

作为虚拟币行业人士而言，我们经常都会说到AUCTION币前景怎么样时有很多细节是需要注意的。你知道auction币价格？今天就让小编跟你们说说吧！

就我所知，

台币与人民币没有直接兑换关系，

因为历史原因，

曾经被互相称为“匪币”，

在当时是非法的东西。

直到现在貌似也没有大陆银行能够办理台币业务，

而且好像大陆与台湾也没有直接的金融往来。

建议你先办一张国际金融机构（如花旗、汇丰银行）的信用卡，

再让你朋友把收入的台币兑换成其他通用国际货币（如美元、欧元等），

然后存入这个卡的账户就可以了。

至于兑换率，

台币与人民币的间接汇率大概是4.8：1

也就是4.8个台币大约能换到相当于1人民币的美元。

另：据朋友说，现在好像可以直接在台湾用台币兑换人民币

或者向大陆汇台币了，

这个我就不是很清楚了，

不知道是否解决你的问题。

现在的羊绒原材料要两千多一斤，一百多的不可能是羊绒，就算有，含量也不可能

超过5%，更有可能拿面羊绒冒充的。

好的羊绒衫应该是纯山羊绒，山羊绒中以内蒙古的为最佳，一般市场价原价在1000-2500，根据试样厚薄，品牌不同而稍有不同。

今年经济萧条，很多羊绒品牌已经开始早早打出折扣，前几年的旧款最多可低至1-2折（但太旧的不推荐，保暖性没有新款的好），而今年新款一般折扣在5折左右，也就是480-1000多人民币之间

某些品牌（如我在恒源祥看到的），山羊绒含量只有10%-30%，这些衣服价格一般在三百多也是合理的。

一百多的肯定不是羊绒，不能要的。

根据个人和家人穿下来，推荐以下品牌：

鄂尔多斯

梦特娇

鹿王

皮尔卡丹

金兔

2010年11月4日实行第二轮量化宽松货币政策，向市场注资6000亿美元。下面是复制的

美国政府在次贷危机中的干预措施

2007年3月份美国次级抵押贷款危机爆发以来，从信用危机到市场震荡，从金融体系而实体经济，从美国本土波及欧洲乃至亚洲，至今仍未出现整体向好的形势。为应对次贷危机这一重大挑战，美联储、财政部等美国政府部门相继采取了眼花缭乱的应对措施，包括传统的政策手段、创新的流动性管理工具、经济刺激方案、金融监管体系改革、出台《住房和经济恢复法案》等。9月7日，美国财政部长保尔森宣布接管美国两大房屋贷款融资机构房利美和房地美，并将由美国国会新创建的机构联邦住房金融署负责管理这两家机构。下一步的行动预计将包括注资、收购优先股、债券担保等具体救助措施。次贷危机给全世界上了生动的一课。尽管这一课仍未

结束，但其中美国政府部门广泛出动，全面干预的实践，已经成为包括美国在内各国认真研究的鲜活案例。

从2007年3月份美国次级抵押贷款危机爆发以来，到现在已一年半的时间。次贷危机从信用危机到市场震荡，从金融体系而实体经济，从美国本土波及欧洲乃至亚洲，至今仍未出现整体向好的形势。为应对次贷危机这一重大挑战，美联储、财政部等美国政府部门相继采取了眼花缭乱的应对措施。研判政府在次贷危机中的不同阶段所相应采取的各类政府干预措施的经验 and 做法，具有重要意义。

危机之初的政府干预：传统政策手段

尽管在次贷危机爆发之前，美国上述文章内容就是部门和机构已注意到次级抵押贷款宽松的贷款标准、掠夺性贷款等蕴含的市场风险，但并没有采取相应的应对措施。直到2007年3月份次级抵押贷款公司新世纪金融公司宣布破产，次贷危机问题开始引发广泛关注。

在2007年7月份之后，房地产抵押贷款市场危机急剧恶化，大批房屋所有者难以支付购房款，面临着丧失房屋赎回权的风险。为了帮助屋主应对丧失房屋赎回权问题，总统布什等行政部门相继推出了多项措施。2007年8月FHA推出的再贷款计划(FHA's Secure Program)，为陷入困境的房主提供FHA担保的融资。2007年10月份重组了由贷款公司、投资者等机构参与的希望联盟 (HOPE NOW Alliance)，寻求通过各方的协调、条款修正等方式增加抵押贷款融资。尽管这些措施取得了一定的进展，但未能根本上扭转次贷市场日益恶化的局势。

随着次贷风险加速暴露和违约率的上升，直接冲击到发放次级贷款的金融机构，波及持有次贷债券的对冲基金、投资银行等金融机构。市场恐慌快速蔓延，并引发资本市场、外汇市场等剧烈波动。金融市场信心受到严重打击，大量投资者抛出高风险债券，转向低风险国债市场进行避险，造成债市和股市资金供应紧张，次级债券市场更是大幅下跌。

这一时期，美联储悉数使用了传统的货币政策工具，以及相应的政策手段，对金融市场进行了全面的干预。

(一)公开市场操作，注入流动性。从8月9日开始的整个8月份，美联储频繁使用了公开市场操作，注入和回收流动性。除通常采用的隔夜回购交易外，根据需要，还多次使用14日回购交易等满足市场持续流动性需求。8月10日当日注入流动性更高达350亿美元，远远数十亿美元日均交易规模。

(二)降低联邦基金基准利率。尽管面临着通胀的压力，2007年9月18日，美联储

将联邦基金基准利率由5.25%降为4.75%，是2003年6月以来首次降息。此后，联邦基金利率多次下调，最近已经下调至2%。

(三) 降低贴现率。2007年8月17日，美联储决定下调贴现率0.5个百分点，从6.25%降至5.75%，并将贴现期限由通常的隔夜暂时延长到30天，还可以根据需要展期。同时，贴现贷款的抵押品包括房屋抵押债券等多种资产。至2008年8月30日已经先后十余次降低贴现率，贴现贷款余额大幅上升，为银行业提供了大量流动性支持。

值得注意的是，为应对次贷危机的蔓延，各国央行在此次危机处理中都深度介入，形成了对美联储流动性操作的“配合”。欧洲央行连续数日大规模公开市场操作，8月9日、10日、13日分别向银行系统注资948亿、610亿、476亿欧元，日本、澳大利亚等国央行也纷纷注资。

美联储创新的流动性管理工具

由于采取的一系列措施，暂时性地缓解了金融市场的流动性紧张。但进入2007年底来，陆续披露的主要金融机构的损失超过人们预期，显示金融机构盈利能力下降。同时，利率政策效应并不明显，经济走向衰退的风险进一步就加大。随着次贷危机又向债券保险领域的扩散，市场信心再度受挫，金融市场形势进一步恶化。

随着危机的扩散和升级，美联储在2007年12月之后，相继推出了三种新的流动性管理工具。

(一) 期限拍卖融资便利 (Term Auction Facility , TAF) ，是一种通过招标拍卖方式向合格的存款类金融机构提供贷款融资的政策工具。它融资额度固定，利率由拍卖过程决定，资金期限可长达28天，从而可为金融机构提供较长期限的资金 (见表1) 。从2007年12月至今，美联储每个月都操作2-3次，每次额度约300-800亿美元。

(二) 一级交易商信贷便利 (Primary Dealer Credit Facility , PDCF) ，是一种针对投资银行等市场交易商的隔夜融资机制，旨在紧急状况下为市场交易商提供帮助来拯救濒临倒闭的公司。

(三) 定期证券借贷工具 (Term Securities Lending Facility , TSLF) ，是一种通过招标方式向市场交易商卖出高流动性国债而买入其他抵押资产的融资方式，交易商可以提供联邦机构债、住房抵押贷款支持债券以及其他一些非联邦机构债券资产。它期限一般为28天，可用于改善银行等金融机构的资产负债表，从而提高金融市场的流动性，迄今仍被广泛使用。

此外，美联储还加强与欧洲中央银行、英格兰银行等合作，缓解各地货币市场资金需求，如分别和欧洲中央银行、瑞士央行合作建立200亿美元和40亿美元的货币互换机制，平抑离岸市场的美元拆借利率。

美联储这些非传统工具的使用，一方面延长了流动性管理的期限，改变了以往美联储主要采用隔夜等短期政策工具的惯例，增强了流动性管理的灵活性；另一方面，流动性的操作大量通过国债、机构债、资产抵押债券等交易进行，增强了对市场利率的管理。但与此同时，美联储将监管和援助范围从商业银行扩展到了投资银行，也引起了广泛的争论。

国会与总统的共识：经济刺激方案

针对2007年底次贷危机的加深，在美联储之外，美国政府各部门又陆续推出抵押贷款市场若干救助措施，并最终促成了总规模1500亿美元的经济刺激方案的出台。

2007年12月，美国财政部牵头提出了市场救援计划并经总统批准，该计划通过与贷款公司、投资者等谈判，冻结两年以内发放的浮动利率抵押贷款，以减轻房屋贷款的还贷压力。12月20日，总统签署了《抵押贷款债务减免的税收豁免法案》(Mortgage Forgiveness Debt Relief Act)对房屋所有人住房按揭贷款减免的同时进行税收豁免援助，增强他们的债务偿付能力。

2008年2月美国政府联合美国银行、花旗银行、摩根大通等6家房贷公司推出了“生命线工程”(Project Lifeline)，主要针对每月抵押贷款还款逾期90天以上的屋主，规定房主可以向房贷机构申请获得30天的缓冲期。

经过总统和国会数月的酝酿和讨论，应对危机的经济刺激方案终于达成一致共识。2008年2月14日，总统布什签署了总额约为1680亿美元的法案，拟通过大幅退税刺激消费和投资，刺激经济增长，以避免经济衰退。

法案主要内容包括：年收入在7.5万美元以下的纳税人将得到600美元的一次性退税；以家庭为单位进行纳税的，如果家庭年收入不超过15万美元，每个家庭将得到1200美元的退税；有儿童的家庭每个儿童将得到300美元的额外退税。此外，年收入超过7.5万美元的纳税人或年收入超过15万美元的家庭，也将获得部分退税。同时，大量中小企业还可获得总额为500亿美元的税收优惠。此外，方案提高了政府支持企业(GSE)抵押贷款持有的最高限额。

不少经济学家认为经济刺激方案将对美国经济增长将发挥积极效果。美国政府近期颁布的财政经济刺激方案对美国经济增长的作用将在今年第三季度明显显现。如果没有总额1,520亿美元的经济刺激方案，美国经济第三季度将可能仅仅增长2.5%左

右；预计经济刺激方案将在第三季度产生近三个百分点的影响，在相关政策支持下，经济增长可能达5.25%的增长率。但同时，刺激方案也可能对长期经济增长产生负面作用。

两房危机与《住房和经济恢复法案》的最终出台

2008年7月份以来，美国住房市场持续低迷的形势仍未有好转，由于市场对房利美(Fannie Mae)和房地美(Fredie Mac)两家房贷机构面临严重资金短缺的担忧，两家公司股票出现暴跌并触发股市的大跌，标志着次贷危机进入了一个新的阶段。

为避免局势进一步恶化，当月13日，美国财政部紧急宣布救助计划，包括提高房利美和房地美的信用额度，买进两家公司股票以及改进监管等内容。美联储行同日宣布，接受两家公司的债券为抵押品，以保障公司的充足流动性。

在不容乐观的形势面前，历经波折的《住房和经济恢复法案》(The Housing and Economic Recovery Act of 2008)最终终获通过。并于7月30日经总统签署发布。法案一方面宣布拨款3000亿美元在联邦住宅管理局(FHA)管理下建立专项基金，为40万个逾期未还按揭贷款的家庭提供担保；另一方面授权美国财政部可以“无限度”提高房利美和房地美的贷款信用额度，并承诺在必要时刻美国政府将出资购买这两家机构的股票。此外，还计划向地方政府提供应急基金，用于购买空置、丧失抵押品赎回权的房产，出租或低价出售给低收入家庭。

《住房和经济恢复法案》的最终通过，在提供住房抵押贷款直接救助措施的同时，对解决次贷危机中的一些深层因素也提供了解决方案，因而对于稳定市场信心将发挥积极作用。同时，房利美和房地美两家机构长期积累下的诸多问题的处理，又涉及诸多结构性问题，势必会是一个长期和艰难的改革和调整过程。

次贷危机：政府仍在行动

目前，美国政府针对次贷危机的干预措施仍在陆续推出。9月7日，美国财政部长保尔森宣布接管美国两大房屋贷款融资机构房利美和房地美，并将由美国国会新创建的机构联邦住房金融署负责管理这两家机构。下一步的行动预计将包括注资、收购优先股、债券担保等具体救助措施。

尽管各界普遍认为，次贷危机尚未过去，危机进一步可能发展仍有待观察，美国之外也陆续出现危机新的发展。但最近一段时间公布的美国经济数据，则开始出现经济回调的迹象。美国房地产市场开始出现触底迹象，6月新屋开工止跌回升0.9%，美国可口可乐、花旗集团、美国银行一批上市公司陆续公布了第二季业绩，普遍优于预期，或许危机已经度过了最严重之时。

次贷危机给全世界上了生动的一课。尽管这一课仍未结束，但其中美国政府部门广泛出动，全面干预的实践，已经成为包括美国在内各国认真研究的鲜活案例。

(作者系北京大学经济学博士，任职单位：全国人大财经委)

我国典型电子商务盈利模式

在我国，电子商务的发展在经历了“概念炒作”的第一阶段和“.com”公司竞相涌现的第二阶段后，目前已进入理性发展的第三阶段。所谓理性，一方面是指对电子商务的理论认识上，改变过去重“电子”轻“商务”的错误观点，认识到电子商务“电子”只是基础，“商务”才是核心。另一方面，在对电子商务盈利模式的选择上，不再求大求全，而是根据企业自身的特点，做专做深，构建具有核心竞争能力的网站。管理意义上的核心竞争能力，是指企业在经营过程中所形成的，不易被竞争对手所模仿的，且能带来超额利润的能力。这种能力反映在电子商务盈利模式选择上，是指选择一种不能为其它企业所学习的模式，或学习成本相当高的模式，来实现网站的可持续发展。

目前，不少网站已开始盈利，并呈现良好的发展态势。其基本的盈利模式如下。

在线销售商品模式

在线销售商品模式在形式上可以分为B to B、B to C、C to C等多种。目前蓬勃发展的是第一种B to B模式，其表现为一条产业链中上下游企业之间供应、采购活动的网络化。这种模式都为传统生产型企业所采用，其网站的核心竞争能力表现在如何利用网络为企业更多地降低库存、采购成本和管理成本，从而获取更大的盈利空间。如美国戴尔公司的网站，就是这种模式的成功典范。

第二种B to C模式，虽然成交额比例远远不如B to B模式，但目前也有很好的发展。传统企业商务模式的网上迁移，去掉了“迂回经济”的非经济性，使企业进入了“直接经济”时代，生产直达消费。和传统商务模式相比，B to C商务模式可以实现24小时在线服务，可以为企业降低销售成本和内部管理成本，从而为企业带来更大的盈利空间。如上述戴尔公司，在顾客方面，戴尔与顾客保持互动，通过戴尔网站实行直销，不仅可以更深入地了解顾客需求，更能获取传统模式中留给中间商的利润空间，降低了销售成本。

在中国，由于物流配送水平还不高，配送更多的还是借助于传统物流，如邮寄等，这在一定程度上阻碍了中国B to C商务模式的快速发展。

因此如能有效解决物流问题，B to C商务模式在中国现阶段也能得到较好的应用。如在网上销售对时间不敏感的商品，或实现小区域范围内的快速配送都能较好地解

决配送难题。如新兴的企业当当书店，作为全球第一大中文网上书店，它可以在网上提供20万种以上国内出版的图书。相对于传统的物理书店，买书者往往能在当当书店买到更多的专业书籍，而且当当书店还可以帮助解决边远地区或者海外华人买书难的问题。因为人们对购书时间不敏感，当当完全可以借助邮寄来解决物流配送难题。当当的网站模式借鉴于美国亚马逊在线书店，似乎别的企业也可学习过来，但有一点却是学不来的，即它的书目数据库，这个数据库是当当花了几年时间，收集大量的信息整理得来的，这是当当书店网站的核心竞争能力所在。

在线销售数字内容模式

面对信息量急剧膨胀的网上数据资源，用户对特定信息的查询往往会产生两种结果：信息过载和信息迷向。信息过载是指找到的信息太多，没法有效消化和应用，信息迷向是指基于目前技术，难以有效地表达需求和准确寻找到所需资源。鉴于此，能有效解决信息分类、深入加工和提供专业检索的网站，必然存在巨大的市场。原来做信息的传统企业，在向互联网迁移的过程中，利用其自身的信息优势，依托互联网来提供更好更方便的检索手段，必然会赢得越来越多的受众。这种网站盈利模式的核心竞争能力不在于信息技术，而在于它能提供给用户高质量的信息内容。

如中经网，作为国家的一个信息中心，网站定位在为政府、为企业提供高质量的经济信息服务。为把内容做专做深，中经网大量网罗专家，把国内在经济领域顶尖的人全圈过来做信息分析，然后利用网络技术把这些高价值信息内容系统化地进行组织整理，即集中力量解决数据库和网上WEB的联系和应变。中经网提供的是对整体经济环境可靠、准确、系统、连续的描述，有利于政府的宏观决策，也有利于企业经营者减少经营风险，提高经济活动的有效性。中经网提供的信息对政府现在免费，对企业是收费的，也许随着政府职能的转变和进一步深化改革，将来也可对政府收费，目前，中经网的主要收入来源是企业信息收费。

又如，CNKI中国知识基础设施工程把国内6600多种学术期刊搬到网上进行信息资源共享，其市场细分非常明确，为高校和学术团体进行信息查询和学术研究提供服务，CNKI.NET自1999年开通以来已有100多个定向站点，所有的高校都是他的用户，包括一些省市级的图书馆，CNKI的专业检索技术极大地方便了高校和学术团体进行信息查询和学术研究，现在，CNKI还只是把期刊、杂志、一部分报纸、博硕士论文、学术会议信息放在网上，还有很多信息没有进行数字化，没有进行深入加工，即还有很好的市场前景。

在线提供服务模式

在线能提供的服务是多样的，如网络游戏、广告收费、在线交流、在线音乐、在线电影、电子邮箱、虚拟空间等等，有的盈利模式目前是明晰的，如网络游戏，2003

年度福布斯中国富豪排行中，第二名的盛大网络和第十七名的第九城市都是依赖网络游戏盈利，广告支持模式也是盈利的，中国的几大综合网站，如网易、搜狐、新浪，还有著名的搜索网站，如百度、雅虎、google等，很大一部分收入都来自广告业务，但广告支持模式只适合有很大用户群的网站，对一般网站并没有多大的盈利支持，目前，很多网站的收费邮箱也能带来一些收入，但免费邮箱的并存使得收费邮箱业务增长缓慢，提供虚拟空间的网站也能盈利，但要靠规模经济。

在线提供服务模式的网站应该坚持一个原则，坚持做“离不开”的网站，如果提供的服务能给用户带来效用且离不开，那就是成功的服务网站模式，如在线游戏，为众多年轻人，甚至众多小孩所痴迷，就是一种离不开的模式，所以它能盈利，而在线音乐和在线电影却不能获此殊遇。因为人们可以通过其他途径得到音乐和电影带来的娱乐和享受，目前还是一种离得开的模式，其盈利模式有待进一步深入思考，再如新闻网站，虽然它能提供比其他媒体更快捷的新闻报道，但由于报纸、广播、电视的存在，还是离得开的，只能靠它来吸引眼球，而以其他的方式盈利。

另外，Internet需要很专业的分工，如果网站所提供的服务能满足某一特定的需求，同样也能带来盈利。我们知道因特网发端于美国，使用的是英文，这样美国企业建立网站，其网址与企业名称是高度一致的，如Microsoft与，IBM与等等，企业网下的形象、知名度可以非常容易的搬迁到网上，在中国做不到这一点，这样导致花很大投资建立网站的企业很难被访问。如何把中国企业原有的优势如品牌迁移到网上，如何让消费者更方便地找到企业和相关的产品，就形成一个非常大的需求，3721网站解决了这个问题，凭借3721提供的“翻译”技术，用户只要在浏览器的地址栏敲入企业名或品牌名，就能直达该企业，而不管该企业是什么，即使记得不清，输入不全，凭借3721的智能搜索技术，也能找到相关的信息，3721的运作模式是一种非常符合中国国情的创新的商业模式，满足了中国企业网络化生存与发展的需要，具有很好的盈利前景，目前，雅虎公司已斥巨资收购3721，借3721的专业化技术大举进军中国的中小企业，

交易费用模式

交易费用模式是指网站为交易的双方提供一个交易的平台，从中收取佣金，这类网站在网上大量存在，如很多的行业网站，招商网站，旅游代理网站等等，但做得最好的往往都有自己的核心竞争能力，如先入优势、行业优势或者是其他方面的优势

如拍卖网站，拍卖网站做得最成功的有美国的eBay，该公司是著名的消费品拍卖网站，它的成功在于吸引了足够的买家和卖家来形成有足够物品的拍卖市场，虽然Yahoo!、Amazon

也有大量访问者并进入到这个领域，但由于eBay的先入优势，Yahoo!、Amazon

还没有办法超过它。拍卖网站要解决的一个核心问题是交易双方的信用问题，市场经济是信用经济，网络经济同样是信用经济。为此，拍卖网站如Amazon 提出“拍卖担保”和“托管契约服务”等方案。中国的易趣拍卖网站做得很好，为了解决信用问题，它把自身的用户注册信息库与公安的信息数据库相连，从而可以核实用户信息的真实性，保证了交易的可信性。这一点也是易趣拍卖网站得以发展壮大核心竞争能力，另外，在易趣网站交易后的双方可以为对方就本次交易自由做出评价，作为下次参与其他交易的信用参考，也有力地约束了交易者的败德行为。

又如短信，本来短信是中国两大移动运营商的业务，但中国的三大门户网站利用因特网，却最终实现短信产品真正意义上的商业化。现在，这些门户网站在很大程度上都在靠短信赢利，这是一个典型的获取交易费用的盈利方式，三大门户网站能利用短信来盈利关键靠它非常大的用户群，是他们的核心竞争能力。尽管最近短信业务有所下滑，但日益增多的眼球也利于他们开展其他交易费用业务。

网站盈利模式是多样的，新的盈利模式也在不断出现。企业对网站盈利模式的选择是专业化好，还是多元化好，都要根据企业自身的特点来决定。专业性网站要做专做深，毋庸置疑，门户网站求大求全，但盈利的也只是其中的几个模式，故网站盈利模式的选择都可以归结到一点，即要培养自己的核心竞争能力，要做专做深，才能实现网站的可持续发展。

另附2006年中国电子商务盈利模式研究报告：

电子商务概念在1993年引入中国。1996年中国出现了第一笔网上交易。1998年以推动国民经济信息化为目标的企业间电子商务示范项目开始启动。自1999年以来，电子商务在中国开始了由概念向实践的转变。从一开始的B2C模式，到1999年的C2C网上拍卖以及1999年末兴起的B2B模式，电子商务在中国取得了良好的发展。

2001 - 2006年中国电子商务市场规模

在我国的各类电子商务中，B2B居于绝对主导地位。2005年中国B2B电子商务市场规模达到6446亿元，约占电子商务市场交易总额的95%。

B2C电子商务市场在2006年也得到了巨大的发展。从目前的情况看，B2C电子商务已经在中国形成了一定的市场规模。当当网、卓越网等在B2C电子商务领域领先的服务商已经开始对自己的企业进行进一步的整合。本报告对中国医药、旅游、办公用品、礼品收藏、营养保健、化妆品等行业的B2C电子商务市场进行了分析，并且总结了它们在2006年的盈利模式。

中国C2C市场，在电子商务市场中的份额很低，但最近几年一直保持高速增长。据

不完全统计，2005年，中国C2C电子商务的注册用户总数超过3000万，2005年中国C2C电子商务交易额超过100亿元人民币。截止到2006年第三季度，中国C2C用户总数突破6000万人。2006年中国C2C市场交易额约为270亿人民币。中国C2C市场，呈现三足鼎立的形势：老牌的eBay易趣，一直坚持着收费方针，市场份额不断减少；后起之秀的淘宝网，以免费的措施不断扩张自己的市场空间；异军突起的腾讯旗下拍拍网，免费策略加上腾讯QQ的巨大用户数量优势，2005年9月上线以来，呈现高速增长态势，截止到2006年9月12日，注册用户数已超过2500万，在线商品数突破500万。

在中国，电子商务未来将呈现如下发展趋势：

第一，电子商务的深度将进一步拓展。电子商务企业将从网上商店和门户的初级形态，过渡到将企业的核心业务流程、客户关系管理等都延伸到互联网上，使产品和服务更贴近用户需求。企业将创建、形成新的价值链，把新老上下游利益相关者联合起来，形成更高效战略联盟，共同谋求更大的利益。

第二，中国电子商务将面临严峻挑战。电子商务是国际贸易发展的必然趋势，随着国际电子商务环境的规范和完善，中国电子商务企业必然走向世界，这也是进一步扩大对外经贸合作和适应经济全球化、提升中国企业国际竞争力的需要。而随着中国加入WTO，国外的电子商务企业也将渗透到国内，对中国电子商务构成严峻挑战。

第三，电子商务网站将会出现兼并热潮。首先是同类兼并，目前中国为数不少的网站属于重复建设之列，定位相同或相近，业务内容趋同。由于资源有限，并且在互联网“赢家通吃”原则下，最终胜出的只是名列前茅的网站。其次是互补性兼并。那些处于领先地位的电子商务企业在资源、品牌、客户规模等诸方面具有很大的优势，但与国外著名电子商务企业相比还有很大差距。这些具备良好基础和发展前景的网站要发展，必然采取互补性收购策略，结成战略联盟。由于个性化、专业化是电子商务发展的两大趋势，而且每个网站在资源方面总是有限的，客户的需求又是全方位的，所以不同类型的网站以战略联盟的形式进行相互协作将成为必然趋势。

第四，行业电子商务将成为下一代电子商务发展主流。中国电子商务进入迅猛发展时期的典型特征是风险资金、网站定位等将从以往的“大而全”模式转向专业细分的行业商务门户。第一代的电子商务专注于内容，第二代专注于综合性电子商务，而下一代的行业电子商务将增值内容和商务平台紧密集成，充分发挥Internet在信息服务方面的优势，使电子商务真正进入实用阶段。

北宋 崇宁重宝 普通品价值20元左右参考 / 枚 特殊版除外

北宋崇宁重宝普通品存世量还是挺多的 所以价值并不大

具体的还需要你补个图看看再说

要自然光正反面清晰大图

我也有一些普通的崇宁重宝 发个图给你看看 咱们可以互相交流一下

图2这枚崇宁重宝背双龙 现在能值个5000左右吧

500是肯定不够的，1000也用不了哦。700-800左右吧

现在迪士尼没有平日门票了，都是节假日的，我以前从淘宝买的平日门票是220，昨天看了一下现在都是265了。两个成人这就要500多了。你要是到迪士尼门口去买票的话，更贵了。是港币350一个人。折合rmb就是308一个人了。

进去是不让带吃的，会检查包，不过不仔细，可以自己带点吃的面包什么的，就是充饥嘛。里面很多玩的东西，我当天就边走边吃，没专门吃饭，还玩到晚上8点。里面的饭店都好贵的，两个人至少150，还是很普通的饭而已，不是大餐。对哦，现在有一种套票，是带一顿午餐的哦，在淘宝看到是316元，这个蛮划算的哪。

买里面的纪念品也蛮贵的。很小的东西也要好几十。

所以喽，门票是大头。我觉得那个带餐的套票比较合适。

不是做广告啊，人家是深圳的康辉旅行社哪。我只是从他家买过门票而已，当时也是对比了好几家，觉得这家最便宜。我当时买了两张海洋公园，两张迪士尼，两张蜡像馆，两张深圳的世界之窗。呵呵，那次我和老公来玩啊，光门票就花了好多钱哦。

感谢您阅读本篇对AUCTION币前景怎么样的详细介绍，如果你对auction币价格还不够了解，想进一步学习关于AUCTION币前景怎么样的知识，可以在本站首页搜索你想知道的！