

国家统计局公布一季度宏观经济数据 GDP增速7% 缓中有稳有新有进

本报北京今日电 （驻京记者于明山）今年一季度国内生产总值（GDP）增速7%。国家统计局今天上午在国新办举行国民经济运行情况新闻发布会，公布了今年一季度投资、消费、居民收入等宏观经济数据。总的来看，一季度国民经济运行总体平稳，尽管经济增速有所放缓，但就业形势、居民消费价格和市场预期基本稳定，结构调整稳步推进，转型升级势头良好，新生动力加快

孕育，积极因素不断累积。国家统计局新闻发言人盛来运介绍说，一季度GDP140667亿元，按可比价格计算，同比增长7.0%。分产业看，第一产业增加值7770亿元，同比增长3.2%；第二产业增加值60292亿元，增长6.4%；第三产业增加值72605亿元，增长7.9%。从环比看，一季度国内生产总值增长1.3%。

从发布的数据看，其他一些经

济指标也出现回落。工业生产增速有所回落，一季度全国规模以上工业增加值按可比价格计算同比增长6.4%。固定资产投资增速有所放缓，一季度，固定资产投资（不含农户）77511亿元，同比名义增长13.5%。经济增速略有回落，经济存在下行压力，但盛来运表示，要全面、辩证和发展地看一季度的经济形势，经济增速略有回落，但缓中有稳、缓中有新、缓中有进，中国经济

总体平稳、稳中有进的态势没有改变，经济前景总体看好。一是经济运行总体在平稳区间。GDP增长7%，在国际范围来讲仍比较高，而且在基数比较大的情况下，7%的增量还是比较大，从增长指标来讲经济是没有滑出合理区间。就业情况总体稳定。人社部现在有一个数据，一季度城镇新增就业320万。我们内部有一个调查失业率的数据，虽然还没有对外公布，在

5.1%左右，总体比较稳定。居民消费价格指数总体低位运行平稳。3月份CPI1.4%，和2月份持平。收入增长相对也比较稳定，全国居民人均可支配收入实际增长8.1%，和GDP增长基本同步。二是结构调整是在稳步推进的，转型升级步伐也在加快。三是新产业、新业态、新主体、新产品、新动力在加快孕育，中国经济向中高端迈进的步伐比较明显。

中国“专车第一案”开庭 车主认为被罚2万元依据不足

“专车纠纷”一直是众人关注的焦点，备受关注的“国内专车第一案”今日上午在山东济南市市中区人民法院开庭审理，这也是全国首例因为提供专车服务受到行政处罚的案件。

[案情]专车被罚2万元

今年1月7日上午，使用滴滴专车软件在济南西客站送客的陈超被执法人员查处，车辆被暂扣。2月11日，他收到处罚决定书，被认定为构成非法营运，罚款2万元。陈超认为，自己不算非法营运，运管中心也无权认定自己的车是黑车。在交纳罚款取回车辆后，他向济南市市中区人民法院递交了起诉状，要求济南客运管理中心撤销处罚。

[争议]“灰色”亟待明确

其实，专车服务从推出以来，就一直处在风口浪尖。去年12月上海市交管部门公开表示，“滴滴专车属于非法运营”。今年1月4日，沈阳出租又因为“份子钱”积怨出现罢运事件，由此专车身份问题走进公众视线。一石激起千层浪，行业专家、主流媒体都参与了这场大讨论。1月8日，交通运输部首次直接使用“专车”一词，承认“专车”的积极意义，也向社会各界传递了支持发展“专车”的大声音。

2月14日情人节当天，中国打车软件两大巨头滴滴和快的宣布战略合并，推出非营利性搭车服务“一号快车”。在今年两会上，“专车”成为代表们的热议话题，交通运输部部长杨传堂，在谈到出租车、专车之争时表示，无论是打车软件，还是专车，交

通部采取的态度是：“鼓励创新，规范管理”，并且成立了出租汽车行业改革领导小组，初步形成改革的指导意见，预计今年上半年出台。

回到“专车第一案”，这个案件之所以受到各界广泛关注，在于审判结果可能给一直处于法律灰色地带的专车，一个明确说法。究竟，谁来影响交管部门对“专车”的态度？出租车市场的管理又将何去何从？又将有哪条法律来解决“专车纠纷”？

陈超也承认，自己平时有本职工作，只是兼职干的专车，在经过滴滴培训后才上的路。但当天拉的两名乘客，因为执法部门的拦截，并没有在当时成功付款，所以不应该构成交易。

对于陈超的解释，济南市交通局的一位负责人在此前接受记者采访时表示，执法活动有法可依，执法过程也不存在问题。

[说法]律师三大疑问

陈超的代理律师李文谦则向记者阐述了他对运管局执法的三大疑问，证据缺失、法律适用错误以及处罚力度不当。

李文谦说，首先陈超当时没有交易，所以从法律角度来讲，证据是缺失的。其次，运管中心适用的是《山东省道路交通条例》第69条第二款——未经许可从事出租车运营和租赁业务的，处5000到3万元罚款。但运管并没有认定陈超违法的是哪一条法规。第三是处罚额度，为什么是2万？没有根据情节来定。“这样的力度我认为缺乏依据的。”

据中央人民广播电台



京城杨柳飞絮 拟将重点治理

据新华社北京4月14日电 阳春四月，北京杨树、柳树飞絮又起。记者从北京市园林部门了解到，北京市将通过重点地区集中治理、科学选择配置树种、技术研究与示范推广等多种方式，逐步减少杨柳飞絮量，缓解飞絮扰民问题。

据悉，杨柳均属雌雄异株，飞絮的为雌株。上世纪80年代起，北京先后种植了300多万株杨柳作为行道树，近几年这些杨柳雌株正处于生殖成熟期，每年春季漫天飞絮，给市民带来“拂之不去”的困扰（见图 图CFP）。

7000米高空女乘客演“全武行” 因调座椅靠背互殴 4人被处拘留5天

本报讯 南通消息:4月13日下午，深圳航空ZH9724航班正从大连飞往深圳，就在这期间，机舱内4名女乘客因调整座椅靠背发生争执并上演了一出“全武行”。飞机经停南通时，这4名女子均被南通市公安局机场分局民警带走，并被处以行政拘留5天。

当天下午3时50分，ZH9724航班从大连起飞，飞往深圳。当飞机在7000米的高空飞行了近半个小时后，经济舱内突然传来一阵骚动。原来，19排的2名女乘客为了落座舒适，将椅背往后调了调。这一调整使得后排座位空间变小，正后方的2名女乘客不乐意了，要求前排调正椅背。言语间，双方语气都不太和善，一来一往，硝烟味渐

浓，发生激烈争吵，机组人员上前劝阻，双方形势暂时缓和了下来。怎料，仅仅过了五六分钟，吵架声又起。机组人员赶到时，双方已经扭打在了一起。“根据乘客旁证，是后排两名女士先动的手。”南通市公安局兴东机场分局顾警官告诉记者，争吵间，后座2人隔着椅背，一把揪住前排女子的头发，前排女子也立即反击，又拉又扯，还用脚向对方踢去，双方打作一团。如此骚动引发了机舱内乘客围观，不少乘客都站立起来查看情况，也有好心乘客上前拉架。“战斗”持续了两分钟，随后扭打成一团的4名女子被机组人员及乘客拉开来。后排乘客被机组安排在机舱的最后排落座。

随后，机组通过无线电将机上情况反馈给经停点南通兴东机场塔台。当天下午5时15分，航班落地，民警迅速进入机舱将涉事6人带下询问。经核实，打架者实为4人，另外2人是后座2名女士的家属，并没有参与打架。情况大致了解清楚后，该航班继续飞往深圳。经调查，4名打架女子均为辽宁人，前座两人为“80后”，是做生意的，此次出行是前往深圳进货；而后座2名女子都在50岁左右，此次是与家人一起跟随旅游团，计划由深圳转机飞往泰国。昨日，记者从兴东机场分局获悉，目前4人因扰乱公共交通工具上的秩序，被警方处以行政拘留5日的处罚。据现代快报

继销量再次夺金后 权威机构发布加多宝再获凉茶行业“品牌力第一名”

文/王菲



继加多宝凉茶2014年再次销量夺金后，加多宝品牌再赢好消息。4月13日，中国极具公信力的品牌机构——中国企业品牌研究中心实施的2015年C-BPI中国品牌力指数在京发布，凉茶领导者加多宝再次荣获凉茶行业“品牌力第一名”。

从中国企业品牌研究中心了解到，2015年C-BPI调查区域覆盖全国30个城市，历时151天，覆盖162个行业，从第一提及率、品牌

形象、购买可能性、偏好度等多个维度去综合评估品牌力指数。在凉茶行业，加多宝品牌力以620分的成绩再次荣获凉茶行业“品牌力第一名”，品牌力再次夺金。

20年的传承与创新 助力2014年加多宝品牌力和销量再次夺金

加多宝集团品牌管理部副总经理王月贵从以下几个方面详细阐释了品牌力和销量再次夺金背后的奥秘。

上世纪90年代初，凉茶创始人王泽邦第五代玄孙王健仪将祖传凉茶配方独家传授给加多宝后，加多宝就肩负起弘扬凉茶文化，做大做强凉茶产业，把凉茶从岭南一隅推向全国、全世界的使命。

加多宝的正宗基因是从原料种植源头就一脉相承，通过“公司+基地+农户”合作种植

和定向采购的模式，全面确保了加多宝凉茶纯正、安全的原料供应，也为从源头管控产品质量安全提供了强有力的保障。

1996年，加多宝首创并推出第一罐红罐凉茶，为凉茶突破地域限制，走出岭南奠定了基础，并由此打造了凉茶行业经典的红罐标识。同时，在保证凉茶传统熬煮工艺的情况下，加多宝开创了“集中提取，分散灌装”的大工业化生产模式，并通过360度品质管理体系，有效地保证了凉茶生产的标准化和产品新鲜度、品质、口感的一致性，为此获得了有“食品界奥斯卡”之称的“全球食品工业奖”。

加多宝多年来一直坚持“大品牌、大平台、大事件”的营销战略，从2004年起便投入巨资在品牌传播最高点的央视等强势平台进行广告投放。凭借着精准的定位，以及借势

《中国好声音》这一大平台，加多宝成功实现品牌转换。据零点调研公布的数据，品牌转换仅仅三个月，加多宝的品牌知名度已经极高，继续以凉茶领导者的身份引领凉茶行业大发展，并成就了加多宝品牌力和销量再次夺金。

加多宝打造世界认识中国新名片 品牌力夺金或将加快推出主题纪念罐的步伐

从“凉茶行业口碑第一名”到“销量再次夺金”，再到“品牌力第一名”，品牌力再次夺金，面对接踵而至的荣誉，加多宝品牌管理部副总经理王月贵表示：“作为凉茶领导者，加多宝的使命是将凉茶这一岭南文化瑰宝、中国养生文化推广到世界，将加多宝打造成世界级的饮料品牌世界认识中国的新名片，实现凉茶的‘中国梦’。加多宝责无旁贷！”