

新闻 | 启迪 | 财 | 智

2020年1月23日 星期四
周一至周五出版
第4397期 今日16版

北京日报报业集团
BEIJING DAILY GROUP 主管主办



北京商报网



北京商报官方微信

本报特供
航空阅读



- 中国国航
- 南方航空
- 东方航空
- 海南航空
- 深圳航空
- 首都航空



· 今日周刊 ·

- 9版 新北京楼市周刊
- 10版 新北京楼市周刊
- 11版 家居产业周刊
- 12版 家居产业周刊
- 13版 理财周刊
- 14版 上市公司周刊
- 15版 保险周刊
- 16版 基金机构周刊

本报常年法律顾问 北京市汇佳律师事务所
邱宝昌 律师 电话:010-64097966

编辑 肖涌刚 美编 王飞 袁校 唐斌

3 版 微信“亲征”短视频

与视频号拿到的资源相比,微信之前的短视频尝试都是小打小闹。1月22日,微信正式内测视频号,内容仅限于图片、视频,但可以带上文字和公众号文章链接。在2020微信公开课PRO上,腾讯公司高级执行副总裁、微信事业群总裁张小龙还专门为新产品做了铺垫。

4 版 10台春晚混战 今年谁拔头筹

观看春晚已经成为过年的习俗,但提供给观众的选择并非只有央视春晚。据北京商报记者不完全统计,今年至少有10家卫视已筹备了自己的春晚。多档春晚的出现,无疑加剧了市场竞争,为了进一步提高竞争力,各大卫视也在内容主题设计、时间安排、播出渠道和宣传方式等方面进行筹划,吸引观众的关注。

卫健委:原则上建议外地人不去武汉

(见2版)



国务院新闻办公室
THE STATE COUNCIL INFORMATION OFFICE, P.R.C.

1月22日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,国家卫健委相关负责人介绍新型冠状病毒感染的肺炎防控工作有关情况。(详细报道见2版) 新华社/图

三部法规调整 自贸区投资放宽

北京商报讯(记者 陶凤 王晨婷)为保障自由贸易试验区有关改革开放措施依法顺利实施,1月22日,国务院发布《关于在自由贸易试验区暂时调整实施有关行政法规规定的通知》,决定在自由贸易试验区暂时调整实施《营业性演出管理条例》《外商投资电信企业管理规定》和《印刷业管理条例》3部行政法规中有关投资的规定。

具体来看,对于《营业性演出管理条例》中关于中外合资经营的演出经纪机构、演出场所经营单位,以及台湾地区的投资者在内地投资设立合资、合作经营的演出经纪机构、演出场所经营单位,内地投资者的投资比例限制被暂时调整。

在自由贸易试验区,调整为允许外国投资者、台湾地区的投资者设立独资演出经纪机构;允许设立中外合资经营的文艺表演团体(须由中方控股);允许台湾地区的投资者设立合资经营的文艺表演团体(须由大陆合作者控股)。由国务院文化和旅游主管部门制定相关管理办法。

此外,《外商投资电信企业管理规定》中对于外商投资电信企业的外方投资者在企业中的出资比例,最终不得超过50%的限制也从上海自由贸易试验区原有区域(28.8平方公里)试点政策推广至所有自由贸易试验区执行。对于《印刷业管理条例》,暂时调整实施相关内容,允许设立外商独资印刷企业,由国家新闻出版主管部门制定相关管理办法。

据悉,目前中国已经分多批次批准了18个自贸试验区,已经初步形成了“1+3+7+1+6”的基本格局,包括上海市、广东省、天津市、福建省、辽宁省等,形成了东西西南

北中协调、陆海统筹的开放态势,推动形成了我国新一轮全面开放格局。

其实,此次放开外商投资比例限制的领域之前已经在自由贸易试验区的负面清单中提及,此次再度在国务院通知中明确。如取消演出经纪机构的外资股比限制,将文艺表演团体由禁止投资放宽至中方控股;电信业务领域上海自贸试验区原有区域(28.8平方公里)试点政策推广至所有自贸试验区执行等。

根据中国信息通信研究院发布的数据显示,截至去年9月底,获得批准的外商投资电信企业共166家。其中工业和信息化部颁发许可证的122家,上海市通信管理局发批复的44家(上海自贸区内企业)。增值电信业务开放种类呈扩大之势,外资股权比例呈放宽态势。

在全国负面清单开放措施基础上《自贸试验区负面清单》在更多领域试点取消或放宽外资准入限制。由2017年版95条措施,到2018年版45条措施,再至2019年版的37条,充分发挥自由贸易试验区“试验田”作用,在对外开放方面继续先行先试,探索更高层次的对外开放,为更大范围扩大开放、完善负面清单管理制度积累可复制可推广经验。

北京大学经济学院产业经济学系教授和平告诉北京商报记者:我注意到这次放开三个领域都可以说是传播领域的开放,包括文艺表演、电信以及印刷,都是与传播有关。标志着自由贸易试验区的开放,从产品贸易到资本品贸易,再到现在的服务贸易,从制度上又迈上了第三个台阶。”

公司研究

海底捞捞金周边

- 耳饰周边上热搜
- 尝试与转变
- 需长期战略支撑

上市后的海底捞明显加快了发展速度,除了常规的规模扩张外,还在不断加快非餐业务的布局。近日,北京商报记者发现,海底捞在其微商城上发布了多款耳饰,这也是海底捞首次将饰品作为周边产品推出。近两年来,餐饮品牌发力周边的频率越来越高,且形式不一,通过周边产品谋求流量变现之心显而易见。在业内人士看来,发力周边产品成为当下企业新的创新趋势,能够帮助企业形成差异化优势,并且也能从中看出海底捞希望赋予品牌更多活力和年轻色彩的意图。

(见5版)

北京 稻香村

京味er 2020 中国年

扫码关注 更多惊喜