

“厨电经济”： 高品质成市场竞争利器

本报讯 “目前整个厨电行业正处于上行通道，成为了家电市场增长的主要驱动力。统计显示，2016年厨电市场规模达到847亿元，同比上升14个百分点，成为家电四大类中增长最快的品类。”5月23日，在北京举行的“2017年中国厨房电器高峰论坛”上，围绕厨房电器及生活家电行业发展最新动向和未来发展去向，行业人士进行了介绍和探讨。

论坛上发布的市场研究报告称，据不完全数据统计，截至2016年，国内厨电市场在售品牌数量已经达到577个，远远超出洗衣机、冰箱、空调和电视等家电产品的品牌在售数量。大量新晋品牌的涌入，在迅速做大“厨电经济”的同时，也埋下了价格战的隐患。2017年，随着整体经济形势的好转，消费升级需求进一步凸显，厨电市场的高速增长态势将得以延续，市场潜力持续加大。为了能够在快速增长的市场分得一杯羹，厂商之间的厨房话语权争夺之战愈演愈烈。

“但到目前为止，厨电市场并未陷入价格战的怪圈。”中国家用电器研究院副院长葛丰亮分析认为，“这主要得益于厨电企业坚持高端智能厨电发展战略，牢牢把握住了国内消费升级的大势，积极进行产品差异化创新，抢占高端消费人群。”北京中怡康时代市场研究有限公司副总经理孙煜认为，为迎合高端消费人群的品质消费理念，厨电市场拥有了越来越多的潮流标签，高端、智能、健康、嵌入式等等，为市场注入了多元化创新驱动力的同时，也让厨电成为了家电市场“仅存的利润高地”。这是厨电市场得以持续高速发展的重要所在。

在此次由中国家用电器研究院指导、环球家电网和《家用电器》杂志主办，北京中怡康时代市场研究有限公司协办的论坛上，发布的市场分析报告认为，“十三五”规划强调了户籍政策与城镇化、棚户区的改造，中西部地区的消费增长，二胎政策以及现阶段繁荣的精装修市场，都预示着未来消费升级的速度。厨电与人们的日常生活紧密相关，在消费升级需求提速的驱动下，厨电市场变革加速成为必然。

苏宁易购集团厨卫公司经营三中心总经理柳赛表示，未来厨电产品尤其是中高端产品方向将会是大风量普遍化、操作中心大屏化、智能内容深入化、产品互联多点化、功能高效健康化等。企业所进行的产品创新，不再是针对某一款产品的功能丰富，而是要形成相互协同的厨房体系，实现厨房产品的场景化应用。这就要求企业不仅有持续的创新能力，更要对厨房文化有深入的了解，一颗坚定“匠心”不可或缺。

(东升)

鲁西南最大物流园开园

本报讯 5月26日11时，89000次货物班列从园区首次发开往青岛港，标志着鲁西南最大的多式联运商贸物流园区——山东济铁菏泽物流园正式投入使用。当天，全国百余家企业物流客户参加了该物流园的招商推介会。

据悉，由济南铁路局与菏泽市人民政府联合打造的这一商贸物流园，位于菏泽市，地处鲁苏豫皖四省交界，连接东部沿海和中原腹地，辐射华北、华中、华东三大地区。园区占地总规模4500亩，项目总投资50亿元，2015年1月启动建设，园区市场定位为以铁路为主导的多式联运基地、内陆港、公路港、地区性商品车物流基地、冷链物流基地。规划建设铁路商品车、成件包装、集装箱(笨大)、石油化工、公路港、内陆港、城市配送、流通加工、冷链物流、电商产业园等10大功能区。目前商品车、包件、集装箱等功能区铁路货运基础设施和综合服务中心建成投产；物流信息系统已经上线运行；其他功能区的建设正在紧锣密鼓地稳步推进。

据了解，近年来，济南铁路局深化供给侧改革，建设现代物流，智慧物流企业，在济南、青岛、临沂、菏泽等全省17个地市，规划布局建设了23个物流园区。济铁菏泽物流园被山东省列为重点建设项目，纳入全国物流园区发展规划。将成为拉动和繁荣地方经济、促进就业的新引擎，有效整合菏泽市及周边零散企业，推动物流产业壮大规模，促进菏泽市的发展。预计远期园区可拉动菏泽市劳动就业人数约10万人。

(宗新)

京霸铁路开工 连接北京新机场



5月22日上午，北京新机场建设工地，随着第一根基桩的打下，由中国中铁北京工程局北京公司承建的北京到霸州的铁路正式开工建设。京霸铁路作为京九客运专线的重要组成部分，设计时速为350公里，计划于2019年完工。京霸铁路建成后，将直接经过北京新机场，实现高铁站与新机场的零换乘，组成方便、快捷的北京新机场综合交通枢纽。

本报记者 王伟伟 摄

“爱心会”让职工感受企业温暖

本报讯 日前，河南豫光金铅集团直接炼铅厂一职工突患心主动脉夹层、脑梗塞，急需救治，家属四处筹措手术费，急难之际，该集团爱心基金管理委员会启动紧急救助程序，及时资助1万元，同时各分会也开展了爱心捐款活动，帮助这位困难职工及时得到救治。

河南豫光金铅集团是中国最大的铅锌、白银生产企业，2008年起至今连年跻身中国企业500强。为加强帮扶体系建设，构建和谐企业，2012年，河南豫光金铅集团成立“爱心会”，并制定下发爱心基金管理办法。“爱心会”作为依托于集团工会发展存在的非营利性互助组织，主要救助对象为遭受重大疾病、自然灾害、意外事件等在职职工或家庭。爱心基金的使用，需经职工本人申请，基层分会审查，集团公司“爱心会”成员投票表决，公示后进行救助。

“爱心会”在豫光集团已成为一个响亮品牌。截至2016年底，“爱心会”已收到职工爱心捐款90多万元，发放救助金98万余元，对269名困难职工进行了救助。“爱心会”彰显了国企的社会责任，做到了组织关怀，达到了互帮互助，形成了长效机制，促进了企业和谐。”河南豫光金铅集团工会主席李文利说。

(赵作建 孙晓萍 王卫东)

共享单车为城市交通和居民生活带来正面效应的同时，也出现了局部公共空间饱和、自行车无序停放、故障率高等问题

为共享单车铺设规范有序的“车道”

本报记者 刘友婷

“夕阳西下，跟投资界一位著名大咖喝茶。抓紧机会，向他请教当下对共享单车的看法。他深深地吸了一口气，沉思片刻，凝重地说，当下影响共享单车业务发展的瓶颈是，颜色快不够了……”这是近期在投资界广为流传的一个笑话。确实，五颜六色的共享单车，带着各自的logo，贴着二维码，风靡了我国城市的大街小巷。

快速发展、规模庞大的共享单车是共享经济的实现与探索。据记者观察，目前市场上已有摩拜、OFO、小蓝、小鸣、骑呗、hellobike、永安行、优拜等在内的30余家共享单车品牌诞生。为城市交通和居民生活带来正面效益的同时，共享单车的发展也出现了一些市场原本难以预料的困扰，如局部公共空间饱和、自行车无序停放、故障率高等问题突出。

对此，深圳、成都、南京、上海、北京等地近期相继出台意见、办法，试图为共享单车的规范有序发展“立规矩”。5月22日，交通运输部发布《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见(征求意见稿)》，给出了一份国家版的共享单车顶层设计方案。

市场规模快速扩张

随着众多共享单车品牌诞生，共享理念逐渐被接受，共享单车的市场规模不断扩大，用户数量急剧攀升。据记者了解，短短一年间，全国已有共享单车运营企业30多家，累计投放车辆超过1000万辆，注册用户超1亿人次，累计服务超过10亿人次。

以深圳为例，5月8日，深圳市交通委发布的《深圳市互联网自行车发展评估分析报告》指出，截至今年3月底，在深圳投放互联网自行车的企业有7家，深圳现有共享单车(也称互联网自行车)已超过53万辆，注册用户超1052万人。使用群体每周出行6次以上的约占34%；出行3~5次的约占32%。使用群体主要出行目的为上下班，约占50%；其次为休闲健身，约占29%。

最新发布的《2017年4月共享单车行业数据报告》显示，2017年4月，共享单车新增用户超1200万，用户付费意愿也在不断增强。而且，共享单车日活跃用户规模已经接近网约车。按照目前的增长趋势，2017年第二季度末，共享单车有望超越网约车，成为用户规模最大的共享出行方式。另

外，随着共享单车渠道布局下沉，2017年4月，二线城市用户规模发展迅猛占比达到40.3%，相比去年10月的12.9%，提高了27.4个百分点，涨幅明显。而共享单车在二线城市的用户占比，已经与一线城市基本持平，成为共享单车行业最重要的增量市场。

有业内人士分析，共享单车用户主要以在校大学生、年轻的上班族为主，并且主要在一、二线城市人口密集城市集中，考虑到仍有不少大城市的远郊区县及中小城市尚未普及，规模增长仍将持续。

减少非法载客单车

整体来看，共享单车为广大市民出行带来便利，尤其是在解决市民出行“最后一公里”方面，发挥了不可替代的作用，同时也使低碳环保的出行理念日渐深入人心。

“共享单车倡导市民绿色出行，健康骑行，将减少短途出行中的机动车数量、降低尾气排放，助力城市大气污染的治理。”东方证券有关分析师如是说。

共享单车扭转了过去近20年慢行交通分担率逐年下降的趋势。以深圳为例，深圳自行车交通出行分担率由2015年的8%提高至目前的10.7%，慢行交通分担率由53%提高至54.1%。约9.8%的共享单车使用者群体从私人小汽车转移而来，日均出行量约21万人次，全年可减少小汽车行驶里程约7.5亿公里，减少二氧化碳排放约10.9万吨。

“61.3%的用户每次骑行距离在3公里以内，而92%的用户每次骑行距离在5公里以内，这种不长不短的尴尬距离对步行来说绝对算得上‘长途跋涉’。但打车的话，实际行程可能还赶不上等车时间，高峰期甚至面临无车可叫的窘境，而共享单车的出现正好填补了这一空白。”金诚研究院杨彬如此说。

另一方面，共享单车弥补了部分公交服务薄弱区域的空白，有效压缩了非法载客单车的经营空间。深圳每日放弃采用载客单车出行的用户量约21.2万人次，可减少约1万台载客单车。记者了解到，西乡—坪洲片区、桃园—大新片区、白石洲片区、上下沙片区、上梅林片区和东门商圈片区，过去都是非法载客单车比较严重的区域。现在这些片区非法载客单车基本消失，取而代之的是，这些区域都是共享单车投放最集中区域。

发展亟待规范

如今，在地铁站、校园门口、公园出入口等随

处可见五颜六色的共享单车，然而，市场需求真的有这么庞大吗？

《深圳市互联网自行车发展评估分析报告》指出，目前深圳共享单车市场趋于饱和状态，但企业仍有持续、大规模投放的冲动。各企业为占有市场而采取的竞争性投放行为带有一定的盲目性，导致了车辆的局部过度投放，对公共空间造成侵害，市场已呈无序竞争状态。此前曾出现共享单车“挤爆”深圳湾公园、绿化带被侵占停放故障车等现象。

对此，各地已陆续出台新政规范共享单车市场。4月21日，北京市交通委发布《北京市鼓励规范发展共享单车的指导意见(征求意见稿)》。5月，深圳市交通委联合城管、交警等相关部门也陆续实施多项举措，规范共享单车发展。

据了解，共享单车在深圳的日均使用频次由投放初期的7.3次下降到目前5.4次，与之相应的是，行业整体维保服务人车比约1:400，低于上海拟定相关标准的1:200，企业对于共享单车无序停放、故障率高等问题难以及时处置。对此，深圳市交通委表示，他们正在进行滚动评估，下一步将测算并发布深圳共享单车承载量。继续加强与共享单车企业沟通，引导合理投放。

为规范共享单车发展，深圳提出八大举措，包括完善共享单车相关政策和标准、建立企业服务质量定期评价和发布机制、制定和发布自行车交通出行指数、完善对企业监督管理机制、加快推进企业运营数据接入、加快共享单车秩序管理纳入城市网格化管理平台等。

对于大街上的高故障率自行车，深圳市交通委将定期开展废弃互联网自行车集中整治行动，组织



相关共享单车企业对存量的废弃车辆进行清理。

摩拜单车近日已与中国再生资源开发有限公司签订战略合作协议，将率先实现共享单车“全生命周期管理”。中国再生资源开发有限公司将为摩拜单车提供单车生命周期结束后的回收拆解及无害化处理等专业化服务，并对接成立专门的项目开发运作团队，共同推进共享单车的回收及资源再生利用等合作。

业内分析人士指出，共享单车的有效管理，亟须政府、企业、行业和用户共参与，尽快建立共享单车停放管理中的正面、负面清单非常必要。

快递加盟“失联爆仓”真正的问题不是出在加盟机制上，而是滥觞于简单、粗放，甚至“野蛮”地管理和扩张上

快递企业：“风物”必须放眼量

欧阳

据相关媒体报道，近日，因工资未及时发放，百世快递广州一家快递加盟分支机构员工停工，积压的3000多件受托物品无人派送，“爆仓事件”上演。

事实上，此类事件并不是个别现象。此前，快递企业所属各加盟店(点)时有跑路、“爆仓”的事件上演，圆通速递宝鸡“4000多件快递货品堆积成山”，申通快递三林近80名派件员集体停工，堆积快件数量近两万件……

针对这一系列“偶发事件”，人们再次将焦点放在了快递公司加盟店(点)身上，更有直指“加盟体制始终是一大隐患”。

众所周知，出于扩张和网点铺设、触角最大化，以强化自身竞争能力的经营思路，许多快递业“大块头”都采取了“加盟”的现实策略。正如媒体所指，通达系的快递企业基本全部采取加盟机制。

由于资金、人员的短缺，以及市场竞争的膨胀，快递企业仅靠自身力量很难与时代同步，加盟商所当然地就成了一时之选。然而，冷静地梳理一下进程，从宏观的层面检视，我们就会发现，尽管“事故”都发生在加盟店(点)上，但要将责任全部归之于加盟机构，实际上是不负责任的。

严格来说，加盟体制并不完全是快递企业的“一大隐患”。真正的问题不是出在加盟机制上，而是滥觞于简单、粗放，甚至“野蛮”地管理和扩张上，即也是说，快递加盟“失联爆仓”本质上凸显的是管理困局。

大多数情形下，快递巨人对于整个加盟链条的管理仅仅是通过签订合同的利益绑定来约束，这显然过于简单、粗放了，就企业的经营、管理来说，任何一家成功的企业，管理理念的认同、企业文化的一致性和打造，都是最基本的环节。可是，很多快递企业为了扩张而扩张，却没有在源头上注重这些根本因素，既缺乏对管理人员(加盟方)的考察和培训，也不注重对加盟者的强化要求，更无视快递员工的随意、无序流动。

也正是因为这样的类同原因，很多时候，不管是管理者，还是终端派发快递货品的快递员工，一般的责任意识较为淡漠，并且得不到强化，现实里受托货品享受“野蛮、暴力”待遇时常被曝光就是很好的说明。

再来看总部对加盟机构的管理和掌控，通常都是放任、“放心”地随性发展，对自身，对加盟店(点)均少有利益共享、风险共担的规范约束。一些快递企业甚至没有三险五金，缺失社会责任意识，将未来的风险留给社会负担。员工很少得到规范的培训，门店管理者对企业本身也只是商业的纯粹利

益关系，少有文化意义上的合一和认同，导致其责任心意识稀疏，或擅自关门跑路，或是不得已随性停业、扣员工薪资，完全无视客户利益。

而面对自身弱小，市场风险抵抗能力有限的加盟店(点)，实力强劲的带头大哥明显在资金、管理上给予的扶持、扶助不足，使它们在快速变化的社会发展进程中，很难承受人工和物业成本等市场化波动因素的冲击，这未必不是底层小门店(点)关停、员工跑路的重要原因。

再有，加盟店(点)的结构层级过于复杂，量多而人员构成良莠不齐。从公开的渠道看，目前众多大型快递企业的加盟店(点)数量动辄数以千计，中通、韵达、圆通等，加盟店(点)多在2000家以上。由于管理上规范统一的缺位，使得管理策略和经营措施在层层传导中难免变形和被曲解，进而也成为各种乱象频发的温床。

形势驱使，管理者和经营者们已经站在必须审视、反思行业发展的路口。

无论是何种、何类企业，精细化管理都是必由之路，作为快递企业，际遇网络化世界带来的良好机遇，直营店也好，加盟店(点)也罢，“风物”都必须放眼量，不能仅只是为了扩张而粗放扩军，否则，一味地“野蛮”生长，企业不仅不能做大做强，反而会适得其反。

抢抓“一带一路”建设机遇

本报讯 (记者张翀 通讯员马良兵 李佳佳) 中铁武汉电气化局成都分公司日前收到成都铁路局发来的蓬溪车站扩能改造建设工程中标通知书，标志着该公司在服务“一带一路”建设上又迈进了一步。

随着“一带一路”的持续推进，亚欧铁路物资运输量快速增长，沿线很多既有车站(货场)已不能满足现有需求，急需进行改造扩容。成都分公司抽调精兵强将，组建成立了物流工程专家小组，针对每个车站(货场)的不同情况，研究制定科学合理的施工方案，确保万无一失。针对物流工程项目工期短、时间紧的特点，项目部充分挖掘智能机械施工的优势，坚持“人员三班倒，机械不停息”，在确保施工质量的前提下最大限度地提高了施工效率。目前该公司已经成为成都铁路局管段内车站(货场)改造工程施工的主力军。

黄河公铁两用大桥首段梁顶推成功

本报讯 (记者刘静) 5月26日上午10时，河南省三门峡市黄河岸边，蒙华铁路黄河公铁两用大桥钢桁梁首段顶推成功。

由中国铁建大桥局承建的三门峡黄河公铁两用大桥，全长5663米，北起山西省运城市，南至河南省三门峡市，横跨黄河连接山西、河南两个省区，是蒙华铁路全线控制性工程。主桥承载着四线铁路和六车道高速公路，其中下层为四线铁路，分别为双线“蒙西通道”、双线“运三铁路”，上层为双向六车道高速公路。主桥梁部为连续钢桁梁，采用顶推法施工。其顶推长度、重量、活载居世界首位。据中国铁建大桥工程局集团董事长、党委书记吴建顺介绍，公司高度重视该桥建设，成立专门的科技攻关小组。截至目前，已申报4项国家发明专利、3项国家级工法，为钢桁梁的顶推打下了坚实的基础。

中企承建的马来西亚四季酒店封顶

本报讯 5月26日，由中国铁建(CRCC)承建的总高度为342.5米的马来西亚第二高楼——马来西亚四季酒店即日封顶。这是“一带一路”倡议在东南亚结下的硕果，成为中马两国友好往来的“高端”名片。

据悉，中国铁建在马来西亚先后成功实施了20多个项目，涉及铁路、公路、房建等多个领域。四季酒店项目共有77层，是集商业、公寓和酒店于一体的高端城市综合体。马来西亚四季酒店在马来西亚超高层建筑史上首次成功使用C80高强混凝土，泵送最大高度突破195米。项目部还将“智慧建造”的理念引入，应用前沿BIM技术，数字化立体仿真呈现建筑物的真实信息，节约材料和能源。四季酒店工程本体是框架核心筒结构，较钢结构建筑施工进度上大打折扣，而且非标准层占总层数近60%，施工难度大。项目部攻坚克难，创造了“四天一个标准层”的速度，刷新了马来西亚施工记录。(钱东峰)

坚守岗位提前防汛

本报讯 呼和浩特铁路局包头工务段西桥隧工区工长许孟所在工区肩负着包(头)西(安)线数十公里范围内桥涵、路基的养护维修工作，冬防冰凌、夏季防洪、春秋集中维修，一年四季都面对繁忙的工作。

今年5月中旬，一场大雨让全线限速，也让全段提前进入防洪期。许孟又要进入半月难得回一次家的状态，无法照料仍在襁褓中的孩子。既然回不去，那么就把家搬来