## 23个省份土地财政依赖度排名出炉

# 浙江2/3政府债务需要靠卖地来偿还

**本报讯** 据人民网消息，近20年来，随着中国房地产业的兴起和发展，中国城市建设、地方政府资金、城市周边农村经济发展等方面，获得了快速发展和极大改善。这其中的直接贡献便是土地财政。土地财政成为地方政府新的和重要的财政收入来源。从2014年1月23日起，各省、自治区、直辖市的审计厅(局)陆续公布了各省份政府性债务审计结果，这是全国省级审计部门第一次集中对外公布地方债。该数值反映了土地财政在地方债中的比重，也反映了地方政府对土地财政依赖度。根据公开审计报告及其相关数据，《中国经济周刊》、中国经济研究院联合研究并发布"我国23个省份'土地财政依赖度'排名报告"。《报告》显示，从土地财政依赖度，即"土地偿债在政府负有偿还责任债务中占比"来看，排名依次为浙江、天津、福建、海南、重庆、北京(估算)、江西、上海、湖北、四川、辽宁、广西、山东、江苏、安徽、黑龙江、湖南、广东、陕西、吉林、甘肃、河北、山西。

《报告》显示，23个省份中，浙江省以66.27%排名第一；天津排名第二，64.56%。换句话说，浙江、天津两地政府负有偿还责任的债务，都有2/3的份额要靠卖地来偿还。占比最小的三个省份，分别是甘肃(22.4%)、河北(22.13%)、山西(20.67%)。这意味着，即使对土地偿债依赖度较小的省份中，也至少有1/5的债务要靠卖土地来偿还。

### 今日速览

## 兰州国税局举办"自行车税收文化展"

**本报讯(记者王钊)**曾几何时，作为重要交通工具的自行车也要缴税，随着汽车的逐渐普及，昔日作为财富象征的自行车已演变成普通交通工具，用税收杠杆调节社会财富的意义逐渐弱化，自行车牌照税(车船使用牌照税)也渐渐成为历史。今年4月是第23个全国税收宣传月，兰州市国税局举办了全国首个自行车税收文化展，从4月10日至30日在兰州市国税局一楼大厅向市民展出一系列自行车文化及车船税收方面的"古董文物"，包括各个年代及城市的自行车牌照、税讫、自行车车船使用税贴花证等。

## 华硕强势进军智能手机市场

### ZenFone系列799元震撼发布

萧敬腾出席华硕ZenFone智能手机发布会。

**本报讯(记者刘静)**4月11日，内地智能手机市场引爆一颗极具震撼力的"炸弹"——华硕集团董事长施崇棠携集团CEO沈振来及有"雨神"之称的当红歌星萧敬腾在北京共同揭晓萦绕业界多日的悬念：华硕ZenFone系列及全新变形手机PadFone mini，以799元起的震撼价格强势进军主流智能手机市场。

华硕全新ZenFone智能手机系列产品，尺寸包含5英寸、6英寸规格，搭载英特尔·凌动处理器，独有超线程技术，性能媲美8核，英特尔公司全球副总裁兼中国区总裁杨叙表示："全新发布的ZenFone产品系列，融合了两家公司先进的技术实力与设计理念，是双方联手面向智能手机领域打造的一款智能终端精品。"华硕全新ZenFone智能手机配备IPS高清视网膜大屏，全贴合技术，1280×720分辨率，更清晰、更艳丽；采用第三代康宁·大猩猩·Gorilla强化玻璃，更抗冲击、更耐磨、更有防指纹涂层，无需贴膜，带来更顺畅触控体验。华硕智能手机独有4倍暗光增强技术，内建Pixel Master技术多种拍照模式，为手机拍照爱好者打造超强夜拍功能。同时产品均支持双卡双待，更方便用户使用，并具备时尚多彩外观，力求让每一位用户都能找到适合自己的个性选择。

华硕ZenFone系列与PadFone mini均内建华硕专属的全新用户操作界面"ZenUI"，简易的桌面图示与按钮设计，五款桌面背景可与机身色彩一致，营造个人手机专属风格。此外，ZenUI具有"What's Next"及"华硕小管家"功能，可以智能提醒使用者需要解决和即将到来的工作生活大小事，并让使用者智能追踪自己的活动轨迹。

# 苏宁"S-TV计划"曝光 家电供应链面临大变革

**苏宁自2013年初公布云商转型战略以来，在各个业务板块的一举一动均受到业内的广泛关注，因为苏宁代表了传统零售业在互联网时代的自我革新和O2O模式的变革方向。4月13日，苏宁首次对外公布了酝酿1年之久的"S-TV计划"，改变以往工厂主导，被动售卖的经营模式。近期首批基于"S-TV计划"的世界杯系列定制彩电将集中上市，而以往占据了主力库存的传统彩电型号将借势418和五一的两波大促进行大规模降价清仓。**

### 产品导向+用户导向 家电供应链迎颠覆性变革

买过彩电的人都知道，彩电品牌后面往往拖了一长串的数字和字母"尾巴"，比如"海信彩电LED42K30JD"，很多消费者其实并不明白这串代码到底代表了彩电的什么性能，能满足用户什么样的需求，因此购买商品时无从选择。而作为当下彩电的主力销售渠道，消费者这种疑问其实也困扰着苏宁的经营者。

据记者了解，当前人们的消费习惯已发生迅猛变化，消费者愈发精明，不仅更加明确自己的需求，对产品品质的要求也更加严格，单纯价格的优惠不足以打动消费者做出购买决策，而且随着80后、90后逐步成为主流消费群体，用户对产品功能背后的情感属性和族群标签也越来越看重。

面对这一新兴消费趋势，苏宁云商集团总裁金明表示，苏宁正在做这样一件事：通过大数据挖掘不同用户群体对产品的个性需求，持续性跟踪最新技术潮流和消费趋势，直接主导满足个性化市场需求的产品功能配置设计，反向向品牌厂商进行产品的个性化定制、规模化生产和集中性采购，打造用户快速建立认知度的明星单品，不再让用户找产品，而是通过产品来匹配用户。

### 变革转型思路"瓜熟蒂落" 催生"S-TV计划"

如今，金明介绍的供应链变革思维正在越来越彻底地体现在苏宁的采购经营模式上。继前期基于独有明星定制单品的"苏宁手机家族"发布，以及TCL么么哒、移动开放版金色HTC One M8等"家族成员"全面旺销后，苏宁将变革思路全面移植到传统家电最大的阵地——彩电品类上，顺势推出了"S-TV计划"。

苏宁黑电事业部总经理常江表示，传统电视形态正在改变，电视作为多媒体显示大屏的价值已经凸现。不同消费群体、不同使用环境对电视功能的需求都大不相同。常江告诉记者，现在有许多消费者希望自行省去部分彩电用不到或者不必要的功能，提高产品的性价比。因此，彩电的精准化数据采集、个性化定制、柔性化生产、品牌化营销的大幕正徐徐开启，苏宁的"S-TV计划"也孕育而生。

据记者了解，传统电视实现销售后除了质量问题带来售后维修，基本上不再和消费者发生业务联系，而苏宁"S-TV计划"则是卖出电视之后，与消费者进行深入的互动，为他们提供后续服务，并将苏宁之前布局的视频、游戏、本地生活、休闲娱乐等服务将通过"S-TV"精准地提供给不同需求的用户。这意味着，形成后期的长期交互和用户粘性后，单纯通过硬件售卖获取价值的营销模式也将随之改变。

"'S-TV计划'整个业务运作链条，将涵盖市场洞察、人群锁定、需求挖掘、技术匹配、订单招标、定制型号、柔性生产、用户预定、双线首发、用户反馈、内容服务、功能迭代等一系列闭环。"常江表示，后期苏宁销售的彩电将不再单纯向用户展示产品型号，而是形成别墅系列、宾馆系列、出租屋系列、白领系列、游戏系列、影院系列等不同特性的产品集群，赋予差异化的产品标签，便于用户选择。

### "S-TV计划"首批产品本月上市 418提前全国清仓

另外，据预计，今年巴西世界杯，彩电市场将再次爆发"世界杯效应"，我国彩电销售预计将超过4500多万台。基于此，苏宁"S-TV计划"首批系列产品就是专门针对世界杯球迷定制的。据了解，经过调研，苏宁发现观看世界杯的人群主要分为单身独赏族、上班点播族、低调静听族、扎堆狂欢族、商用围观族等五大类，而苏宁将根据这五大类群体的看球需求定制推出不同类型的彩电。

以单身独赏族为例，这部分人群以年轻男性为主，热衷游戏，喜欢宅，他们对彩电的要求是屏幕大、可上网、可游戏，对画面的响应速度和分辨率要求较高。苏宁近期将针对热衷游戏且喜宅的这部分人群推出先锋独狼款彩电。这是一款58英寸4K超高清电视，搭载极速6核处理器和锐图引擎，3840×2160超高清分辨率，自然3D，安装Android 4.2系统，内置智能游戏和在线影院，可以实现多屏互动、SRS环绕和多选择壁挂音效。此款先锋彩电观看距离在2米左右即可达到最佳观看效果，不仅可以在客厅享受身临其境的视听效果，在卧室同样可以享受最佳视听，现价仅售6969元。

此外，据了解，近期苏宁将陆续推出为世界杯赛事定制的更多彩电产品，给消费者呈上观看世界杯赛事的必备神器。针对前期没有涵盖入"S-TV计划"的产品库存，苏宁则将从4月17日起，联合主流彩电供应商开展418及五一大促活动，进行全面的爆款清仓促销。苏宁将联合某互联网知名品牌震撼推出32英寸蓝光LED，首破行业纪录预约仅售999元。多款39英寸全高清窄边LED跌破1600元，多款主流48英寸智能WIFI全高清LED跌破3000元，索尼55英寸3D互联网WIFI全高清LED只要9699元。

有分析人士指出，伴随互联网的发展，越来越多的消费者不愿被动观看电视，而是选择性地观看、点播，因此，如何更懂用户将成为彩电适销对路的关键，苏宁的"S-TV计划"凭借其在彩电供应链的资源优势，深度挖掘用户需求，直接为用户提供符合甚至超过其预期的家电产品，或将引领家电供应链的新变革。

本报记者 刘琼