

市统计局公布的一份调查显示 六成受访者用过互联网金融产品

本报讯 (记者 鲁哲) 互联网金融广受市民青睐, 市统计局昨天公布的一份调查显示, 近六成受访者购买或使用过互联网金融产品和服务, 但这份调查同时显示, 受访者最担心消费者权益保护和资金安全。

年轻人和中高收入者是主要使用群体

尽管互联网金融起步仅短短2年时间, 但已渗透进居民的生活。

这次调查显示, 59.3%的受访者表示购买或使用过互联网金融产品和服务。从年龄看, 35岁以下受访者中, 近八成使用过互联网金融, 高出平均水平19个百分点。从个人收入水平看, 月收入5000元以上的受访者中, 有80.7%使用过互联网金融, 高出平均水平21.4个百分点。年轻人和中高收入者是使用互联网金融的主要群体。

近年来, 第三方支付已经成为在互联网上使用较多的支付工具。

调查显示, 在购买或使用过互联网金融产品受访者中, 有56.4%使用过第三方支付, 17.8%购买过网络理财产品, 2.2%通过网络小额贷款。受访者普遍表示, 第三方支付为买卖双方资金提供便捷通道同时, 解决商品安全问题, 尤其是网上购物, 已成为不可或缺的交易平台。在55-70岁中老年受访者中, 使用过第三支付的比重也达26.9%。不少受访者表示将尝试使用第三方支付。

受访者普遍认为互联网金融有优势

在购买或使用过互联网金融产品的受访者中, 有97.5%认为互联网金融产品和服务与传统银行业务相比具有优势, 仅2.5%认为没有优势。有55.7%的受访者认为互联网金融产品流动性强, 可随时支取; 55.5%认为缴费、充值等产品和服务内容较好地满足了日常生活需要; 47%认为网络平台交易方便快捷。

最关心权益保护和资金安全

当问及目前互联网金融产品和服务存在哪些弊端和不足时(多选), 在购买或使用过互联网金融产品的受访者中, 有72.6%认为“尚无明确监管, 用户权益缺乏保障”, 66.6%认为是“网上交易资金安全存在隐患”, 57.7%认为是“互联网金融机构的资金风险防控能力不足”。



小学生演海派魔术

为了丰富校园文化生活, 提高学生文化素养。近日, 上海临沂二村小学在浦东南码头社区文化中心上演了一场“海派魔术秀”, 学校通过建立海派魔术社团, 并邀请海派魔术师张小冲来培养学生对魔术的热情, 满足小学生魔术爱好者的观赏和表现欲望, 为他们提供交流的平台。

本报记者 孙中钦 摄影报道

从“农超对接”到“下地插秧” “联华菜园”开始“上菜”

本报讯 (通讯员 曲铭 记者 胡晓晶) 超市只管卖菜, 也管种菜了? 日前, 联华超市自管蔬菜基地种植的首批青菜、毛菜、杭白菜、油麦菜等4个品种的13吨蔬菜出现在申城40家世纪联华门店和200家标超门店的菜架上, 其中青菜促销价仅1.18元/斤。“超市种超市卖, 这样的菜阿拉买了放心, 因为万一有问题, 直接找超市!”马大嫂们开心地说。

据世纪联华中环店生鲜柜面的店员介绍说, 自管基地蔬菜到店第一天, 来货300斤都出现了供不应求的情况, 其中各120斤的毛菜和油麦菜半天就卖光了。到当天下午2点钟, 专柜蔬菜全部售完, 还有不少顾客前来打听明天的货源情况。

据悉, 在两年前农超对接的基地采购基础上, 联华超市今年五月又与崇明静捷蔬菜专业合作社合作, 创建了700亩地的自管蔬菜基地。联华自管蔬菜种植基地的负责人不仅要进驻园区, 而且园区设计、硬件改造、基础

档案建设、蔬菜种植等都要亲力亲为。值得一提的是, 在这种由超市自管的蔬菜种植基地管理中, 建立了严格的基础档案, 具体标明了政府严禁使用的“六六六”等21种农药目录、限制使用的水胺硫磷等42种农药目录, 并详细记录该蔬菜品种的种植日期、种植面积、操作类型、操作人以及肥料和农药的使用情况。

从“农超对接”到“下地插秧”, 申城最大的超市连锁联华推出自管蔬菜基地种植模式, 可谓在全国连锁行业率先“吃螃蟹”。据悉, 自管蔬菜基地人员已在抢割抢种, 接下来在“联华版”的田间地头, 还将面市豇豆、番茄、条茄、黄瓜等15个蔬菜品种, 以及基地荔枝、基地筐瓜、基地葡萄、水蜜桃等10个水果品种。

另外, 联华还会把蔬菜自管基地的经营管理模式推广到其他品类, 包括与山东、黑龙江、内蒙古等地农业合作社合作, 基地直管直采水产品、牛羊肉、大米等等。

上海国际电影节手机电影节举行颁奖典礼 申城首家互联网电影院下半年开业

本报讯 (记者 徐轶汝) 第17届上海国际电影节手机电影节颁奖典礼昨晚在普陀区上海跨国采购会展中心举行。最佳短片、最佳编剧等8个奖项一一揭晓。

来自英国的《遗忘时光》获得最佳短片, 该片演员克里斯·兰厄姆也凭借精彩演出获得最佳短片

演员奖。比利时短片《沉默的天使》获得最佳故事短片, 年度最佳网络微电影奖则颁给了由土豆网选送的短片《猪肉与月亮》。

手机电影兴起于2011年, 2013年迎来爆发式增长。手机电影节是上海国际电影节中唯一的节中节, 涵盖了网络电影、微电影和手机电

影等多种形式。明年, 手机电影节将升级为“互联网电影节”。

记者获悉, 为了推动手机电影产业链的发展, 沪西电影院的一个放映厅目前已经完成了改造, 成为互联网电影小剧场, 今年下半年正式对外运营, 常年播放互联网影视作品。这将是上海首家互联网电影院。

3周、5个国家、11个城市、21万余元善款、9个水项目、几十场演讲……数字背后, 是一个高中女孩的节水公益梦。在节能宣传周期间, 来自上海市世界外国语中学的黄洁琪向市民宣传水危机意识, 发放了600张主题明信片。几个月前, 她以GWA(全球水危机意识, Global Water Crisis Awareness)创始人身份, 踏上全球水危机宣传之旅。

花半年筹备展览

出国巡讲、宣传, 并非一时冲动。去年, 黄洁琪曾在学校办了一场为期5天的展览。从收集资料、制作140多张海报、租借展板到规划展厅、设计参观路线, 都由她独自完成。

“为了这个展览, 我准备了半年。”黄洁琪说。前期做规划书, 不知发了多少封邮件、打了多少个电话, 询问国内外专家, 逐一确认每份资料和每张图片的版权出处。因此, 黄洁琪多了几个与众不同的朋友, 其中就有世界知名的H2O For Life Schools机构的创始人Patty Hall女士。在很多水项目论坛和会议上, 黄洁琪得到了她的大力推荐

和称赞。

“为了加深参观者的印象, 我设计了问答环节, 答对者可得一张明信片, 印有宣传水危机的照片。大家使用时, 能起到二次宣传的效果。”参观者回答踊跃, 有想加入GWA的, 有建议多办活动的, 还有老师向校方倡议, 将水龙头由按压式改成更节水的旋钮式。

“学校的一节世界历史课让我意识到节水的重要性。我们轻而易举就能喝水洗手的同时, 世界上还有许多人缺水, 这对我触动很大, 我开始关注这个世界性问题。”2011年, 黄洁琪独自创办GWA, 立志向全球宣传水危机意识。

用奖学金办公益

今年初, 黄洁琪拖着行李到新加坡、韩国、美国、英国和中国香港, 宣传3周。这不是一场说走就走的旅行, 而是一次精心策划的

公益之旅, 费用均来自于她积攒的奖学金。

此前, 她花了近半年时间, 通过邮件联系国内外许多学校和公益机构。但很多人都对陌生女孩的邮件持怀疑态度。“当时联系了40多家学校和机构, 最终有十来家同意了。”

尽管计划周详, 意外还是不少。在美国希尔斯伯勒的明泉中学和圣何塞的哈克高中, 她的演讲受到当地学生热烈欢迎, 但由于在美国的学校筹款批文有拖延, 导致宣传时间延长, 错过了原定在英国伦敦的学校演讲时间, 只能取消。“白天的活动排得很满, 我只能一个人晚上搭公交车回旅馆。有一次离开首尔时因为看不懂韩文迷路, 差点错过飞机。”不过在她看来, 收获更多。

宣传过程中, 黄洁琪认识了许多志愿者。“我和他们一起募集

善款, 他们还教我当地习俗文化和注意事项。很多人会跟我分享他们身边的案例, 大家都意识到, 不仅是那些水资源匮乏的国家, 即使是看似水资源丰富的国家也面临水危机。”在加州的演讲结束后, 一个女孩对她说, 以前从没在家里见到过的蚂蚁, 近几年却因为找不到干净水源而成为身边的不速之客。

去肯尼亚做宣传

不少人在听完黄洁琪的演讲后, 都自愿加入GWA, 美国、韩国、香港等国家和地区的志愿者每个月都会与黄洁琪开电话会议。“最近开会频率更高, 因为暑假快要来了, 大家就暑假的宣传和筹款活动需要多展开讨论。”如今, GWA的成员和合作伙伴包括了国外水机构、学校和相关组织。

在巡讲过程中, 黄洁琪和当地

公益机构一起共同募集到21万元, “大部分钱是靠售卖水危机明信片筹来的。”在其他国际性节水公益组织的一同努力下, 他们打算将这笔资金用在9个水项目上, 涉及印度、肯尼亚、坦桑尼亚、多米尼加共和国、南苏丹共和国和乌干达等国等6个国家, 包括为当地居民打井、造洗手池以及建雨水收集装置。

“今年暑假, 我计划去肯尼亚, 许多世界水公益机构会一起去那里建井, 我的工作重点是当地人中宣传卫生意识。”黄洁琪说。

本报记者 叶薇
实习生 吴晓雯

上海市经济管理学校
社校联建 和谐发展
www.sems.cn