

焦点

■本报记者 李国 实习生 王静姝

随着7月1日全国铁路调图，重庆到华中、华东以及东南沿海的动车组贯通，重庆人步入了快速铁路时代。当天中午，在重庆龙头寺火车站5站台，渝汉“奉节号”动车首发仪式举行，成为重庆旅游业抢抓动车先机的标志性符号。而此前，6月21日~24日，重庆市旅游局以“感恩重庆 相约上海”为主题的“重庆非去不可”旅游专题展销活动在上海举行。黔江、武隆、酉阳、秀山、石柱、彭水一区五县组成的渝东南旅游专列全程参与这次活动，山水大自然、民俗原生态的渝东南旅游在上海刮起一阵“畅游渝东南领略武陵风”的旋风。

加快区域经济融合

7月1日，记者亲身体验动车发现，渝利线、宜万线这两条付出艰辛努力打通的铁路，带给了乘客震撼的隧道群景观。尤其从重庆长寿站一路到湖北恩施，火车刚出一个隧道，就马上钻进另一个隧道，几乎就像地铁一样在大山中穿行，每次短暂钻出隧道的时候，总能看到西南大山中一条条蜿蜒壮观的江河，还有点缀在水雾中的零散农家。

据悉，宜万铁路全长377公里，是贯通我国东、中西部的重要交通纽带。由于沿途遍布岩溶、暗河等，地质构成十分复杂，159座隧道和253座桥梁长度占线路总长的74%，这条三分之二为隧道和桥梁组成的铁路，被铁路专家们公认为“世界上最难修的铁路”。

重庆火车站站长罗冠军告诉记者，以前重庆到上海最快的是K73次列车，全程运行时间27小时左右，而今动车全程用时13小时，比K73时间缩短约14小时，做到了朝夕至。

“对于重庆而言，作为西部城市代表、西南铁路枢纽，今后重庆向西开行有成渝动车，向东有开行到武汉、上海、厦门等地的动车，与长三角的联系将更加紧密，重庆在西南铁路网中的枢纽地位、长江上游经济带西部中心枢纽的地位更加凸显。”重庆社科院区域经济研究中心主任李勇表示，长江经济带的建设，必须要有综合立体的交通作为支撑。此次动车开通，将大大弥补水路与航空运输的不足，形成立体交通网络，由此贯穿东、中、西部三大地带，促进区域经济协作。

李勇认为，重庆正在打造“6+1”支柱产业，也在吸引其他产业入驻。目前，东部地区很多产业正在向中西部地区转移，动车将是“催化剂”，能加快这些产业的转移，促进重庆

7.4%的背后：升降之间中国经济结构调整成效初显

■新华社记者 陈伟伟 安蓓

上半年，全国房地产开发投资增速同比回落6.2个百分点；全国网上零售额同比大幅增长48.3%。一升一降的数据对比正是我国结构调整的缩影。

今年以来，党中央、国务院科学统筹稳增长、促改革、调结构、惠民生、向改革创新要动力，向结构调整要助力。在7.4%的半年经济增速背后，“结构调整”成为推动经济发展平衡、协调、可持续的重要动因。

中国人民大学教授李义平认为，要从昔日的GDP崇拜和速度型情结中挣脱出来，以平常心对待一个并不算快速的、自然而然但确实有效的增长速度。要清楚地把握当前阶段的主要任务是创新、调结构，是追求经济增长的结构效应，即通过经济结构、产业结构、产品结构提升带动经济增长。

日前披露的中国经济“半年报”数据已经为世界展现了结构调整的图景：

从经济结构看，消费成为拉动经济的关键力量。统计显示，上半年最终消费对GDP增长的贡献率达到54.4%，拉动GDP增长4个百分点。

从产业结构看，第三产业比重持续提升。上半年，第三产业增加值占国内生产总值的比重为46.6%，比上年同期提高1.3个百分点，高于第二产业0.6个百分点。

从投资结构看，第三产业投资增长19.5%，比第二产业高出5.2个百分点。同时，民间固定资产投资同比名义增长20.1%，增速比1~5月份加快0.2个百分点，占全国固定资产投资比重达到65.1%。

从居民收入分配结构看，城乡居民收入差距继续缩小。上半年，农村居民收入实际增

责任编辑：杨冉冉

动车开行打开市场新空间

重庆抢抓动车旅游业先机



地区工业发展。

带来市场新商机

“沪成渝动车组列车开行最先得益的是沿线旅游产业。”重庆铁路旅游部门工作人员介绍，由于旅途遥远，长三角地区前往川、渝旅游的市民大部分选择飞机出行，沪成渝动车组列车开行后，受高铁便捷、舒适的出行环境，以及时间、价格等因素影响，部分市民将会选择高铁出游。目前，铁路部门已经推出了恩施、神农架和长江三峡动车邮轮三地六日游产品。

去年底，随着渝利铁路的通车，沿线的重庆石柱、湖北利川等地率先尝到了“甜头”。据成都铁路局透露，渝利铁路动车组一直保持高上座率，常常在周末也会加开满足旅客出行。

“动车开通后肯定会带来新的发展空间和商机。”重庆中旅集团总经理廖伟说，与飞机相比，动车不仅具有成本优势，还可以避免冬因雾霾天气等造成的航班延误等。

重庆市旅游局副局长秦定波表示，重庆每年大约有数万中老年人从重庆乘坐游船到华东、长三角地区旅游，如果再乘船返回重庆，不仅花的时间多，费用也高。有了便捷的动车，市民就可以从上海、南京等地花10多个小时回重庆。同时，长三角地区的游客也可

7.4%的背后：升降之间中国经济结构调整成效初显

长9.8%，比城镇居民收入实际增速高出2.7个百分点。

此外，节能减排成效进一步显现。统计显示，上半年单位GDP能耗下降率比去年同期扩大0.8个百分点。

“服务业增速超过工业，这是结构调整和转型升级的重大变化，也是经济稳中趋稳下一道亮丽的风景线。”国家统计局新闻发言人盛来运认为，中国经济正在由原来的工业主导型经济向服务主导型经济转变，这种趋势将对中国经济增长带来深远的影响。

中国经济转方式调结构绝非轻而易举，在面对国内外不确定性因素和经济下行压力下，坚持结构调整实属不易。今年以来，我国推进资源价格改革，淘汰落后及过剩产能，发展新兴产业、鼓励信息消费等，调整产业结构、加快经济转型升级的脉络清晰可见。

在国务院发展研究中心宏观经济部研究员张立群看来，中国经济在宏观方面的平稳增长态势基本建立。但从微观的调整和转型看，正处在一个非常关键的时期。当前企业困难非常普遍，经营压力大。这个时候更要加快转型升级，从基础上增强经济发展的稳定性。

当前一些企业逆势增长，充分说明抓紧促改革、调结构、推动转型升级才是摆脱困境的根本出路。“必须争取从过去‘有没有’转向‘好不好’；从过去关注数量扩张转到关注质量和效益；从过去传统的发展模式转向更加注重质量、效益、研发能力、品牌打造，职工队伍素质提高，以及成本管理能力提高等。”张立群说。

“当前经济面临的最大挑战，就是如何消化结构调整的阵痛，结构调整恐怕不能在短期内很快完成，如何处理稳增长和调结构的关系非常重要。”中国国际经济交流中心咨询研究部副部长王军说，尽管面临经济下行的压力，但必须继续坚持调结构，去产能、去杠杆、去泡沫。（据新华社电）

以从当地乘坐游船到三峡、重庆来，然后坐动车返回。可以说，动车与游船起到了互补的作用。此外，动车还可以带动三峡库区深度游。

“动车开通后，多元化的出行方式，有利于旅行社开发新的旅游产品。”新世纪游轮旅行社负责人告诉记者，目前，该公司已开发出从上海坐动车到重庆、坐游轮到宜昌，再飞回上海，行程7天的旅游线路。此外，中旅、海外等重庆旅行社都已推出了类似产品。

“6月底，我们已尝试开设了三峡游轮动车4日游、宜昌动车2日~3日游两类产品，每天报名人数超过100人。”在重庆大华国旅总经理陈方萍看来，动车改变了以往轮船游、汽车游的传统三峡旅游产品格局，在成本增加不大的同时，大量节省出游时间，拓展了旅行社的产品开发空间，也为游客提供了多元化的出游选择，市场潜力巨大。

“动车开通后肯定会上绝大多数‘动车旅游’产品，仅仅是改变了到达目的地的通行方式，鲜有围绕动车沿线深入挖掘一些新的线路产品。”

“从重庆出发，以华东、福建为目的地，路程太长，不宜设计动车旅游产品。”廖伟告诉记者，动车开通以前，宜昌、武汉等通常是作为两个目的地出现，现在要串联起区域旅游，还需要在交通工具衔接、跨省区域连接等方面下功夫。

“只要旅游产品设计得好，配套设施跟上，大量以往藏在‘深闺’的旅游资源，将有望激活。”重庆工商大学教授赵小鲁建议，开发动车旅游产品，重点并非改变交通方式，而是依靠动车的区域串联作用，挖掘新的旅游集散地，打通以往的“断头”旅游线路，发展以动车为载体的全新旅游产品。

抢先机争相布局

6月24日，“长江三峡号”、“山水都市

号”、“渝西走廊号”和“乌江画廊号”4艘动车模型停放在上海杨浦区商圈。在重庆市副市长谭家玲的带领下，38个区县的上百景区、游船、旅行社的旅游商品摆放在动车中，供上海市民咨询和参观。

据悉，当天在上海长宁区古北社区、松江大学城文汇路商业广场、杨浦区五角场万达广场等多地旅游宣传活动中，形如动车的渝东南旅游展台前人头攒动。中国峡谷黔江、“爸爸去哪儿”拍摄地武隆、中国爱情治愈圣地彭水、酉阳桃花源等，独特的民俗文化、地质奇观和原生态山水，在整个“重庆非去不可”四台旅游专列中尤为引人注目。

紧随其后，库区旅游大县奉节祭出旅游宣传大手笔——将渝汉动车冠名“奉节号”。7月1日13时15分，看着“奉节号”动车开出站台，奉节县旅游局局长邹远江高兴地对记者说：“我们的旅游动车开通，无疑是奉节迈向旅游大县的最重要一步。因为动车强大的宣传攻势和便捷交通，将会使奉节成为旅游集散地的趋势日益增强。”

奉节县县长朱茂在致辞中称，适逢天坑地缝景区荣获国家“4A”级旅游景区，瞿塘峡创“5A”的大好时机，“奉节号”动车开行进一步提升奉节旅游知名度和影响力，将积极拓展华东旅游市场，使奉节旅游形象得到广泛意义的延伸。

作为重庆“母城”的渝中区也不甘示弱，悠久深厚的文化底蕴和独具特色的山水景观的结合，是渝中旅游核心竞争力的关键。在渝沪动车开通之际，渝中区委常委、宣传部长何积光向记者表示，近年来，渝中区坚持“城际旅游”和“文旅结合”的两大发展战略，以“产业素质提升”和“产业能级提升”为核心任务，努力把渝中建设成为具有国际水准的景观区，让渝中半岛成为重庆旅游非来不可的“5A级”景区。

抢先机争相布局

6月24日，“长江三峡号”、“山水都市

零售企业的寒冬真的来了么？

■本报记者 赵昉

老百姓每日生活息息相关的日用品和食品，这些东西大多并不是网购的主要商品。而百货商场对应的是中端消费者，这些消费者对商品的质量和舒适度要求较高，往往要亲自来实地体验挑选。

市场总量在增加，受网商的冲击并不大，那为何零售企业依然关店频频呢？如果仔细看这些零售企业给出的关店理由，有许多是“优化布局”。

目前，我国零售企业员工收入每年增长约在5%至10%之间，而商业地产的租金率平均每年大约增长3%至5%左右，一线城市和二线城市黄金地段的租金年均增幅可达10%甚至更多，人均工资和租金率同时上升。这意味着，零售企业同店增速必须超过人力成本和房租的增速才能保证正常运营。

过去，零售企业都愿意扎堆设在城市中心区域，因为中心区域交通便利，人流密集。但租金和人力成本上涨，让这些中心城区的零售企业步入“微利时代”甚至“负利”时代，关店止亏在所难免。

对于百货业而言，目前被关的门店，其实多数位于城市的黄金地带。北京市

上半年关门的三家百货门店，分别是劲松地区的王府井洋华堂、方庄地区的贵友大厦和位于北二环的三利百货。这些百货商场都位于城市的黄金地带，周边有成熟的社区和便捷的交通，照理说应该是客源不愁。

但是，这些老式的百货公司有一个通病，就是其在设计之初，只考虑了购物功能，相应的停车场、餐饮和娱乐服务较少，而餐饮和娱乐，恰恰是目前百货公司的主要盈利来源。这些老式的百货公司，周围早已经是寸土寸金，单靠自身力量已经很难扩建，关门转型或交给其他商业地产集团重新定位打造，实则是大势所趋。

而对于超市而言，目前被关店的大型超市，大多是二、三线城市的外资超市。在此次关店潮中，外资零售企业关店数达118家，占关店总数的75%（含中外合资企业）。江苏、浙江、安徽等省份的二、三线城市，成为大型超市关店最多的区域。这一数据显示，外资大型超市，在二、三线城市未必就比本土特色浓郁的中小型超市更能吸引当地消费者。

有业内专家建议，零售企业转型，应当

导读

6版：旅游电商让利引发签证市场洗牌

7版：义乌：“鸡毛换糖”再出发

8版：新能源汽车推广大提速

热点

■本报记者 徐潇

一则关于“乐视网被国家新闻出版广电总局点名严重违规，与集成服务牌照方合作被终止”的传闻在市场上掀起轩然大波。

作为年初成为国内A股创业板市值最高公司的乐视网，受此传闻影响，其股价连续两天放量跌停。

“资本市场反应太过度了，远超过我们预料。”7月18日下午，乐视网在位于北京宏城鑫泰大厦17层的大会议室里，对近期国家新闻出版广电总局严管电视盒子一事进行紧急说明。

乐视网在最新发布的公告中称，据公司向监管部门了解，乐视与央视在互联网机顶盒合作中存在违规并被要求整改，在整改期间除央视以外的其他牌照方暂停与乐视合作，待整改完成并验收后其他牌照方再继续与乐视网进行正常合作。

与此同时，乐视网还对外释放多重利好：开启其全球化业务，牵手中宣部上线互联网行业首个党建轮播频道。此外，乐视网还将积极在广电监管部门的政策指导下，采取独立或联合广电系统内的相关单位申请互联网电视内容牌照。

业内人士指出，乐视希望借此打消市场对有关监管部门和乐视网关系的担忧。但是，乐视被市场担忧的关键原因是在于国家新闻出版广电总局认为在乐视与牌照方的合作中，乐视已经成为内容提供方主体，而牌照方沦为摆设，这与国家新闻出版广电总局当初设立广电牌照的初衷相背离。

近年来，在提出“平台+内容+终端+应用”商业生态模式、发布乐视超级TV和盒子等概念的轮番炒作下，乐视股价一路飙升，市值高达441.3亿元。

然而，这一切或将随着互联网电视行业所面临的“史上最严监管”而遭重创。

7月11日和15日，新闻出版广电总局分别会见中央三大台（央视、央广、国广）领导以及广东、浙江、湖南、上海四大台及地方局，就当前的互联网电视管理与经营工作存在的问题和整顿方向及时间提出了明确的要求。

国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司司长罗建辉表示，商业网站不应成为内容服务方。因此，此次整顿的重点之一就是禁止商业网站与牌照商合作开设“视频专区”。

根据国家新闻出版广电总局相关规定，播控平台只能接入合法的服务平台内容，不能与设立在公共互联网上的网站进行相互链接，不能将公共互联网上的内容直接提供给用户。大量未取得播映资质的境外影视剧、微电影、网络剧都将在一周内于电视盒子上下线。

这也就意味着，乐视原来想通过“大量超低价价格超级电视”抢占家庭视频内容入口，从而实现服务内容收费的商业化蓝海面临着“破碎”的尴尬。

此前，乐视网与电视机厂商合作推出“乐视网TV版”，用户打开电视接入网线后，即可直接在电视机上观看影视剧曾引发很大争议。

有专家认为，过去一年多时间，乐视超级电视正是利用了国家对于互联网电视集成播控平台的监管真空，通过与CNTV的牌照方合作，直接在CNTV的平台中嵌入“乐视网TV版”专区，并将乐视超级电视和智能盒子一打开就通过用户注册进入乐视专区，获得乐视专有的内容资源，最终让乐视用户认为，乐视已打通了视频网站内容向电视端进行无缝连接的通道，完成了“商业价值链”闭环。

事实上，随着国家新闻出版广电总局逐渐加强监管，在线视频网站希望通过电视“占领客厅”的美梦或将面临严峻考验。包括乐视、爱奇艺、搜狐视频、优酷土豆等在在线视频网站今后只能作为内容提供商，不能在电视

最严监管「突袭」乐视

在线视频行业面临考验

上直接对内容进行运营。

互联网企业和山寨厂商遭受“政策”打击，但对于以同洲电子为代表的广电合作厂商来说则是重大利好。7月18日，致力于打造电视互联网生态的同洲电子与来自贵州省网、北方联合、甘肃省网、长沙国安等省市的广电运营商正式宣布共同启动DVB+OTT合作运营，希望通过抢占操作系统领域，针对盒子市场有所作为。

“电视互联网出来以后就形成互联网的第三大业态，如果电视互联网没有统一的操作系统，互联网互联互通内容对接是不可能的，因此很有必要统一操作系统。”同洲电子董事长袁明称，其推出的同洲“云+端”整体解决方案可管可控，可以帮助广电提升应对跨界竞争的门槛。

业内分析人士认为，此次整顿互联网电视，虽然看似主要针对未经许可的互联网视频业务冲击广电管控，实际上也反映出国家新闻出版广电总局在电信网、广播电视网和互联网融合（三网融合）中对自身被边缘化的担忧，受政策影响，在线视频行业或将面临洗牌。“对于广电来讲，最关心的是两个地方：一个是接入，另外一个内容是内容。这两块如果都被突破，那广电的话语权将被削弱。”

零售企业的寒冬真的来了么？

将新的商场选址设在房租和人工成本、货运成本更低以及人口增长潜力较大的一线城市郊区，而随着私家车保有率的增加和公交的便捷化，顾客也能适应商场的郊区化和大型化，并享受商场所带来的除购物之外的其他服务。而在二、三线城市，则应致力于商场的小型化和社区化，但功能更加齐全，以更好地满足当地市民的需求。

所谓优化布局，其实就是有进有退，有退方能前进。只不过，有一些零售企业，因为之前“进得过深”，从一些区域退出来后，已经没有了在新城区重建商场的资源。而对于在这场大浪淘沙中幸存下来的零售企业而言，春天也许才刚刚开始，因为，中国零售业的总量，依然保持着强劲的上漲势头，而人们聚在一起逛街、购物、吃饭、看电影，则是城市生活必不可少的社交和休闲需求，这是互联网所替代不了的。