

向产业链上下游要利润,组建省港口集团促一体化改革

# 江苏港口经济: 稳中有进, 进中求质

本报记者张展鹏

作为反映经济走向的“晴雨表”,江苏主要港口年初各项数据“稳中有进”,同时“进中求质”,通过发展现代物流、优化航线、提升信息化水平,将产业链“前伸后凸”。江苏还计划组建省港口集团,深化整合航线、岸线、锚地资源,进一步提升效率、释放活力。

## 吞吐量稳中有升折射外贸复苏

2月27日,连云港新东方国际货柜码头,装载10062标箱的“中远美洲”轮正在紧张接卸。码头前沿,一辆辆运输卡车排成长龙,鱼贯出入,将集装箱运往铁路装车点,不久后搭载连云港中亚或中欧班列前往各自目的地。

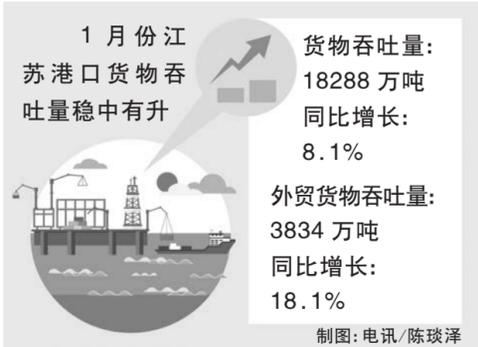
“每年1、2月是传统的货运航线淡季,但我们的货物吞吐量稳中有升。”连云港港口控股集团生产业务部高级总监孙平说,1月份完成吞吐量1912.66万吨,同比增长0.4%,集装箱国际货运量0.57万标箱,同比增长76%。

南京龙潭集装箱公司码头也是同样繁忙。上午七点,工人们已经开始忙碌工作。一排排起重机整齐排列,从满载的货轮上卸下集装箱。江苏港口集团货物吞吐量在去年底突破一亿吨,成为长江沿线首个“亿吨级”港口企业,大家现在干劲十足。

江阴港是无锡地区唯一的出海口。1月份完成货物吞吐量1150.91万吨,同比增长25.78%;其中外贸吞吐量245.93万吨,同比增长97.42%。接近翻倍的外贸增幅成为江苏的一个缩影。

江苏是港口大省,也是外贸大省。1月份,江苏实现外贸进出口3107.4亿元,同比增长20.5%。与此相应,1月份江苏港口完成货物吞吐量18288万吨,同比增长8.1%,其中外贸货物吞吐量3834万吨,同比增长18.1%。

据江苏省交通运输厅港口局局长朱培德介绍,围绕国家“一带一路”、长江经济带等重大战略的实施,江苏港口调结构、促转型,其发展的地位和重要性进一步凸显,万吨级以上



泊位累计达到480个,总体通过能力达到19.4亿吨,全国28个亿吨大港中江苏占了7个,服务区域经济社会发展的能力进一步强化。

## 提质增效向产业链上下游要利润

记者调查发现,随着货运量平稳增长,江苏港口企业加快基础设施、运输装备优化升级,促进现代物流发展和综合运输体系建设,由此将产业链“前伸后凸”,创造出新的增长点。

——向现代综合物流港口转变。发挥物流整体功能优势,促进物流板块做大做强,是多家港口的共同选择。南京港整合集团航运物流资源,成立物流公司,推动码头经营业务与港口物流融合发展,2016年实现物流业务收入5亿元,同比增长30%;江苏连云港港物流控股有限公司实现货运代理、内外贸易、集装箱场站、仓储监管等物流业务的“全覆盖”,从传统港口装卸仓储加速向现代物流运营转型。

——外贸、内贸航线均有优化。接“一带一路”国家战略东风,盐城大丰港围绕建设“江苏沿海中部亿吨大港”的定位,全

力提升港口载体功能,1月份与印尼、巴基斯坦、埃及、西班牙等国家的货物往来大幅增长。

为了防范外贸市场的波动,江苏港口强化内贸干线建设。江阴港开通“江阴-广州”直达内贸航线,增加了一条连接起长三角和珠三角两大经济区的桥梁纽带,为区域内工业企业提供了快捷高效的海运物流通道。

——提升信息化水平打造“智慧港口”。随着互联网技术迅速发展,江苏多地积极探索“港口+互联网”,集聚物流、商流、信息流,推动港口经营业务附加值提升。在南京港,全新的信息系统已涵盖了铁、公、水运输过程中的所有单位,实现货物全程追踪和实时查询,提供实时的市场与运作数据,推进不同运输方式、不同企业间信息开放共享。

## 组建省港口集团促一体化改革

除了企业内部各自转型升级,根据交通运输部下达的“江苏沿江港口一体化改革试点”任务,2017年江苏港口一体化改革也将不断深化,特别是筹划组建省港口集团,被许多业内人士看作具有历史意义的改革。

江苏沿江、沿海港口较多,以往存在同质化发展和无序化竞争问题,造成资源浪费,也加大了企业盈利的难度。朱培德说,今年将进一步推进锚地、岸线、集装箱航线三大资源整合,特别是贯彻落实好省第十三次党代会精神,加快推进沿江沿海港口一体化。

南京港集团总经理沈卫新说,成立省港口集团能更好发挥港口的各自优势,有利于优化港口之间功能分工,促进港口岸线资源统筹利用开发,降低物流运输成本。太仓港相关负责人也认为,组建省港口集团整合全省资源,有望激发潜在的发展动能,成为各港口新的战略机遇。

业内人士提出,传统的港口活动只包括中转与产品分配功能,现代港口作为全球综合运输网络的节点,其功能也更加广泛,正朝着全方位的增值服务方向发展。江苏打造的省港口集团,有望成为商品流、资金流、技术流、信息流与人才流汇聚的中心,向着世界一流港口的目标前进。

# 共享单车火了,“老字号”车企机遇来了

据新华社天津3月2日新媒体专电(记者付光宇、丁静)仿佛一夜之间,共享单车火了!在很多城市的地铁站点、居民社区、大学校园、商场、公园,共享单车如雨后春笋般地出现在人们面前,成为街头一景,为解决人们出行的“最后一公里”难题提供了重要选择。那么,这些“小黄”“小绿”的共享单车是在哪里“出生”的?近日,新华社“中国网事”记者深入自行车制造企业一线,直击共享单车的生产过程,并采访专家分析共享单车发展给传统“老字号”自行车企业带来的新机遇。

## 记者探访:共享单车是怎样“炼成”的

在天津飞鸽车业发展有限公司的车库里,各条生产线上都是一派热火朝天的景象。记者看到了ofo小黄车的生产过程:从车轮到车架,共有80多道工序,一条几十米长的流水线下来,一辆小黄车就完成包装可以出厂了。

“在组装线上,轮胎有13道工序,整车组装共有68道工序,新增加工序约七八项。”天津飞鸽车业发展有限公司研发中心总监赵银告诉记者,共享单车比之前的普通自行车标准更高了,提升了易损和使用频繁部件的耐磨性。组装从“85装”变成“98装”了,比如以前车座座管不用连接,都是到店里面再组装,共享单车由于没有经销商环节,所以要在工厂装好,以前专卖店技师的工作现在要前置到工厂来完成。

一位业内人士透露,下一步制造企业将继续针对共享单车进行产品研发,比如在防盗方面,将采取更加专业的设计,使一般工具无法通用,可以有效降低车辆被拆卸、盗窃的概率。

## 一场“激活”传统车企的盛宴

当下共享单车行业的火爆态势,对于飞鸽等“老字号”自行车制造企业而言,也迎来了难得的市场机遇。

天津飞鸽车业发展有限公司总经理张金瑛说,没有共享单车时,行业的淡旺季很明显,现在已经没有淡季了,全年都得开足马力。去年底工厂就增加了100多人,到现在人数还在不断增加,以今年3月份订单为例,飞鸽的四个工厂总产量预计为90万辆,其中共享单车有45万辆,占了一半。由于订单量持续增加,最近飞鸽已经开始着手进一步提升产能了。

“干了一辈子自行车,也没想过自行车会有今天。”天津市自行车电动车行业协会理事长刘学权说,从去年上半年到现在,共享单车在全国已发展到有29个品牌,投入市场的总量超过300万辆,“共享单车激活了一批传统自行车制造企业。”

**共享单车火了**

◆从去年上半年到现在,共享单车在全国已发展到有29个品牌,投入市场的总量超过300万辆

**“激活”传统车企**

◆没有共享单车时,自行车行业淡旺季明显,现在已经没有淡季了,全年都得开足马力

制图: 电讯/陈琰泽



记者采访了解到,天津是全国重要的自行车生产制造基地。随着共享单车持续升温,有一定规模的自行车企业,如飞鸽、富士达、爱玛等都参与了共享单车的设计和制造并从中受益。而曾与飞鸽并肩的“老字号”车企上海永久和凤凰,同样也揽下不少共享单车的订单。

刘学权表示,按目前共享单车的投放范围来看,全国总需求初步估计在2000万辆左右,以每辆车平均每天5个人骑行计算,产品使用寿命约在2年。未来每年将会有1000万辆的修补市场,而这个市场将成为未来制造企业争夺的关键。

## 积极鼓励引导,“共享”绿色生活

交通运输部部长李小鹏日前表示,共享单车是城市慢行

系统的一种模式创新,实际上也是“互联网+交通运输”的一种实现方式,能有效解决人民群众出行“最后一公里”的问题,应该积极鼓励和支持。

“作为一种新生物事,很多方面可能都没准备好,出现了一些问题,但个例不是主流。共享单车能够实现互联网企业、传统制造企业和方便群众出行的三方共赢,市场需求强烈,前景非常光明。”刘学权说。

南开大学周恩来政府管理学院副教授李红梅认为,共享单车不仅方便市民出行,而且有利于改善气候,降低碳排放,尤其在雾霾肆意侵袭的当下,意义更加凸显。相关部门要主动作为,创造条件,加强监管,真正为大家把“好事办好”。

专家建议,要保证公共自行车的投放与居民出行需求相匹配,这样可以有效杜绝单车的乱停乱放问题。

# 盈利未可期,共享单车将往何处去

据新华社北京3月2日新媒体专电(记者丁静、付光宇)“一天开一城”的几何式扩张,“一星期出现一个新品牌”……2017年初,共享单车似乎成了最热门的话题。如此快速的扩张,共享单车市场会不会很快饱和?这种模式能否盈利?“乱停放”等问题怎么管理?未来将如何发展?

## 共享单车市场到底有多大?

共享单车进入人们视野还不足一年,已经遍布国内几十个城市,还在呈几何式扩张。《2016中国共享单车市场研究报告》显示,截至2016年底,中国共享单车市场整体用户数量已达到1886万,预计今年这一数字将达到5000万。“ofo”三个月内实现了218%的增长率,“ofo”创始人兼CEO戴威说,“几何式增长背后,共享单车市场到底有多大?”

“企业能做多大,需要看能为多少用户提供服务。也许5年后,共享单车面对的是全球几十亿人的市场。”摩拜单车和ofo相关负责人表示,共享单车市场潜力仍然很大。

也有专家持不同看法。东南大学交通法治与发展研究中心的专家顾大松认为,共享单车最终要用公共空间来停放,从这个角度讲,它的发展会受到城市公共空间的局限,是有“天花板”的;今年,该行业在一线城市甚至一些二线城市有可能出现“饱和”,三、四线城市仍有发展空间。

## 共享单车靠什么实现盈利?

不少业内人士认为,从商业模式上说,共享单车极具想象空间。共享单车的APP所带来的庞大用户流量和资金沉淀,都有很大的商业操作空间。物联网的发展也为共享单车打开了更大空间。

共享单车的商业空间触发了融资和争夺市场之战。3月1日,ofo宣布完成D轮4.5亿美元融资,称上线18个月以来已经融资7轮。此前,摩拜单车也完成了D轮2.15亿美元融资,优拜单车、小鸣单车等也宣布获得大额融资。

品牌越来越多,有网友形容“一星期就能出现一个新品牌”。这些品牌有的主打三、四线城市,有的推出“免押金”“免费骑”等营销策略,竞争十分激烈。

然而,盈利是模式可持续发展的根本,也是共享单车行业面临的巨大挑战。目前,ofo和摩拜都在投入期,尚未实现盈利。不过,随着用户数量增加,高频次骑行有可能降低成本。戴威告诉记者,ofo单车造价几百元,一辆车每天只需要完成1.5单,就可以抵消所有的车辆折旧与公司运营成本。

已经有企业因为单车丢失、投资人撤资等问题难以维系。

## 共享单车将往何处去?

大规模投放的同时,共享单车出现的“乱停放”等问题,也给城市管理带来新的挑战。对此,行业从业者已有相关措施。摩拜单车采取信用分机制,每次文明骑行加1分,不文明骑行被举报扣20分,信用分低于80分,骑行费用每小时高达100元。ofo建立了专业运维团队,对城市投放的共享单车进行了网格化管理,并通过APP的奖惩制度引导公众有序停放。

同时,一些地方正在探索、创新管理手段。比如,济南市划定共享单车指定停放点,北京石景山区组织环卫工人职工规范车辆停放,上海划定自行车停放的“白线框”。

天津飞鸽车业发展有限公司总经理张金瑛认为,共享单车处于发展初期,出现的问题可以在发展中逐步解决,目前增加自行车专用道、施划停车区等做法值得称赞。

共享单车未来将如何发展?不少受访专家认为,下一步竞争将集中在供应链、线上线下运营能力和提升用户体验三方面。业内人士表示,物联网等新技术可能会让共享单车产生颠覆性的改变。“共享单车可以作为一个高频使用入口,连接跟交通出行有关的人、车、物,也就有可能带动物联网基础设施的发展。”摩拜单车联合创始人兼CEO王晓峰说。(参与采访:张蔚林)

“当前更强调房子的居住功能,不宜短线炒作。购房者在购买了极小户型住房以后,可能会出现很多后续问题,比如学位无法落实,租金也没有预期的高

# 楼市「倒春寒」,极小户型为何走俏

新华社深圳3月2日电(记者王晓丹)调控之下,全国楼市遭遇“倒春寒”,一些地方的极小户型成交却逆势飘红,颇引人关注。是什么让极小户型受到追捧?未来极小户型能否成气候?

近日,深圳酒店改学学区房项目“太子道”开盘,30平方米以下、单价近10万元/平方米的极小户型房源推出后热销;即将召开的第32届深圳国际家具展也将展示实体18平方米极小户型样板房。

据了解,极小户型的概念最早来自日本和香港,面积多在20平方米左右,客厅和卧室无明显划分。在香港市区,面积在10平方米上下、带有卫生间的“劏房”(即房中房),月租金为3500元至6000元人民币。

尽管这些极小户型走俏还只是个别现象,有些还是营销的噱头,但在楼市调控政策持续发力的情况下,此类楼盘仍然高价位热销,让人不得不深思背后的原因。

深圳中原研究中心总监王飞认为,极小户型房产热销的一大原因是主打学区房,买房者希望借置业让子女上名校。深圳“太子道”项目虽然单价比周边二手房将近贵一倍,但其卖点为名校深圳中学学区房,所以受到“虎妈猫爸”的欢迎。

记者日前也在几家房地产中介网站上搜索发现,深圳面积在15平方米至25平方米的极小户型,售价在90万至130万元之间,以二手房为主,很多都标有“学区房”字样。

其次,极小户型总价相对较低,作为过渡性房产,能满足部分首次购房者的需求。乐居调查结果显示,57.14%的26-35岁单身青年是极小户型的主力需求者,49.58%的网友选择买“总价低,首付低”的房子,81.11%的网友选择总价100万元以下的小户型。

此外,极小户型房产也受到投资客和炒房者的欢迎。受房地产调控政策影响,高房价情况不断被“降温”,目前楼市仍在盘整期间。极小户型总价相对较低,投资风险相对较小,也较容易出租。

一些开发商利用营销手段、“精心”组织开盘,也是造成楼盘热销的一个原因。通过提前炒作,集中在一个时间段吸引客户选房、定房,购房者担心买不到房,于是出现了“人山人海”的抢购行为。

易居研究院智库中心研究总监严跃进认为,极小户型是高房价下的一个产物,此类产品成本较高,加之是过渡阶段的选择,所以并不能成为主流。未来,小户型即50至90平方米的物业仍将占主导。

根据2012年生效的新版《住宅设计规范》,兼起居的卧室、厨房和卫生间等组成的最小套型住宅,使用面积不应小于22平方米。

严跃进表示,从规划角度来看,极小户型面积过小,并不符合居住功能。如果未来要发展租赁市场,不排除后续会在8平方米到12平方米之间的物业进行规划,以用作简单的职工宿舍或是自持型公寓,但只租不售。

“建议购房者放弃入市炒作的念头。”严跃进称,当前更强调房子的居住功能,不宜短线炒作。购房者在购买了极小户型住房以后,可能会出现很多后续问题,比如学位无法落实,租金也没有预期的高。

# 杭州扩大限购范围 本地户籍限购第三套

新华社杭州3月2日电(记者马剑)杭州市住房保障和房产管理局2日晚发布《关于进一步调整住房限购措施的通知》,明确自3月3日起进一步调整住房限购政策,将富阳区、大江东纳入限购实施范围,升级非本地户籍居民限购措施,并对本地户籍居民家庭限购第三套住房。

《通知》要求,扩大限购实施范围,自3月3日起,富阳区、大江东产业集聚区纳入限购范围,在市区范围内统一执行限购措施。

同时,调整非本地户籍居民家庭购房须提供个人所得税或社会保险证明年限要求,由原有“自购房之日起前两年内在本市连续缴纳1年以上”调整为“自购房之日起前3年内在本市连续缴纳两年以上”,非本市户籍居民家庭不得通过补缴个人所得税或社会保险购买住房。

《通知》还增设了针对杭州本地户籍居民家庭的限购措施,明确暂停对已拥有两套及以上住房的本市户籍居民家庭出售新建商品住房和二手房。

2016年9月杭州部分区域重启限购后,大批购房者涌入不限购的富阳区和大江东。根据透明售房网研究院的数据显示,大江东近3个月的外地购房者比例已经超过四成,富阳区外地购房者比例也明显上升。与此同时,杭州本地人在限购区域购置三套住宅以上(含)比例上升明显。



▲3月2日,市民在杭州房地产交易大厅排队等待办理业务。新华社发(龙巍摄)