

消费日报

2016 年 11 月 17 日
星期四
总第 6866 期
第 3925 期
今日 8 版

京沪网约车新政将定稿 出租车欲改变网约车版图

本报讯 据经济之声《天下财经》报道，据业内人士透露，北京、上海两地“正式版”网约车实施细则将于本月公布，本地车牌和司机本市户籍等“原则性”要求没有改变。在新政的影响下，首汽约车、大众出行等脱胎于传统出租车企业的后起之秀，已经开始结成联盟，力图改变网约车的行业版图。

微短讯

中粮我买网开心果和苏宁易购苏打饼干等上黑榜

据国家食药监总局消息，近期组织抽检炒货食品及坚果制品、保健食品、蜂产品、调味品、饼干、乳制品、蛋及蛋制品等 7 类食品 562 批次样品，抽样检验项目合格样品 549 批次，不合格样品 13 批次。

炒货食品及坚果制品 124 批次，不合格样品 4 批次；保健食品 110 批次，不合格样品 5 批次；蜂产品 41 批次，不合格样品 1 批次；调味品 42 批次，不合格样品 2 批次；饼干 101 批次，不合格样品 1 批次。乳制品 88 批次，蛋及蛋制品 56 批次均未检出不合格样品。

对抽检中发现的不合格产品，生产企业所在地北京、天津、辽宁、黑龙江、江苏、江西、河南、湖南、广东等省(市)食品药品监管部门已责令企业查清产品流向，召回不合格产品，并分析原因进行整改；经营单位所在地北京、黑龙江、上海、江苏、浙江、福建、湖南、广东等省(市)食品药品监管部门已要求有关单位立即采取下架等措施，控制风险，并依法予以查处。涉及非法添加等严重违法行为，属地食品药品监管部门务必高度重视，追根溯源，一查到底，并应举一反三，切实加强辖区生产企业日常检查工作。

(浙网)

宁波:野蛮装修或被列入失信“黑名单”

随意更改房屋结构、擅自敲承重墙被邻居上告，监管部门督促整改还不服，依旧肆无忌惮地进行“野蛮装修”，有此行为的房东得留神了，以后这样很可能就像“老赖”一样，被纳入失信“黑名单”。

宁波日前已初步拟定《宁波市城市房屋违法装修失信“黑名单”管理暂行办法》，该规定适用于全市国有土地上合法建造、工程投资额在 30 万元以下或者建筑面积在 300 平方米以下的房屋违法装修行为失信信息认定、公示、惩戒、退出和管理等。

《暂行办法》当中更为严格的一条规定是，纳入国家、省级城市房屋违法装修失信“黑名单”管理的行为人，同时纳入市级失信“黑名单”管理，这些信息与建筑、金融行业失信信息实行互通互用。

宁波市住建委物业管理办公室方面也表示，这个方案目前还只是根据居民、社区、街道等方声音，初步拟定。接下来还将继续广泛征求社会各界意见，并经市法制办合法性审查以及法定程序后报市政府批准施行。

(钱晚)

3D 打印鞋普及了?



阿迪达斯发布了一款用海洋回收垃圾为原料制作的 3D 打印概念运动鞋，并上市发售，首批 7000 双 11 月中旬率先在官网开售，每双售价为 200 欧元(约合人民币 1500 元)。

年产 300 万件

大规模生产线已经具备?

最近有媒体报道，英国 Tamicare 公司启动 3D 打印服装大规模生产线，具有年产 300 万件的能力。该公司 CEO 兼创始人 Tamar Giloh 表示，“我们的 Cosyflex 制造系统可让 3D 打印技术首次用于大规模生产，它能够以远低于传统制造工艺的成本实现高密度生产。”据悉，Tamicare 已经与几家知名运动品牌签订了百万美元级的协议，而其它的一些公司也对 Cosyflex 技术产生了浓厚的兴趣，因为它可在无需缝制和裁剪等工序的情况下一次成型复杂多材料的服装，甚至只需几步就能制造出完整的鞋子。

“制造运动鞋往往需要数百道工序，而 Cosyflex 仅仅需要 3 步而已，对其它的复杂设计也是如此。”Tamicare 的首席技术官兼 Cosyflex 的联合研发者表示，“有了它，企业就能在同一个地点完成整个制造，而无需再像之前那样建设全球性的供应链了。”

阿迪达斯的 Winners 跑鞋、美国泳坛名将代言安德玛 3D 运动鞋广告、田径飞人脚穿耐克“Superfly FlyKnit”3D 鞋——三大运动品巨头纷纷快速加入了这场即将兴起的制鞋新风潮。当大型鞋类公司激烈争夺未来 3D 鞋打印市场时，很多新兴品牌也开始着手研发 3D 鞋。

“3D 打印技术目前更多作为加速研发中的辅助手段。”路华介绍，打印鞋，未来的发展可能跟材料有极大关系，虽然目前打印出来穿用的不多，但未来随着技术成熟，材料进步，消费者对时尚快速个性要求越来越高，3D 打印鞋市场空间会更大，甚至一定程度上带动实现消费者从单纯消费者向共同设计者转变。

从单纯的参与消费到产品的生产过程，将消费者带入产品设计中来，从而以消费者的角度来解决他们更强烈的需求问题。共同设计者的概念将打破现有的产品链格局，更多更丰富更个性化的产品也将逐渐在市场中出现，而新的潮流也许就是由某个消费者带动出来的，新的产品增长点也必将被呈现。

最重要的变化

从单纯消费者向共同设计者转变



Reebok ZPrint 使用大数据技术来设计中底，再通过 3D 打印技术精确地打印出来。

3D 打印技术的出现，无疑为传统制鞋工艺的革新带来了发展的契机。

比如，3D 打印机能又快又好的完成鞋模设计，从根本上提高制鞋企业的产品开发效率。凭借现代计算机的辅助，研发设计人员可得到鞋模的三维图形，并可对其

进行“逻辑布尔”运算处理，用 3D 打印机打印出翻制后的样板，从而得出鞋底模型抑或鞋面模型。对于传统制鞋工艺与 3D 打印制鞋工艺，整个流程不仅得到了极大的简化，也从根本上节省人工成本，提高生产效率，鞋制品的精细化程度也远远高于现有的数控加工工艺。

消费报告

“双 11”奶爸族异军突起

北京白领人均花销最多，杭州排第二；狮子座、白羊座和双鱼座在“双 11”最败家排行榜上居前三名……日前，针对刚刚过去的“双 11”《2016 年白领“双 11”消费行为调查》发布。该报告涵盖了购物需求、消费金额、所购类别等维度，并依据城市、星座、性别等因素进行区分，充分展示了白领这一主力消费人群在今年“双 11”期间的消费行为。

“先买单后付款”普及

透支消费在整体支付方式中占比达 58.3%

由于购买力强、规模庞大，白领向来是“双 11”商家主攻的对象。这份报告显示，有 91.1%的白领在今年“双 11”期间参与网上购物。其中，有 53.2%的白领提前将心仪的商品加入购物车，在活动期间立刻收入囊中；37.9%的白领表示之前没有具体的目标，但被商家的优惠活动所吸引而加入“剁手”大军。而在参与“双 11”网购的白领中，去年同期人均购物支出为 1912 元，今年则增长至 2101 元。

从白领热衷的同时，“先买单后付款”的观念也在年轻群体中普及开来，信用卡和互联网消费金融服务受到更多白领的欢迎。特别是今年蚂蚁花呗、京东白条在“双 11”期间主动为用户提升临时额度，令该类购物方式登上主流舞台。相关数据显示，今年以信用卡、花呗、白条等工具进行付款的白领同比增长 25.4%，透支消费在整体支付方式中占比达到 58.3%，在“双 11”期间占据半壁江山。

北京白领花钱最多杭州排第二

男性下单商品第二位居然是婴儿类用品

若论城市消费水平，今年“双 11”期间首都北京的白领人均花销最多，达到 2558 元，占据头把交椅。杭州以 2323 元人均消费额力压一线城市上海成为亚军，上海则以 2148 元排名第三。

从白领热衷的星座分析来看，狮子座、白羊座和双鱼座在“双 11”最败家排行榜上居于前三名。其中，狮子座的白领人均消费达 2560 元，当仁不让地成为最败家的星座。最持家的星座则非金牛座莫属，今年“双 11”期间不仅购物开支最少，还最具赚钱头脑。比如在随手记“双 11”理财活动中，金牛座就是投资理财产品最踊跃的星座。

特别令人意外的是，奶粉、尿不湿等婴儿类用品击败了电子产品，跻身男性下单最多的商品第二位，仅次于服装。这也折射出白领奶爸正成为“双 11”消费大军中不可小觑的群体。

(郭雪红)

用于矫形或满足小众尺码

现阶段首先满足特殊需求

每个人的脚掌面都不一样，3D 打印完全可以把不同的数据打印出来，从保健、舒适的角度来说，是非常完美。有业者预计，“一旦 3D 打印变得更加普及，任何人都能拥有他们自己的品牌，一些人凭借自己的 3D 打印鞋品牌获得成功的可能性也就更大。”

3D 打印鞋真的就快普及了吗？

尽管 3D 打印技术在鞋业中属于被追捧的对象，但在目前的生活中 3D 打印鞋似乎离我们并不是那么近。因为，一是目前还没有打印鞋子的材料，许多号称 3D 打印鞋的产品最多只有打印一个鞋底，专家表示，现阶段的打印材料是瓶颈。二是 3D 打印完成不了多种颜色，不少 3D 打印的鞋子，颜色

都是后期加工的。同时，对消费者来说，高昂的价格也实在受用不起，阿迪达斯 3D 打印的 Futurecraft 跑鞋原价 4 万多人民币。

中国皮革协会鞋业专委会主任路华告诉记者，3D 打印技术目前运用在鞋业中主要的功能是满足特殊的需求。“穿的鞋（不是研发用途的），可能首先在特殊需求，如从矫形、特殊尺码等方面开始。”与此类似的是已经在医疗领域出现的 3D 打印矫形鞋垫，其适用于足部医疗行业，用于对足部进行矫形。“对于那些在市场上找不到适合自己鞋款的消费者们，3D 打印鞋能为他们解决不少烦恼和困难。”



搜狐新闻客户端



快来扫描我吧！



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一：扫码下载搜狐新闻客户端

步骤二：打开应用点击上方“订阅”

步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报”

步骤四：点击右上角“+关注”即可