

在一拖再拖之后,盐业改革终于有了新的突破,上周国务院发布盐改方案,要求在2017年全面实施新的盐业政策:放开盐产品价格,允许食盐生产企业进入此前垄断的流通和销售环节,鼓励社会资本进入

# 盐改十年终破局

□本报记者 孙喜保

自2006年后,我国盐业体制改革喊了近十年,终于在上周取得了重大进展。

5月5日,国务院正式对外发布了《盐业体制改革方案》,这意味着盐改正式起步。方案在一些重大事项上有了不小的突破:一、到2017年,放开所有盐产品价格;二、取消食盐定点生产企业只能销售给指定批发企业的规定,允许生产企业进入流通和销售领域,自主确定生产销售数量并建立销售渠道……

## 方案有利于打破垄断

在业内人士看来,此次盐改虽然没有从根本上取消食盐专营制度,但改革的力度已经很大,不仅在一定程度上打破了此前的食盐专营垄断,还为进一步放开食盐专营制度奠定了基础。

此次盐改课题组相关人士表示:这是我们盐业管理体制的一次历史性变革,对于推进盐业体制改革、实现盐业资源有效配置、促进行业健康有序发展、确保食盐质量和供应安全必将产生深远影响。

此次改革最大的亮点是,一定程度上打破了我国食盐专营的垄断,促进整个食盐市场竞争更加公平。其中,“改革食盐生产批发区域限制”是主要突破点之一。

在以往的食盐专营体制中,食盐生产企业生产多少产品,产品提供给谁,都有严格的限制,必须按照销售公司(中盐公司)计划的数量进行生产。而且销售公司规定生产企业只能销售给甲公司,生产企业就不能向乙公司供应,否则将受到处罚。

这不仅导致了中间环节的垄断,还损害了市场的活力,饱受诟病。

这一制度,一方面被认为有利于保证食盐



龙巍 摄/东方IC

产品的安全,尤其是能够促进碘盐的普及,保证消费者的健康需求;另一方面,食盐专营制度所带来的弊端也越来越明显:利益分配不均衡、食盐多样化需求难以保证、垄断所带来的市场活力不足,甚至还出现了一定的腐败现象。

## 竞争格局将初步形成

根据方案要求,从2017年开始,“取消食盐批发企业只能在指定范围销售的规定,允许向食盐定点生产企业购盐并开展跨区域经营,省级食盐批发企业可开展跨省经营……”这意味着,不同厂家和销售公司的产品,在全国范围内将会有一定的竞争,打破以往那种地方保护的状态。

在此前,一些跨区域用盐的情况,经常被处理得非常严重。个别极端案例可见一斑。2014年,曾有媒体报道,江苏一名厨师因使用

据国家发改委有关调研资料,目前,全国

食盐的出厂价为400元至500元/吨,省、市、县三级盐业公司“经手”后,进入超市售价达到1.3元/500克,换算成每吨,合2600元,已经是出厂价的6倍左右。这中间的利润很大一部分被具有中介性质、负责销售的盐业公司赚取。

在盐业的产业链中,制盐企业因利润微薄,意见最大。据统计,目前,全国制盐企业有2200多家,但平均产能在3万~4万吨的小盐场占到绝大多数。很多制盐企业面临亏损,甚至存在倒闭的风险。

业内人士称,制盐企业的盐产品出售通道有三个:出售给两碱企业的工业盐;出售给漂染、制革等行业的小小工业盐;食盐。

其中两碱工业盐、小工业盐与食盐加工只少了一道程序:加碘,食盐的生产成本也因此比工业盐每吨增加10~15元。食盐的管制虽然严格,但是企业拿到生产指标后,其出厂价平均在每吨500元左右,工业盐出厂价仅约每吨200元。中间的差价基本被盐业公司获得。

在业内专家看来,此次改革之后,食盐生产企业可直接进入销售市场,无疑将促进更加公平开放的食盐市场形成。

在许多专家看来,此次改革的另一大突破则是,食盐价格将由市场来决定,不再由发改委定价。“这是对市场起决定作用的尊重,将有利于企业的自主经营和决策,有利于为市场提供更好、更丰富、更安全的产品。”参与此次盐改的一位专家告诉记者。

## 改革还将继续推进

食盐专营制度在中国有着悠久的历史,始于西汉“盐铁专卖”制度,当时主要是政府提供财政收入。据相关史料记载,自唐起,食盐税收占据国家税收将近一半,北宋时期,甚至达到三分之二,直至明清时期,中央政府

的财政收入“其半取于盐”。1950年,盐税占国家税收的百分比为5.49%。

我国目前的食盐专营始于1996年5月,当时为保证食盐加碘,国务院发布《食盐专营办法》。2006年4月,国家发改委根据该办法又颁布了《食盐专营许可证管理办法》,从而使食盐成为我国目前仅有的保持专营体制、按计划统购统销的行业。

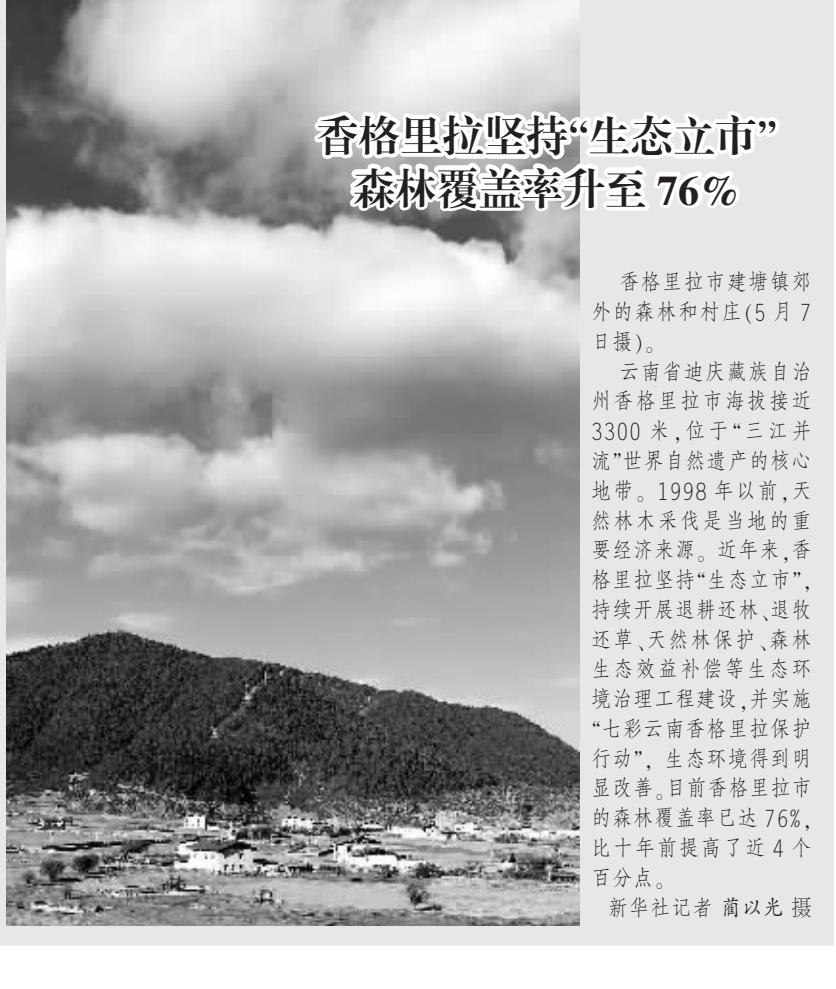
实际上从2001年起,国家相关部门就开始着手准备改革食盐专营体制,但中间几经波折,最终进展不大。

2009年3月,“加快盐业行业改革”首次写入了《政府工作报告》,但是改革的推进遇到了极大阻力,再被推迟。党的十八大后,盐业体制改革速度加快,2014年4月21日,国家发改委发布第10号令,决定废止《食盐专营许可证管理办法》;当年年底,工信部又透露消息称,改革方案正在完善,方案核心为取消专营,要求从2016年起废止食盐专营有关规定,允许现有的食盐定点企业进入市场,允许食盐流通生产企业跨区经营,放开所有盐产品价格等。

虽然一再被推迟,亦有不足之处,《盐业体制改革方案》还是出台了。“不足之处是仍然保留了完善专营的帽子。”盐改专家陈国卫说。陈国卫曾在十多年前就开始呼吁,对盐业体制进行大刀阔斧改革,但因种种原因,被拖了下来。但是对于此次方案的亮点,陈国卫表示:方案改革力度很大,一下子就打在旧体制的“七寸”。

在更多专家看来,之所以改革依然在维护盐业专营的前提下进行,一方面能够减少改革落实的阻力;另一方面,食盐作为居民日常用品,其质量控制非常重要,尤其是碘盐的普及与否,事关所有消费者的健康,在一定阶段必须保证政府对这一行业有足够的控制。

## 香格里拉坚持“生态立市” 森林覆盖率升至76%



香格里拉市建塘镇郊外的森林和村庄(5月7日摄)

云南省迪庆藏族自治州香格里拉市海拔接近3300米,位于“三江并流”世界自然遗产的核心地带。1998年以前,天然林木采伐是当地的重要经济来源。近年来,香格里拉坚持“生态立市”,持续开展退耕还林、退牧还草、天然林保护、森林生态效益补偿等生态环境治理工程建设,并实施“七彩云南香格里拉保护行动”,生态环境得到明显改善。目前香格里拉市的森林覆盖率已达76%,比十年前提高了近4个百分点。

新华社记者 蔺光 摄

# 中国主题公园迎来“黄金时代”

□本报记者 刘静

随着上海迪士尼乐园试运行在即,主题公园愈加受到关注。

近年来,主题公园经济也快速崛起成为一种新型旅游业态。随着文化产业被列入“十三五”规划中的“国民经济支柱性产业”,主题公园游作为文化旅游产业中的重要一环,已经步入黄金时代。

5月5日,由中冶集团旗下的中国京冶工程技术有限公司发起,旨在搭建产业平台,促进资源整合,提高行业自主创新能力及产业竞争力,推动主题公园产业健康稳步发展的中国钢结构协会主题公园建设分会在北京成立。

与会专家认为,中国主题公园发展正迎来“黄金时代”。经测算,至2020年,中国文化产业占GDP比重将达5%以上,文化及相关产业增加值将在4.5万亿元人民币以上。作为“旅游+文化+体验”的文化消费,主题公园旅游近年来快速崛起,未来会继续乘势而上。

## 主题公园井喷式发展

世界上第一个主题公园是1952年荷兰的马都拉夫妇为纪念在二次世界大战中牺牲的独生子,而兴建了一个微缩了荷兰120处风景名胜的公园,开创了世界微缩景区的先河。

而现代意义上的主题公园,则始于1955年沃特·迪士尼在美国加利福尼亚州兴建的世界上第一个现代大型主题公园——“迪士尼乐园”。

以华侨城在1989年打造的“锦绣中华”为标志,中国的主题公园开始了民族文化村、世界之窗的成长阶段。

“中国主题公园建设从华侨城打造的锦绣中华开始,到现在迪士尼、环球影城等国外主题公园品牌大举进入,可谓蓬勃发展。”中国工程院院士聂建国表示。

上世纪90年代末到2005年前后,真正意义上的“主题”被重视并得到开发。航母、恐龙、古城、科技、欢乐谷、海洋馆等,投资额飙升,品牌意识增强,地产、酒店等配套开发逐步形成规模,中国的主题公园像模像样了。

近十年,中国主题公园进入全面进阶阶段。据中国钢结构协会会长、中冶建筑研究总院院长岳清瑞介绍,2009年,国务院颁布的《文化产业振兴规划》就将文化产业上升为国

家战略性产业,明确提出要“加快建设具有自主知识产权、科技含量高、富有中国文化特色的主题公园”。华侨城、华强方特、宋城演艺、海昌海洋公园等品牌经营商,已基本奠定中国主题公园产业的格局,并已经开始走出国外,瞄准全球顶尖标准。

近期国家“十三五”规划纲要明确提出,要大力发展“文化产业成为国民经济支柱性产业”,国内主题公园建设近几年呈现出井喷式的发展态势,全面开花,如火如荼。

当前,世界各国都在积极研究自身的文化优势,挖掘民族特有的文化内涵,努力建设独具特色的主题公园,使其成为经济发展新的增长点,并以此为契机带动全行业参与21世纪的国际竞争。

## 新兴产业亟待规范升级

中国主题公园在迅猛发展的同时,也存有隐忧。

根据前瞻产业研究院发布的《中国主题公园行业发展模式与投资战略规划分析报告》,70%的中国主题公园处于亏损状态,20%持平,只有10%实现盈利,有1500亿元人民币资金套牢在主题公园投资之中。

经过30年的市场培育,中国主题公园产业已进入升级换代时期,水平要达到世界标准,产品要能容纳、满足中国人的需求,要追求品牌和效益,产业要实现良性竞争和健康发展……中国工程院院士、西安建筑科技大学教授刘加平认为:“作为新兴产业,中国的主题公园还处于摸索过程。”

“目前,国内大大小小的游乐园在2000家以上,真正有明确主题的,可以算得上主题公园的估计不超过50家。以中国传统文化为主题的主题公园就更是凤毛麟角。”中国特种设备检测研究院的梁朝虎指出,近年来,各地纷纷上马建设主题公园,然而,能否在市场上赢得眼球,占稳脚跟,前期良好的定位策划、创意设计、施工建设非常重要。和欧美等发达国家相比,中国还有很大的差距。

主题公园项目与常规的工程建设项目不同,往往涉及到许多新型技术运用,不仅仅是土木建设领域的创新技术,也包括环保技术。特别是随着“洋品牌”逐一落户到国内,这也进一步激发了国内主题公园的建设高潮,创新技术在主题公园产业的应用成为一个新的趋势。

实际上,一些企业在主题公园建设创新上已经开始探索。中冶建筑研究总院有限公司自2008年总承包新加坡环球影城主题公园起,逐步在特色主题工程建设中脱颖而出。

据介绍,主题公园建设是一个系统工程,它涉及到创意、规划、设计、管理、机电、建筑、智能、材料、土木施工、环境工程、园林规划等

诸多专业和学科的内容,需要自上而下统筹规划,协调管理。从前期的概念规划、可行性研究,到中期的总体规划、公园设计、施工图准备,再到后期的园区施工、设备采购、设备安装,每一步的衔接都需要精密准确,每一个环节都需要专业知识的支撑,每一项技术都需要专业化的高科技人才来完成,每一项任务都需要投入大量的人力、物力和财力。

“由于目前尚未出台具体的行业标准和技术规范,主题公园建设明显存在层次分化、地方稀缺的现象。”中国钢结构协会会长岳清瑞则明确指出,中国主题公园发展亟待转型。

## 创新引领转型之路

据岳清瑞介绍,设立主题公园建设分会,是推动主题公园产业发展的举措。与会专家认为,主题公园建设分会的成立或将引领转型之路,以适应“黄金时代”对主题公园的需求。

刘加平认为,建设分会平台有助于各类资源的合理配置,可推动中国主题公园从粗放式运营向规模化、集团化、多元化转变。

据刘加平介绍,全世界最顶尖的主题公园创意团队美国公司占了绝大部分,国内公司尽管参与建设工程量巨大,但是整体业绩与国际知名企业比较仍然存在很大差距。其中很大的一个原因就在于,企业有专攻是国外这类公司的特点,而国内企业的特点是大包大揽的“全能型”。“主题公园建设分会成立后,有助于推动人才的交流,真正使国内主题公园的产业分工更加细化,人才培养更加专业,交流更加频繁。”

主题公园项目与常规的工程建设项目不同,往往涉及到许多新型技术运用,不仅仅是土木建设领域的创新技术,也包括环保技术。特别是随着“洋品牌”逐一落户到国内,这也进一步激发了国内主题公园的建设高潮,创新技术在主题公园产业的应用成为一个新的趋势。

实际上,一些企业在主题公园建设创新上已经开始探索。中冶建筑研究总院有限公司自2008年总承包新加坡环球影城主题公园起,逐步在特色主题工程建设中脱颖而出。

据介绍,主题公园建设是一个系统工程,它涉及到创意、规划、设计、管理、机电、建筑、智能、材料、土木施工、环境工程、园林规划等

的世界性难题。

凭借丰富的施工经验、科学的管理、精心的组织,承担施工任务的“金城四号”盾构机自去年9月份始发以来,经过227个日夜的紧张施工,顺利实现了对黄河的穿越。

据负责施工的项目负责人吴道介绍,项目施工中没发生一起安全事故,没出现一次河床塌陷和河底冒顶险情,创造了最高日进尺15.6米,最高月进尺225米的好成绩。

兰州轨道交通集团党委书记、总经理段廷智告诉记者,地铁的修建对在“两山夹一河”狭长地带的兰州的意义不言而喻,它拓展了省会兰州的发展空间,助推了兰州经济的发展,更是400多万兰州人民心之所向。将来,随着兰州轨道交通5号线的相继建成,兰州将跨入一个新的时代,兰州这颗“一带一路”明珠会更加璀璨。

据介绍,穿黄地铁区间长约2119米,穿黄河段317米,最大埋深36.5米,最浅处距地面19.5米。该工程具有工期紧、施工工

## 购物“双11” 物流有“56”

# 日日顺携手中物联开启首个物流节

□本报记者 丁军杰

提到双11,就会想到天猫购物节。提到5月6日,会想到什么呢?5656,物流物流……5月6日,日日顺物流携手中国物流与采购联合会将在北京举办,2016中国智慧物流品牌日——开启首个中国物流节,为物流人打造一个自己的专属节日。

据统计,2015年我国社会物流总额达220万亿元,货车司机3000万人,在用车辆1450万辆,从业人数达八千人以上,中国已成为名副其实的世界第一物流大国。此次中国智慧物流品牌日以“大物流、大智慧、大生态”为主题,聚集了来自政府、行业协会的领导、专家、学者、物流生态圈企业代表,以及物流极客粉丝与用户等逾千人到场,共同见证了中国物流行业的首次节日峰会。

作为互联网转型企业代表,海尔集团董事局副主席、轮值总裁周云杰在会上表示,互联网转型是这个时代企业的唯一选择,为踏准互联网时代的节拍,海尔以诚信为核心竞争力,以社群为基本单元,为用户提供全流程

五大核心智慧解决方案,包括智能多级云端方案、干线集配方案、可视化配送方案、最后一公里送装方案以及价值交互增值方案,以此保证用户全流程最佳体验,成为行业先行者。

此次首届中国智慧物流品牌日还宣布推出物流行业首个创客孵化平台——日日顺物流创客训练营大型公益活动。由中国物流学会联合日日顺物流主办的该训练营,以居家生活大件物流相关的“痛点”为出发点,围绕“增强终端用户体验”、“提升运营效率及质量”、“创新物流商业模式”3大方向设置若干课题,提出创业、创新、创意商业设计方案,为未来物流人才搭建舞台,实现学生、学校、企业、行业四方共赢。

“一旦危及国家粮食安全,(我国)会有许多政策手段,保持玉米生产稳定发展。”曾衍德说。

国资委召开央企志愿服务品牌宣传推广会

本报讯(记者 刘静)5月10日,中央企业志愿服务品牌暨“中央企业志愿者之歌”宣传推广会在京举行。会上宣读了《关于命名中央企业志愿服务品牌的决定》,公布了“中央企业志愿者之歌”评审结果。

10个富有鲜明特色、成绩贡献突出、社会影响广泛、具有较高美誉度的中央企业志愿服务项目被命名为“中央企业志愿服务品牌”,它们是:中国航天科技集团公司“航天科普夏令营”、中国石油化工集团公司“健康快车”、中国海洋石油总公司“蔚蓝力量”青年志愿行动、国家电网公司共产党员服务队、国家电力投资集团“映山红”爱心助学志愿者公益行动、中国电子信息产业集团公司“点亮爱”关爱农民工子女志愿服务、鞍山钢铁集团公司“跟着郭明义学雷锋”活动、中国南方航空集团公司“十分关爱”助学志愿行动、招商局集团有限公司“紧急送”灾害应急志愿服务。65首“中央企业志愿者之歌”入围作品获奖,航天科工等6家企业获优秀组织奖。其中,由鞍钢集团报送的,郭明义同志作词的作品《把幸福给你》被授予特别荣誉奖。由中国铁建报送的《身边有我》,荣获一等奖。

恒天然与贝因美携手推出公益活动

本报讯 5月6日,恒天然集团与贝因美携手中国宋庆龄基金会启动公益活动。恒天然整合旗下安满、安佳、安怡品牌,并携手贝因美以及各渠道合作伙伴资源共同进行该活动。恒天然集团和贝因美携手向中国宋庆龄基金会捐赠了价值120万元人民币的产品,帮助改善贫困孕产妇、婴幼儿及老人群的营养健康。此外,从5月8日母亲节开始,恒天然旗下诸品将开展持续三个月的义卖活动。

2009年,恒天然与中国宋庆龄基金会合作成立“恒天然乡村母婴健康项目”,为农村地区的孕产妇和儿童提供医疗帮助和建议。2010年设立“恒天然奖学金”,已为500名学习畜牧或食品专业的大学生提供奖学金。恒天然还与中国农业部合作,为奶农提供动物福利、养殖、环境保护等方面的知识培训。

义武公路高寿尖隧道右线提前贯通

本报讯 5月4日10点钟,由中铁上海局集团义乌至武义公路第四标段项目施工的高寿尖隧道右线全部贯通,比预计工期提前7天完工。这标志着义武公路建设取得阶段性突破,为全线顺利通车奠定了坚实基础。