

快的打車炮轟微信封殺

香港文匯報訊（記者 俞晝 杭州報道）快的打車24日公開聲明，騰訊(0700)微信「封殺」了快的打車的紅包分享活動，嚴重違反了《反壟斷法》中的相關規定，而騰訊方面則暗示「紅包分享」涉及誘導分享及惡意營銷，因此絕不姑息。

事實上，從今年年初的「請全國人民打車」，到下半年對商務租車的現金補貼戰，騰訊投資的滴滴打車和阿里巴巴投資的快的打車的紅包大戰不斷升級。除了拚價格，朋友圈紅包營銷顯然已經成為重要戰場。

無法分享紅包 指違反壟斷法

據快的打車聲明顯示，自11月21日起，大量用戶反饋無法在朋友圈中分享快的打車紅包。經證實，快的打車紅包分享功能確實已被騰訊封殺。與此同時，快的打車還指責，「同樣在微信分享打車紅包，騰訊旗下某款軟件可以暢通無阻」。

快的打車還表示，微信封殺快的打車紅包分享功能對市場的公平競爭環境和用戶的正當利益造成傷害，嚴重違反了《反壟斷法》中的相關規定，並呼籲騰訊履行開放的承諾，讓市場競爭回歸公平，同時表示不排除採取法律手段進行干涉。

騰訊回應：必打擊惡意營銷

對此，騰訊集團方面回應指，一直以來微信都非常注重用戶體驗，對涉及誘導分享以及惡意營銷的行為都會進行打擊，決不姑息，這是一項長期而持久的做法。這顯然暗示快的的做法屬於「誘導分享」。

在業界人士看來，雙方態度互不相讓的原因就是，社交平台對打車軟件的用戶黏性保持和提升起着舉足輕重的作用。擁有近4.8億日活躍用戶的微信不可小覷。快的紅包遭到微信屏蔽，自然對其用戶規模和活躍度產生了衝擊。

兩大網企近年競爭趨白熱化

內地最大兩家互聯網公司之間的對決正逐漸白熱化。自2013年8月，微信推出支付功能以來，阿里巴巴與騰訊已經在移動互聯網多個領域短兵相接。

2013年11月初，微信在「雙十一」前夕宣布屏蔽了所有帶有來往後綴的鏈



■快的打車聲明表示，微信「封殺」了快的打車的紅包分享活動。

接。2013年11月25日，阿里以保護用戶網購安全為由，宣布關閉從微信跳轉到淘寶商品和店鋪的通道，用戶不再能從微信的類似鏈接直接進行購買。

就在快的打車譴責騰訊封殺的同時，也有網友曝出支付寶在微信的分享鏈接遭到屏蔽，一則來自「萬達電影」支付寶錢包服務窗的文章被分享到微信後，用戶無

法打開鏈接，微信官方顯示的原因是「淘寶屏蔽了來自微信的瀏覽請求」。

騰訊公關部人士解釋，原因與一年前淘寶宣布屏蔽微信有關，但這一說法遭到螞蟥金服公關部人士的否認，稱淘寶和支付寶是兩碼事。騰訊和螞蟥金服相關人士對此展開激烈交鋒，對於開放和屏蔽的孰是孰非始終未能達成一致性意見。

平民國產手錶銷量急升

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）據上海鐘錶行業協會最近透露，隨着公款消費的持續收緊，國內市場上奢侈品牌手錶銷量持續遇冷，3萬元(人民幣，下同)以上高檔錶受影響最大，與之相反的是，2萬元以下的平民國產手錶銷量有增長趨勢。不過，國產手錶也存在一定發展局限，如缺乏文化基礎，機芯製造能力落後等，都是成為阻礙其發展的因素。

奢侈品牌洋錶銷量大幅下滑

據國內鐘錶商業企業管理委員會秘書長方平透露，自公款消費受限以來，手錶特別是奢侈品牌的手錶在華銷量大幅下滑。目前，9萬元以上的洋錶交易量普遍下滑；作為禮品消費的3萬元以上的手錶受公款消費收緊影響也較大。從最近的市場消費趨勢來看，平民表正在迅速走紅市場，特別是2萬元以下的自用手錶。如一些瑞士產的價格親民的中檔類手錶，同比銷售增長幅度超過40%。另外，一些國產的物美價廉的手錶也逐漸受到更多的歡迎，平均增幅達20%至30%。

國產機芯製造能力亟待提升

但就目前而言，國產錶也存在較大發展難題，現在國內有近300個手錶品牌，國產品牌只有約20個，市場佔有率還不足1成。另外，國產手錶的機芯製造能力落後，不比國外廠商，這也導致國產手錶並無百分百的中國機芯。此外，目前國內手錶文化基礎薄弱，對手錶的認可度具有從眾心態，只單一的以價格和品牌論手錶好壞。

越秀發債籌23億 年息6.1%

香港文匯報訊（記者 張易、古寧、李昌鴻）越秀地產(0123)昨公布，於24日向特定投資者定向發行23億港元15年期公司債券，年票息率為6.1%。所得款項淨額用作再融資若干債務及作為一般企業用途。

融資將為公司提供較低成本的大額發展資金，並進一步優化公司融資結構，拓寬融資管道，有力地支持公司未來發展。管理層表示，將繼續利用最合適融資方式提供低成本資金，以確保公司發展的資金安全和需求。同時，也將致力於提升資金使用效率，為股東創造更好回報。

今年上半年，公司實現融資86億元（人民幣，下同），當中60億元為再融資，令未來一年到期的借款佔總借貸比例由去年全年的35%降至約15%。

64.5億人幣奪廣州新地王

另外，越秀地產日前通過旗下全資公司柏盈國際以64.5億元底價拿下白雲區同和廣州紅雲塗料化工廠地塊，折合樓面地價為1.4萬元/平米。該地塊佔地面積約14.77萬平方米，總可建築面積(包括地下建築面積)約64.89萬平方米。該地塊也成為今年廣州新地王。

越秀地產管理層表示，是次購入廣州白雲同和地塊，是公司在立足廣州、拓展全國的戰略部署下，按照回歸一二線城市的拓展戰略導向，及時吸納的優質土地儲備。目前越秀地產在廣州的土地儲備達600萬平米，進一步鞏固廣州大本營的戰略地位。加上是次收購，該公司的總土地儲備約1,572萬平方米，按應佔權益計算土儲約為1,290萬平方米。

萬科首創商業地產O2M模式

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）房企龍頭萬科(2202)在轉型之路上又邁出重要一步，對於目前商業地產開發商所強調的O2O（online to offline）線上線下合作，上海萬科做了升級處理並正式宣布開啟商業地產O2M（offline to mobile）模式，據悉這也是內房企業首創的線下實體店與移動互聯網結合的商業新模式。

上海萬科負責人接受本報採訪時表示，萬科做商業不僅有政策利好和客戶需求兩大支撐，更是利用互聯網思維指導商業地產，在社區商業發展上打造一個完美的生態閉環。

實體店與移動互聯網結合

上海萬科在近日召開的「集生活」上海萬科商業招商發布會上稱，萬科商業將通過雲服務中心，開啟萬科式商業地產O2M模式，即線下實體店與移動互聯網結合，主要還

是以offline to mobile的渠道營銷為主，線下實體店負責顧客體驗，移動手機端做好顧客服務。

實現一個平台三維管理模式

上海萬科助理總經理葉挺坦言，雖然上海目前已有眾多開發商躋身商業項目，但對萬科而言更像一種「倒逼」式樣競爭機制，首選在商業項目選址上就有着嚴苛的要求，不僅要求周邊有成熟社區，還必選2條軌道交通交匯之處。

葉挺還透露，預計到2015年，萬科在上海有10萬住戶基礎，如此數字也讓公司更關注於居民們的生活需求。此外，葉挺表示，萬科商業所研發針對用戶信息打造出O2M模式的雲服務中心，利用聯動商戶，綁定消費者，實現一個平台三維管理的模式，使消費者與商戶之間得到管理平衡的智慧型平台。



■責任編輯：胡可強 版面設計：譚向陽

■大運新城新貌。

在龍城，推開窗戶欣賞生態文明風景畫

深圳市龍崗區龍城街道，提出打造「文明型街道」目標，通過近三年努力，市容環境煥然一新，市容環境考核連續9個季度蟬聯原特區外街道第一。龍城街道以優美生態環境和文明生態形象，向世界展開龍城的優美畫卷。



■龍城綠蔭道。

水清岸綠：流動的綠道

香港文匯報訊（記者 羅珍 特約通訊員 莊國棟、蔡雨珊 深圳報道）時令已是冬季，記者沿龍崗河漫步，處處感到春意盎然。龍崗河穿過龍城街道，只見小河流淌，高樓倒影，綠樹紅花，充滿南國都市風情。早些年，龍崗河是一條人見人罵的臭水溝。龍崗區委區政府一聲號令，龍城街道全面開展龍崗河綜合整治，通過岸坡恢復、環保疏浚等措施，龍崗河水質由劣五類上升為觀賞性景觀水體，生態系統得到恢復，龍崗河成了流動的城市綠道。

记者了解到，根據區文件精神，街道書記被任命為龍崗河龍城段和龍西河、回龍河的河長助理，負責上述河道「河長制」工作的開展。龍西河松本頭段綜合

整治工程已列入深圳市河道綜合整治項目，項目已移交區工務局負責實施，目前正開工建設。

風景宜人：立體的畫卷

近年來，龍城以人為本，科學發展，在生態建設方面不遺餘力，環保投資佔政府財政撥款比重遠高全市要求的3%。

龍城街道大力開展生態文明建設，積極開展生態工業園區、生態街道、綠色學校、宜居社區創建，大力實施綠化景觀提升工程，開展公園廣場、主次幹道、重要節點、屋頂立面的綠化提升，建設生態景觀林帶，新建、改造社區公園，大幅提升綠量。社區道路綠化面積達50餘萬平方米，山地、綠化面積佔轄區總面積70.24%。轄區道路寬敞，林木蔥郁，河清水美，草綠花紅，人居環境顯著改善，成為舒適宜人的生態福地。

記者在龍城行走，即便離開了大運公園、龍城公園、龍潭公園等一批市政公園，也有置身花園的感覺。深圳市要求打造「公園之城」。目前，龍城轄區已建有各類公園30個，總面積669.22萬平方米。在平均2.5平方公里即有一座公園的城區生活，處處感受到花園城市的美景。

美麗家園：文明的樣本

近日，記者沿着龍城街道文明示範路，走進「美麗家園」示範點老園新村，進行參觀訪問。乾淨的地

面、整潔的環境、怡然的居民……這就是龍城街道回龍埔社區的老園新村。老園新村是龍城街道「美麗家園」行動示範點，共有房屋44棟、120戶住戶，常住人口約400人。幾年前，老園新村與大部分城中村一樣，管理不到位、配套不完善、環境衛生差、治安案件頻發。大運會過後，通過開展文明創建活動，發動居民廣泛參與社區管理，廣泛倡導文明行為，邀請居民當「管家」，使得居民的文明、衛生意識逐步提升。目前，社區居民已形成垃圾入袋、入桶，自覺投放垃圾的良好習慣。此外，社區還全面清理了背街小巷、溝渠等範圍的衛生死角、暴露垃圾和餘泥渣土，安裝了監控視頻，實行院區式管理，整個社區整潔而安全。



■城市美容師用汗水扮靚了乾淨整潔的宜居環境。

宜居社區：豐碩的成果

天健現代城是龍城街道「文明·自治」的試點社區。天健社區為給居民提供良好的休閒活動場所，專門創建了500米長的「文明長廊」，共有43個活動空間，設置了「文明園」、「體育文化園」、「棋藝園」、「曲藝園」、「美德學堂」等20個園區。記者看到，各個園區內人頭攢動，處處呈現「大家庭」的祥和美景。據介紹，龍城目前已創建5個「文明·自治」社區、3個「智慧社區」、9個「宜居社區」。

如果說在經濟優化方面，龍城街道加快淘汰高污染等各類低端企業，騰挪產業發展空間，引導企業轉型升級，引領經濟高端發展；在生態環境方面，強化綜合治理，創建優美環境，是「硬」件建設的話，龍城重點推進大運場館、天安數碼城以及「文明·自治」社區天健現代城「文明長廊」建設；開展尋找「文明大使」評選活動，開展新一輪「講文明樹新風」公益宣傳；配合市區開展讀書月活動、「書香工業園」活動，營造良好閱讀環境；每月定期開展道德講堂活動，推進市民道德教育，這種「軟」環境的營造，已經取得積極成果。

今年，龍城街道榮獲「廣東省文明單位」和「深圳市文明單位」；愛聯、紫薇社區被評為「深圳市文明社區」；4個部門獲「龍崗區文明單位」；5個社區獲「龍崗區文明社區」稱號；2人獲「龍崗區精神文明創建活動先進工作者」。