



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

■ 海南航空
- 南方航空

■ 深圳航空
- 东方航空

■ 首都航空



· 今日周刊 ·

- 9版

产经周刊
- 10版

健康周刊
- 11版

上市公司周刊
- 12版

理财周刊
- 13版

保险周刊
- 14版

商业周刊
- 15版

首都演艺周刊
- 16版

广告

本报常年法律顾问 北京市汇佳律师事务所
电话:010-64097966

责编 杨月涵 美编 李燕 责校 唐斌

4版 谁在做高考志愿填报生意

高考落幕,志愿填报成为考生和家长关心的头等大事。尽管教育部三令五申要家长不要轻信某些培训机构打着“高考志愿填报”的幌子收取天价服务费,但仍有不少机构推出各式各样的志愿填报服务。目前市场上提供高考志愿填报服务的机构报价从几百元到上万元不等,也有互联网巨头推出免费的AI高考志愿填报服务。

6版 牙套生意70%毛利率“小意思”

时代天使作为“正畸第一股”,上市后热度不断,毛利率高达70%的话题成功登上微博热搜榜,而A股涉及口腔业务的上市公司也引发市场关注。目前A股口腔产业链有通策医疗、正海生物、美亚光电、国瓷材料4家上市公司,通策医疗今年一季度归属净利润同比增长超9倍,正海生物则系口腔概念股中销售毛利率最高的个股,达91.59%。

北京“两区”建设任务落地超六成

(见2版)



中国人首次进入自己的空间站

在神舟十二号载人飞船与天和核心舱成功实现自主快速交会对接后,航天员乘组从返回舱进入轨道舱。按程序完成各项准备后,先后开启节点舱舱门、核心舱舱门。北京时间2021年6月17日18时48分,航天员聂海胜、刘伯明、汤洪波先后进入天和核心舱。标志着中国人首次进入自己的空间站。

据新华社

大宗商品市场投机炒作降温

北京商报讯(记者 陶凤 吕银玲)近几个月来,部分大宗商品价格出现较大幅度上涨,如今终于有降温之势。6月17日,国家发改委新闻发言人孟玮在新闻发布会上介绍,国家发改委会同有关部门采取了一系列举措,从目前情况看,市场投机炒作开始降温,部分大宗商品,比如铁矿石、钢材、铜等商品价格出现了不同程度回落。下一步,将视市场变化,适时开展多批次投放国家储备。

据生意社数据,6月16日大宗商品价格指数BPI为1045点,较15日下降了1点,较周期内最高点1069点(2021-05-13)下降了2.25%。此外,6月16日大宗58价格涨跌榜中环比上升的商品共17种,集中在能源板块(共7种)和有色板块(共3种),涨幅前三的商品分别为PTA(2.36%)、WTI原油(1.75%)、动力煤(1.48%)。环比下降的商品共19种,集中在农副(共6种)和有色(共5种),跌幅前三的商品分别为镍(-3.25%)、热轧板卷(-2.63%)、DOR(-2.49%)。日均涨跌幅为-0.07%。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接受北京商报记者采访时表示,前期大宗商品价格上涨一方面是需求好转,另一方面是货币因素,但大宗商品价格持续上涨不具备基本面支撑,也不利于实体经济平稳运行。

至于价格回落的原因,胡麒牧分析称,从国家层面,国务院两次召开常务会议讨论大宗商品涨价问题,提出保供稳价的具体部署,市场监管部门也对一些企业进行了约谈,这有助于稳定市场预期,对市场炒作力量形成震慑;从期货市场上看,交易所提高了相关品种的交易保证金,提高了炒作成本,降低了价格波动性;从现货市场来

看,目前进入传统的需求淡季,需求侧不支持大宗商品价格上涨;另外从货币政策角度考虑,市场对美联储收紧货币政策的预期增强,利空大宗商品价格。

为做好大宗商品保供稳价工作,近期,国家发改委加强供需双向调节,落实提高部分钢铁产品出口关税等政策,督促重点煤炭企业在确保安全前提下增产增供。同时还开展大宗商品市场监管,联合调研市场交易情况等。

胡麒牧指出,从目前全球疫情发展态势和经济恢复情况来看,预计下半年大宗商品会维持稳中有升的态势,保供稳价的重点一方面是畅通物流,另一方面是打击资金炒作。

值得注意的是,此前,国家粮食和物资储备局发布公告称,即将组织投放铜、铝、锌国家储备。此次投放面向中下游加工制造企业,实行公开竞价,在参与条件方面尽可能向中小企业倾斜。孟玮也表示,今后一段时间,国家发改委还将会同有关方面,视市场变化,适时开展多批次投放,及时增加市场供应,缓解企业成本压力,促进价格回归合理区间。

“我国经济尚未完全复苏,进程也不均衡,主要体现在终端需求尚未完全恢复,产业端复苏情况好于需求端,因此通过抛储扩大供给,平抑大宗商品价格,降低企业生产成本。”胡麒牧说;由于大宗商品价格持续上涨已经给制造业带来巨大成本压力,而中小企业消化成本能力和抗风险能力较弱,但又容纳大量就业,事关民生,因此要重点保障中小企业的原材料需求,这也是保市场主体的重要工作。”

重点关注

新老玩家同台竞技 “6·18”

- 监管趋严 资源聚焦品牌
- 新秀欲扛大旗 调整营销投入比重
- 多平台博弈 挖掘细分需求

这届“6·18”堪称史上“最严”,监管紧盯不放,新老企业交锋更是火药味十足。6月18日凌晨的钟声尚未敲响,消费者热度却已经逼近顶峰。京东、天猫、拼多多等电商平台早已相继亮剑,抖音、快手等短视频平台也从配角向主角进击。这也引得监管方同一时刻绷紧了神经,工信部于近日发布消息称,要严格规范“6·18”短信营销行为;此前,电商平台“二选一”等不合理竞争也被明令禁止。有了监管的保驾护航,潮水般的流量为更多的品牌商提供了出圈的机会,不过想要拔得头筹仍旧要平衡各方势力。

(见5版)

为企业发展服务 与企业成长同行
国家哲学社会科学期刊数据库、知网、维普全文录入

订阅价格 20元/月
240元/年

电话咨询 010-66089738
010-84277808

扫码订阅



国内邮发代号 82-70 邮箱: zwqywh@sohu.com 地址: 北京市西城区闹市口大街月台胡同18号



FCC
中外企业文化

广告