连锁店，遍及天津几所高校。

为什么叫连锁店呢？“当初我就有打造自己品牌的想法，从南方进货来的所有产品，都贴上我自己设计的品牌标签，4 家店都是我自己统一做的宣传海报。”她笑着说，创去租金和雇人的钱，上大学时她一个月就能挣两三万元。

大学学费、生活费，“周老板”全都是自己赚来的，不仅如此，她还攒下不少钱。

快毕业那年，学播音的周欣顺理成章地到天津人民广播电台经济广播实习。其间一个偶然的机会，她结识了一家农副产品中心经理。通过这个经理她了解到，有机蔬菜在销售环节一直有个瓶颈：因其保鲜条件要求高、价格偏贵，容易造成囤积浪费。周欣是个有心人，她的脑子飞快地转起来，如果把这些销售不完的有机蔬菜榨成汁，用蔬菜汁加工各种颜色的创意馒头，营养又好

看，还减少了浪费。

那段时间，她一有空就到各大超市的面点柜台前跟大妈们聊天，了解市场需求；去天

津科技大学向专家请教，了解有机蔬菜制作蒸食的营养知识和技术要求。

“当时市场上还没有南瓜馒头、西红柿馒头之类的创意蒸食，我把想法一说，大家都觉得很新鲜。”周欣做完市场调研后，觉得这个创意挺新，能干！

用大学时当老板挣的一些积蓄，她又说服一个朋友把买房用的 100 万元借给她。2009 年年底，她注册了自己的公司，成了“卖馒头的周老板”。

“女汉子”亲手研制独家秘方

创业除了勇气，还要付出常人难以想象的辛苦。周欣笑着说：“我是男孩子性格，就是传说中的女汉子。”

最初的一段时间，她真的是“一个人在战斗”。起初她什么资源都没有，就找了几家传统面点制作工厂“外包”生产，自己一边盯着研制新配方，一边到处找销售渠道。

批量的面食做好后，必须放在冷库里才能保鲜，“那大半年，我天天都得在冷库里待着，一边积极与各大电商平台合作，将线上销售和实体销售相结合，线上、线下双向发展。

“线上的目标客户是 20~35 岁的吃货，因此产品必须符合现代销售的理念。”周欣组建了一支研发团队，要求每 15 天必须有产品迭代更新。她说，这在传统面点行业是很不容易做到的，因为“所有模具都要重新做”。

坚持产品创新，让周欣的“创意馒头”打出了品牌知名度，现在每天线上销售就有 1000 多单，每天销售额 4~5 万元，占到全部营业额 80%左右。

日前，她正计划在新工厂里建一个“美食工坊”作为高校众创空间，既作为企业研发的产学研基地，又为在校大学生提供创业就业的机会。她说，现在大学生创业挺难的，“没有平台、没有资金、没有场地”，这些都是她自己当初创业遇到的难题。

周欣始终记得，当初自己借钱注册公司时，一没钱、二没经验。先是天津市妇联，给她免费提供了公司注册场地。随后，为了建专卖店让品牌获得更多认可，她又找到了团天津市委，获得了天津市青年创业就业基金会给她的 6 万元无息贷款。

（据新华网）

找对了团购这条销售渠道，周欣的创意馒头一亮相就火了。第一年周欣亲自参与设计的五谷蒸食和蔬菜蒸食等 8 个产品正式投产上市；2010 年春节销售额就逾 100 万元；到 2011 年时达到 400 万元，2012 年年末，销售额突破 1000 万元，年均涨幅超 200%。

但周欣并不满足，2013 年全国整个团购行业都大幅下滑的时候，她咬了咬牙，押上自己的全部身家又贷了款，投资近 1000 万元又建了新厂。“很多人都问我是不是脑子进水了！”周欣却坚持，必须要让产业升级。

如今，周欣不再是一个人，她身边已经集结了一批跟她年龄相仿的年轻团队。可她更忙了，每天早出晚归，一边坚守在生产一线“死盯”产品质量；一边想尽办法拓宽销售渠道。

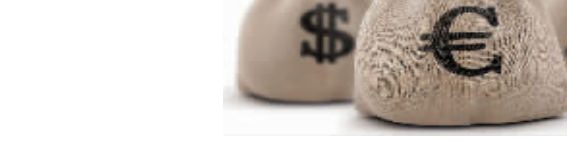
要将绿色事业传承下去

肥肥的蓝胖子、粉嫩的 Hello Kitty、呆萌的大白……如今周欣打造的“蒸食”在网上吸引了不少年轻“吃货”的喜悦。

2013 年，团购市场受到重创，周欣“赔了几百万”。这也让她下定决心调整营销模式，一边稳步推进下游常态自有网站建设，一边积极与各大电商平台合作，将线上销售和实体销售相结合，线上、线下双向发展。

消费金融企业探索小额现金产品

从定向到开放



里、京东等巨头均加快了在消费金融领域的布局，并推出自己的消费信贷产品。这些巨头迅速建立了优势，但巨大的市场潜力，让越来越多的企业涉足其中。

杨宇智透露，“给你花”独立 APP 今年 3 月上线以来，注册用户已经超过 100 万人。从年龄来看，目前注册用户主要集中在 18~30 岁，其中职场新人已成为绝对主力。从业务特点来看，当前平台的主要借款区间集中在 3000~4000 元，每个用户平均每期的还款金额在 800 元以内。

杨宇智表示，除了依托于大数据分析和风控决策引擎，严格控制额度也是降低授信风险的有效手段。从已有的运营数据来看，现金分期的不良率要低于产品分期。

（据新华网）

在锁定数码、旅游和消费等具体产品或者是消费场景的分期付款产品日趋饱和的情况下，消费金融的从业者开始尝试脱离“定向”的消费目标，探索根据大数据和风控模型，直接给消费者提供小额现金供其开放式消费。

“产品分期业务的天花板开始显现”，在 99 分期 CEO 杨宇看来，目前，产品分期特别是作为主力的 3c 数码类产品分期的市场需求已开始出现萎缩趋势，用户群体的数量以及目标用户的需求量呈现出双重下降。

杨宇智指出，另一方面，新兴人群基于互联网的消费信贷市场正在快速崛起，并成为互联网金融的新“风口”，其中一个明显的趋势是现金分期走上台面。

值得注意的是，近年来，伴随着官方放开消费金融试点，阿

