



6版：网咖，你是网吧请来的救兵吗？



7版：油画产业转型升级路在何方

热点

■新华社“新华视点”记者
王存福 杜放 郑钧天

位于上海南京路的一个楼盘，近期报价一平方米8万元至10万元。然而，其所在地块却是1992年首次拿地，“在建”逾20年，屡屡停工。这期间，周边房价从千元起步，相比上涨近百倍。

日前召开的国务院常务会议透露的不作为行为核查问责情况显示，截至8月底，各地今年已处置闲置土地31.25万亩。“新华视点”记者调查发现，一些曾经的“地王”、知名开发商都曾存在囤地行为，一些省份清查出的闲置土地逾十万亩。楼市调整期低价拿地、囤地借售背后，是开发商暴利和高房价。

一块地“捂”了20多年 房价上涨接近百倍

一平方米8万元至10万元，这是上海南京西路的协和城“2068号公馆”近期开盘后一度开出的均价。该项目于1992年首次拿地，仅二期项目就“在建”了20多年。年报显示，开发商中国地产在2010年后曾三度推迟了竣工时间。

现场销售人员告诉记者，“2068号公馆”今年刚有两栋住宅楼完工，已建成住宅楼中，还有部分“不知啥时开始卖”。即使按年报中最新的“预计2015年全部竣工”计算，从2006年有财务数据算起，协和城整个项目估值从约80亿元涨至超过300亿元。

据上海中原物业顾问研究员刘光富介绍，上海协和城项目首次拿地的1992年前后，周边区域的居民住宅报价还不到千元。按照开发商如今开出的最高价，单价涨了约100倍。

在北京，曾经的“地王”也存在“囤而缓建”的情况。2011年北京单价最高的“地王”地块——崇文门菜市场地块，拍卖时经历多家房企33轮竞价，按出让价，楼面地价达4.3万元/平方米。到了2014年末，该地块仍无任何建筑，目前仍在建设中。记者从多家地产中介了解到，近4年来，该地块周边的商住楼租金就涨了近30%。

“仅在海南省，2014年就清查出闲置土地13.92万亩。”海南省国土资源厅厅长陈健春说，涉及囤地开发商包括华润、中信泰富、鲁能和中远等，仅12家知名房企闲置土地就有4.47万亩，时间最长的达20多年，其间一些地块周边房价至少翻了一倍多。

“很多楼盘不是拿完地就开建，能拖就拖已是‘潜规则’。”上海万科房地产有限公司总经理孙嘉等市场人士说。

房子还没住产权就缩水，土地成本不断上涨

囤地最终都要由消费者埋单：2008年1月，知名房企和记黄埔取得上海嘉定南翔地块时，楼板价不足每平方米3000元。从拿地到开工超过3年，2013年9月首次开盘时，毛坯房均价达3.1万元，超过土地成本10多倍。

同时，囤地还带来住宅产权缩水，侵害消费者权益。北京市住建委网站披露的数据显示，位于通州区宋庄镇的鲁能“格拉斯小镇”项目拿地10多年目前仍在开发销售。据销售人员透露，按2005年前就已拿地计算，京郊一些正销售规划中的住房产权或已缩水10年，“买房者还没住产权就先缩水”。

业内人士表示，囤地还不止是开发商暴利的简单问题：假如一座城市一年计划供地10000亩，但有20%批而未用，供应的土地没有建成房子反而会带来住宅供应混乱，供需人为扭曲，形成地价攀升、房价走高的循环。

道道“严令”为何管不住囤地抬价？

1999年公布实施的《中华人民共和国土地管理法》规定，两年不开发的土地逾期无偿收回。根据国土资源部2012年修订《闲置土地处置办法》，开发商原因造成的闲置土地，未动工开发满一年的，按土地价款的20%征收土地闲置费；未动工开发满两年的，无偿收回国有建设用地使用权。

业内人士表示，国家及各省市几乎每年下发通知、文件，明确要求整治土地闲置中“囤地借售”现象。今年9月，河北省住建厅、国土资源厅就联合印发通知，要求严厉打击。

揭开了部分地产商“坐地生财”的秘密

我国每年产生废弃手机大约有2亿部，但回收率却不到1%

废旧手机“逆流”面临多重阻碍

焦点

■本报记者 罗筱晓

“从高中时使用的第一部手机到现在，我淘汰闲置的手机已有近10部了。”最近，面对从家里整理出的一抽屉手机，北京的王先生连称没想到。

王先生的感叹不是个案，据某互联网公司去年发布的《旧手机回收价值调研报告》显示，到2014年，国内的手机用户中，约50%换机时间为18个月，20%的用户1年内必须换手机。换机时间在两年以上的用户比例已降至30%，而根据中国工业和信息化部的统计，截至目前2月底，我国移动电话总数达到12.9亿户。考虑到部分用户“双机双待”甚至“多机多待”，因此目前使用的手机数量将远大于上述数字。

手机用户多，换机速度快，大量废旧手机的出现成为了必然。来自工业与信息化部的数据显示，现在中国每年产生的废弃手机大约有2亿部。与之形成鲜明对比的是，我国废旧手机的回收率却不到1%。我国的手机回收有什么渠道？在回收中有哪些问题？最近，记者进行了走访。

中国式手机“逆流”

一部手机，从原材料状态到达用户手中，会经历物流的全过程。与之相对，手机的回收则是一种逆向物流，即离开用户回到生产者手中甚至再次被分解成原材料。许多发达国家规定，手机生产者要对包括废弃处理在内的手机全生命周期负责。因此手机的“逆流”已形成了明确的制度，主要包括生产商回收、委托运营商回收和第三方回收三种形式。但目前在我国，由于没有类似的规定，手机回收更多的是个人和创业公司的行为，这就形成了独特的“中国式手机逆向物流”。

多年来，个体商贩都是手机回收的主要力量。9月22日下午，记者走访了中关村的三个电子商城。在各个商城的店铺中并没有类似“手机回收”的标识，但只要跟揽客的商贩提到想出售二手手机，他们均会表示自己就可以回收。在这里，手机回收是一种“公开的地下生意”；记者一旦表明身份想进行采访，所有商贩都立即对此避而不谈。

相比于“个体户”，网络回收平台是近年来新兴的手机回收渠道。登陆回收网站，根据提示选定手机各方面的情况，系统会自动生成估价，随后用户可以根据情况选择上门回收、邮寄回收或是直接将废旧手机送到平台线下实体店进行回收。某回收平台在北京的门店负责人赵立业告诉记者，到今年9月为



北京一个废旧手机收购网点。
宋吉河/中新社

止，公司在北京已有12家门店，一间店一个月最多能回收到近700台手机。

今年二季度，我国智能手机的销量首次出现了下滑，随着国内新手机销售市场的逐渐饱和，各手机生产商也开始关注回收市场。今年，苹果、三星、魅族、华为以及360都相继推出了手机回收计划，但目前看来，手机回收还未成为上述公司的业务重点。而在通信运营商方面，记者分别致电了北京的移动客服和天津的联通客服，工作人员均表示目前公司还没有开展废旧手机回收业务。

“逆流”环节处处受阻

与正向物流一样，逆向物流也需要每个环节畅通才能顺利完成。记者在采访时发现，目前我国手机的“逆流”在多个环节上都有不小的阻碍。

“手机淘汰了就放着，或者给我爸妈用，以前都没想过送去回收。”9月24日中午，记者在一家快餐店见到了通过网络平台预约上门回收的王先生。在询问过身边的同事、朋友后，记者发现王先生的做法很具代表性，“转给家里老人用”和“放在家里”是目前大多数人对旧手机的处理方式。赵立业告诉记者，很多客户是在逛街时看到了门店的宣传，才知道手机可以被回收。手机使用者没有回收的意识，这在源头上就制约了手机回收的发展。

当废旧手机突破层层阻碍终于“逆流”到

回收方手中时，又将在拆解环节遇到问题。某网上回收平台市场部副总裁谢尹晟告诉记者，目前我国环保拆解行业在技术方面已经有很好的发展，但高成本导致手机拆解难以形成气候。谢尹晟举了一个例子：以5元的价格回收一部手机，拆解后提炼出的稀有金属大概只值2元，而且拆解本身还有不低的成本，“没有利益驱动，自然没人愿意做”。

多管齐下方能打通“逆流”链

每年2亿部的废旧手机和1%回收率，这显示出了我国手机回收产业巨大的潜力。但要击破手机逆向物流链上的各个难点，必须尽快培育大众回收意识，形成行业标准，并且加强对手机回收行业的政策扶持。

在很多国家，民众无偿甚至“倒贴钱”将废旧手机交给回收公司处理是很平常的事。但在我市，由于环保意识还不够普及，即使是

有偿回收也常常不能顺利进行。赵立业用iPhone4举例说，经过多次更新换代，目前iPhone4的回收价不到500元，相较于初上市时5000多元的售价，客户就觉得不能接受。但同时，赵立业也越来越感受到越来越多普通客户开始有了环保观念，他说曾经有客户一次性拿了数十部手机来回收，最低回收价才2元钱，这样的客户选择将手机回收，更多的就只是出于环保的考虑了。

对于回收行业缺乏标准的问题，谢尹晟认为这需要在市场中自发地形成：“多年以来手机回收市场都十分混乱，要扭转这一趋势，只能通过各种回收途径充分竞争，最后产生一个最优的行业回收标准。”他同时也呼吁加强对回收行业的政策支持，“这种支持不仅是财政上的补贴，还应该体现为对电子垃圾回收的宣传和重视，为行业的发展营造出一个良好的社会环境和空间”。

链接

在国外，手机如何回收

德国：

德国的废旧手机回收由运营商主导。移动通信公司T-Mobile在手机专卖店内设立柜台，用户只需将旧手机、电池和充电器放进已填写好地址和支付了邮费的信封里，投入专用信箱即可。这种回收废旧手机的方式每回收一只废旧手机的同时，T-Mobile公司还会向德国环境保护组织捐献5欧元。此外，与T-Mobile签订新的手机合同或延长手机合同的用户，其旧手机可以根据型号折5~195欧元。

英国：

英国回收废旧手机有三个途径：(1)

设立收集点：手机回收公司与英国和欧洲的主要移动电话运营商签订协议，在这些公司的营业处为客户设立了1万多个废旧手机收集点，供客户投放淘汰的手机；(2)各移动电话销售公司的营业点免费向客户提供已付邮资的信封，客户可将淘汰的废旧手机免费投寄到手机回收利用中心；(3)开展社区废旧手机回收计划，目前已

帮助收集废旧手机。

在英国，70%的回收手机会被翻新，以相当于新手机一半左右的价格再次销售。剩余30%无法翻新的废旧手机会被拆解，最大化地利用其中的材料。

日本：

在日本，贵金属十分缺乏，但消费量又很大。因此含有10多种稀有金属的手机成为了日本最好的“都市稀有金属矿”之一。按1万部手机重约1吨算，500万部手机拆解后可以获得金140公斤、银1000公斤、铜5万公斤，因此日本非常重视包括手机在内的电子垃圾的回收。

日本的废旧手机回收主要是通过运营商的营业网点和手机专营商店进行，这些网点和手机专营商店里设有回收点，工作人员会当着顾客的面销毁废旧手机中的个人信息，然后将手机放入回收箱中。此外，为了确保更多的废旧手机得以回收，日本还要求出售手机的商家必须向顾客宣传手机中各种稀有金属的含量，以及回收手机时保证个人资料不流失的对策。

中石化号召百万职工学习两名一线工人

本报北京9月29日电 (记者孙喜保)今天上午，中国石化集团公司举办“田明、薛梅同志先进事迹”报告会，号召集团公司近百万干部职工向他们学习。

田明和薛梅都是中国石化基层一线的普通员工，他们质朴、动人的事迹令听众为之动容，真诚、简单的话引起了在场听众的巨大情感共鸣。

田明是中国石化集团公司江苏油田下作业处一名普通工人，30年的勤奋与探索，让他从一名普通的石油工人成长为石化技能大师。他先后完成革新成果92项，获奖44项，在国家核心期刊独立发表论文28篇。

铁路增开大量旅游列车满足最长“双节”需求

本报讯 (记者刘静)记者从铁路部门获悉，2015年中秋、国庆假期铁路运输自9月25日起至10月7日，共计13天，成为持续时间最长的一次“双节”运输。全国铁路预计发送旅客1210万人次，同比增加1245万人次，增长11.4%。预计客流高峰日出现在10月1日，发送旅客1330万人次，比去年高峰日增加157万人次，增长13.4%。

在“史上最长假期”中，广铁预计发送旅客1570万人，同比增长194.8万人，增长14.2%，日均发送量将超过春运、暑运。南昌铁路局预计发送旅客897万人次，同比增长132万人次，增长17.3%。陕西铁路预计发送旅客325万人。其中，9月30日、10月1日、6日、7日为客流高峰期，预计高峰期单日发送旅客将达到30万人以上。

针对假日期间客流集中出行的情况，铁路部门千方百计提高动车组和客车车辆的上线率。在京沪高铁、京广高铁、郑西高铁、宁杭高铁、津秦高铁、沪昆高铁等线路，将按高峰期图安排运行；在南广高铁、贵广高铁、沪昆高

铁、兰新高铁等新线，组织动车组列车重联或大编组运行，调整高铁动卧开行方案，在9月25日至27日连续3天，9月29日~10月2日连续4天、10月4日~8日连续5天开行北京至广州、深圳、上海至广州、深圳高铁动卧列车；在北京到成都、北京到哈尔滨、北京到南昌等方向，共安排跨铁路局中长途直通临客19对。9月27日是中秋节，铁路迎来客流高峰，全国铁路共加开旅客列车237列。

预计中秋、国庆假日期间，铁路客流以旅游和探亲流为主。铁路部门增开大量旅游列车满足广大旅客出游需求。如北京铁路局将增开太原、大连、长春、秦皇岛、邯郸、沈阳、赤峰等方向旅客列车，并开行浙江杭州、江西九江和陕西西安三个方向自驾游汽车运输专线。昆明铁路局增开83列临时旅客列车、加挂862辆次客车车厢以满足游客出行需求。新疆铁路部门将在假日期间加开104趟列车，包括去往阿勒泰、喀纳斯景区、伊犁河谷等旅游热点地区。为更好地方便全国各地游客观赏额济纳胡杨、沙漠的奇特风光，呼铁局将开行“草原之星”专列，累计将开行7列。

今天是“十一”长假前的最后一个工作日，很多人正在打点行装，准备“十一”出行。“上车睡觉、下车拍照、回家什么也不知道”，这曾是国人旅游的真实写照，不过，今年情况有些变化。

国内在线旅游网站芒果网发布的《2015年中秋国庆长假出游趋势报告》显示，今年长假旅游市场，整体呈现出长线化、多元化、年轻化等特点，从出游人群来看，在之前暑期旅游市场里占比比较大的学生族和老年人，在“十一”黄金周占比将大幅度下降，黄金周出游主力军是25~40岁之间的上班族。

而出游需求也不再只是为了购物和看景点，将近四分之一的旅游者，其旅游目的是为了“慢生活”。

越来越多的年轻旅游者，开始追求“轻装、轻便、轻松”的轻旅游，旅行不再是是为了“炫耀自己到哪里”，而是放松在平时工作中被束缚的心情。在“轻旅游”时代，游客们的消费模式也有了很大改变。

根据《2015年中秋国庆长假出游趋势报告》，今年四星和五星级酒店预订量占比，比往年多了一半之多，而在出境游中，有两成游客选择更“慢”的邮轮出行。

这样的旅游需求变化，应当引起包括旅行社、景区、酒店、餐饮等相关企业的关注。在过去，一些旅游企业“重量不重质”，景区人满为患，到了黄金周，往往还要“狼狈一笔”，酒店提价、餐馆也提价，生怕错过了这一年一遇的难得肥肉。毕竟，“来都来了嘛”。

但是，当游客们开始追求“轻旅游”时，他们在意的不再只是到达旅游目的地，更在

意前往目的地过程中的旅行体验，包括吃、住、玩、购、行在内的一系列服务。移动互联网的普及化，使得游客可以随时上网查知其他消费者对不同旅游企业的相关评价，并以此做出自己的消费判断。

过去，一个景区的游客量越多，往往收入自然也就越高，但如今则不然。游客们在一个景区内“慢下来”，体验旅游，玩得开心，轻松消费，其最终的消费量往往超过走马观花者。在这样的情况下，旅游企业应当改变过去以追求更多游客量为目标的经营模式，转而寻求对游客提供更好的体验式服务。

今年，有多家旅游景区将进行黄金周门票预售和游客限流，例如九寨沟景区的每天最大承载量为4.1万人次，当景区已售门票达到最大承载量时，将停止当日门票。毕竟，当一个景区内人挤人时，没有多少游客还有

心情继续“慢消费”。

在“轻旅游”时代，拥抱互联网，利用“互联网+”进行旅游产品营销和服务，也是旅游企业需要面对的新课题。因为，利用手机，游客们足不出户，就能预订下每日的吃住行玩。换言之，旅游企业之间的竞争，早在黄金周之前就已拉开大幕。统计数据表明，今年有7000多家景区推出在线门票订购服务，在线预订门票最高折扣超过50%，竞争激烈程度可想而知。

“轻旅游”时代来了，能提供更好服务的旅游企业，方能在本轮黄金周竞争中取得更大优势。