



“我们只研发填补空白的产品”

本报记者 刘静

前不久,记者随国资委“砥砺奋进新国企”采访团走进了位于湖南长沙的中国铁建重工集团,采访中记者获悉:中国将建设最先进的、完全自主研发的磁浮轨道试验线和生产线;而仅仅经过 10 年的发展,铁建重工已拥有全国最大的再制造产业基地,成为了全球领先的隧道施工智能装备整体解决方案和高端轨道设备提供商。

中国将建最先进的磁浮生产线

据悉,铁建重工将在长沙建设一条磁浮生产线。将于今年 11 月份动工,明年 6 月份建成。届时,中国最先进的、完全自主研发的磁浮轨道试验线和生产线。

磁浮是利用电磁体“同性相斥,异性相吸”的原理,让移动列车具有抗拒地心引力的能力,使车体完全脱离轨道,悬浮在轨道上面,贴地飞行。

国内首条投入运营的中低速磁浮线——长沙磁浮快线,也是目前全世界最长的中低速磁浮线路,由中国铁建旗下中铁第四勘察设计院集团有限公司设计,并代表中国铁建实施设计施工总包。

据了解,中国所拥有的上海磁浮示范运营线是世界唯一商业运营的高速磁浮列车线路,也是目前处于运营中的 4 条商业磁浮列车线路之一。另外 3 条均为中低速系统,分别是日本东部丘陵线、韩国仁川机场磁悬浮线以及中国长沙磁浮快线。

“我们建成后,将成为中国第 3 条磁浮机车生产线和第 1 条磁浮轨道生产线。”铁建重工首席专家王全生表示,在磁浮机车领域,承担生产线施工的铁建重工虽然算是个新兵,但如果未来轨道和机车的生产相匹配,上述生产线建成后每年将增加轨道 120 公里,增加机车 60 列。

铁建重工党委书记、董事长刘飞香透露,这条试验线全长 2.5 公里,是目前国内智能化程度最高的磁浮线路。“安装各种传感器,各种参数全部自动传输到实验室,工况、道岔、坡度等可以自动调节,智能检测程度很高,可以测试各种机型”。

2017 年 5 月 2 日,中国科学技术部、交通运输部联合发布《“十三五”交通领域科技创新专项规划》,根据规划目标,力争 2020 年前实现磁浮交通系统技术完全自主化的技术能力。

提及中低速磁浮交通的优势,铁四院长沙磁浮线总体设计负责人靖仕元算了一笔账:地铁造价约 5 亿元至 8 亿元/公里,而中低速磁浮系统平均造价约 2 亿元/公里,仅相当于地铁价格的 1/3~1/2。除了价格优势以外,中低速磁浮交通还有曲线半径小、爬坡能力强、噪音污染小等优势。

据了解,北京地铁 S1 线(中低速磁悬浮轨道线)2017 年年底将开通试运营,天津、武汉、成都、广州等十余个大中城市也拟筹划建设磁浮项目。预计到 2020 年,中国有望建成 5 条以上中低速磁浮商业运营线路。

拥有全国最大的再制造产业基地

2017 年,正逢铁建重工创建 10 周年。预计在 2019 年年底,铁建重工将形成年产值超过 10 亿元的再制造产业规模。

10 年间,该集团已经成为行业成长性指标增长最快、规模最大的企业,亦成为全球领先的隧道施工智能装备整体解决方案和高端轨道设备提供商。铁建重工用 10 年时间成功打造了掘进机、特种装备、轨道设备三大战略性新兴产业,整合了中国铁建大型养路机械产业,积极布局轨道交通装备产业、高端农机产业。

铁建重工自主研发制开发了一大批具有原创性、创新性、战略性、颠覆性的国内和全球首台套产品共 30 余项。产品出口多个国家和地区,其中国产盾构机首次批量出口俄罗斯等发达国家。

在科研成果方面,铁建重工先后主持“十二五”国家“863 计划”、973 计划、国家科技支撑计划、重点新产品计划、火炬计划等国家级项目 5 项,参与国家科技计划 7 项,共获得国家专利授权 600 余项,其中发明专利占比 30%以上。

“我们只研发填补国内空白的产品。”刘飞香介绍说,“我们确定了产品开发的基本原则:一是专注于非标、个性化、定制化,且与施工法密切相关的高端装备,‘一把钥匙开一把锁’;二是只开发能够填补国内空白的产品,甚至全球空白的产品;三是产品上市后其市场占有率和科技水平必须处于国内行业前三名,否则纳入淘汰范畴。”这也是铁建重工的最新产品产业定位。

下一步,铁建重工还将采用虚拟设计与仿真制造技术,尽力满足客户定制化、个性化、多样化和快速交付的目标要求。



菲佣一旦“松绑”,将给家政市场带来怎样影响? “菲佣来了”引发持续热议

本报记者 徐潇

日前,有媒体援引《菲律宾星报》报道称,北京、上海、厦门等 5 大城市将放开菲佣雇佣市场。该消息一出,尽管被指真实性仍有待进一步证实,但在网络上还是引发社会各界持续热议。

众所周知,我国相关法规明文规定,个人及家庭不允许雇佣外籍劳工。市场现实需求下,这也导致了我国的菲佣市场乱象丛生,合法性更无从谈起。一些中介机构为了向雇主提供菲佣,形成了错综复杂的地下市场。在这张暗网下,雇员素质参差不齐,黑户风险高,合同责任不明,中介费用过高等问题,也让雇主们头疼不已。

在此现状下,内地逐步放开菲佣市场来缓解家政行业“用工荒”是否具有可行性?引进菲佣后将给家政市场带来哪些影响……一系列问题,触动了家政市场的敏感神经。

乱象丛生 利益保障全靠君子协议

根据我国《外国人在中国就业管理规定》,明确禁止个体经济组织和公民个人雇佣外籍劳工。且第 8 条明确规定,在中国就业的外国人应持工作签证入境,入境后取得《外国人就业证》和外国人居留证件,方可在中国境内就业。

这意味着,菲佣在内地并不被允许存在,而类似于菲佣的家政服务业人员也不可能取得相应的工作签证。在这种长期的非法务工关系中,一旦被查处,雇佣双方均需承担一定的法律后果。

明令禁止下,记者调查却发现,内地多家家政公司仍表示可以为雇主提供菲佣,甚至有中介公司网上公开介绍菲佣,但不愿透露公司地址和菲佣资料。如有意向,雇主需要先支付高额的中介费,再面谈签订合同,如想视频选择菲佣,要面试先交定金。

网上一家中介机构客服人员坦言,内地 95% 的菲佣走的都是旅游签证,一般期限 2~3 个月,到期之后很少续签,大多是“黑户”,但有些菲佣也会要求续签签证,以维护声誉。

在高风险的运作下,中介机构成了最大赢家。据了解,目前,内地菲佣的中介费大都介于 3 万至 5 万元之间,包括来华机票、签证费、保险等费用。



而已在内地下户的菲佣,中介费也将将近一万元。

最让雇主头疼的是,雇佣菲佣一旦发生“跑路”以及被遣返的情况,高昂的中介费等于打了水漂,雇佣纠纷难以通过法律手段解决,维护权益全凭一纸“君子协议”。不过,一些中介机构承诺,如非客户原因,所聘请菲佣跑路或被遣返等,由中介机构负责再安排菲佣。

菲佣来了 或将掀起家政市场龙卷风

有数据显示,随着我国“二孩”政策全面放开、消费升级,2017 年家政服务业业绩节节攀升,营业收入增长率保持 20% 以上。另有数据预期,2017 年中国家政服务市场规模预计能突破 2 万亿元,家政服务人员缺口极大。

如果内陆引进菲佣,对内地的家政市场有何影响?

有调查显示,对菲佣在内地的市场前景,相关中介人员有不同的考量;有中介人员表示,近两年菲律宾签证查得严,菲佣市场形势不如前些年;也有人表示,目前国内有菲佣需求的客户约占 10%,

“如果不是法律条款限制,菲佣的市场前景将持续向好。”

而对比内地家政服务人员和菲佣,两者各方面差距明显:中介机构对菲佣的工作条件有一定要求,一般需要聘用者有一定的文化素质和住房环境,而内地家政人员却鲜有要求;同时,菲佣在内地市场非常紧俏,雇佣价格较高;经验尚浅的菲佣可以拿到 6000~8000 元的月工资,熟练的菲佣月薪通常在万元以上,这在内地家政服务市场已属中高等水平。

但有雇主表示,菲佣的专业素质的确普遍高于内地家政服务人员,并且利于营造家庭学习英语的良好氛围。

在香港做了 11 年家政服务的菲律宾迪万女士,2008 年落户北京,目前已开设家政培训课长达 9 年。“内地的一些家政阿姨服务意识还不是很高,相比之下菲佣通常都对这份工作怀有极大的热情。”迪万告诉记者,上过她的培训课的家政阿姨获得雇主的认可度比较高,工资也有明显优势。

有专家坦言,通过引进菲佣来缓解内地“保姆

便利店为何难敌“夫妻小卖部”

本报记者 赵昂

根据中国连锁经营协会与波士顿咨询公司发布的《2017 中国便利店发展报告》,去年我国连锁品牌化便利店门店数接近 10 万家,销售超过 1300 亿,但是这些连锁品牌区域性明显,缺少在全国范围布局者。除了“两桶油”利用加油站布局的便利店外,其它知名品牌便利店数量,占比均为个位数。

事实上,相对于庞大的零售市场而言,我国便利店不论是数量还是营业额都有待提高。在去年,我国每 3000 人拥有一座便利店的城市只有 4 个,相比之下,在日本,每 2329 人就有一家便利店,更为关键的是,去年我国便利店日均销售额仅为 3714 元,较上年仅增长 4%,这样的销售收入,难以支撑便利店的房租和 24 小时运营带来的高昂人力成本。

换言之,便利店的“微利”甚至“无利”,使得有意加盟者不禁望而却步。

尽管便利店行业经营数字并不理想,但却挡不住互联网企业涉足这一行业的热情,主打移动

支付牌的“无人店铺”、融合线上线下供应链的“无界零售”等概念层出不穷。那么,便利店的未来发展之路在哪里,这些新的概念,能否成为便利店转型的突破口?

事实上,在许多二三线城市,品牌便利店的踪影很难寻觅,但老百姓出门购物并不受影响。因为在社区里,在村镇里,总有一种店铺会敞开大门,小卖部、烟酒铺、小超市……这些小店虽然看上去比便利店简陋许多,经营者也不是身着制服的店员,而是夫妻或亲戚,但却比便利店更了解周边居民所需,运营成本也更低。

目前,这样的小卖部在国内有 700 万家,是便利店的 70 倍,占据着零售市场四成的出货量。

如果你是社区里的老居民,走进这样的小卖部,进门时,听到的不是店员头也不抬地吐出“你好”二字,而是一两句熟悉的闲话;看似杂乱无章的小吃饮料中,永远有你喜欢的那款;代收个快递,偶尔忘戴手机钱包除个账也是可以的。这个时候,小卖部的功能就不局限于零售本身,它更接地气,并且已经融入了社区,成为社区居民生活中不

可缺少的一部分。

而这,恰恰是当下便利店所缺乏的。便利店本身就是舶来品,许多便利店品牌本身就来自海外,其经营模式自然照搬海外经验,却对国内市场缺乏深入了解。

很多便利店参考海外的选址模式,设在路口等人流密集处,这样的选址不仅租金不菲,更让社区居民对便利店敬而远之。因为,国内的小区往往有围墙,城市规划并非街区制,居民为了买瓶水绕开大门,还不如楼下小卖部方便。有的便利店采用标准化操作,所有店面都是一样的货物供应,却殊不知在外来人口密集的城市,很可能隔一个街区,居住者的原籍、口味、收入水平和购物需求就会大不一样。而在便利店现有的加盟制体系下,店面实际投资者对于货物供应情况,并无太多干涉权力。

互联网企业为便利店提供的“解决方案”,瞄准的是降低成本,例如用移动支付取代收银员,用成熟的线下物流提高供货效率,但却忽视了便利店生存最重要的因素:住在便利店周边的人。这些人的消费,才会为便利店带来更多收入,特别是全

时段消费。

在发达国家的成熟社区,一般是平均 3000 人左右分布一个便利店,也就是说,在收入水平较高的城市,3000 人左右的小区,其日常消费是足以撑起一家便利店的。但是,如果便利店的定位远离社区居民,离群索居,就会出现这样的情况:早晚高峰和午餐时间排长队,过路的人和上班族买水买午饭,而平时时段却无人去。最终看上去很忙的便利店,销售数字不好看就可想而知了。

有温度的便利店,才是成功的便利店。便利店的经营者不能总想着我能提供什么,而是应当去想,我所地处的社区中,居民到底需求什么。零售品牌的运营方,也应当根据加盟商的实际店铺位置,及时调整具体店面的布局和定位。



面对市场低迷、经营状况下滑等压力,海运业转型升级已成必然,互联网+给它注入了生机

海运业借互联网“扬帆”

本报记者 吴铎思

货找船,船找货。今年初,一款名为“携船网”的第三方交易平台在海运大县福建省平潭上线运行,提供船货双方、船舶货代代理商、货盘期货的信息等。上线仅两个月,注册船舶 4661 艘,用户凭此线下签订运输订单 5000 多个航次。

目前,该平台通过大幅压缩航运交易的中间层级,打通货主、航运企业和一级货代之间的渠道,方便企业在线查询和下单。

自 2008 年国际金融危机以来,全球海运业陷入低迷,运力过剩、运价低迷、抗风险能力不足……随着全球经济的逐步回暖,海运业也在不断复苏。目前全球有 58 艘能运载 1.8 万个及以上集装箱的货船,未来 20 年这类货船的数量会翻倍。

业内人士认为,在 2016 年普遍亏损的情况下,海运企业已经看到了未来两年行业复苏的迹象。在“互联网+”逐步覆盖各领域的当下,达到的“互联网+海运”或许能为这个传统产业带来新变化。

推动变革的新力量

8 月 1 日,作为海上福州重点项目的万船网和易渔网正式上线运营。据介绍,万船网依托北斗卫星定位技术和天通卫星通信技术,具有全天候、全方位通信和定位上报功能,可提供船舶实时监测、渔区管

行业“痛点”成为发展机遇

“互联网无疑改变了人们的生活习惯,利用互联网对传统海运进行创新变革,必将颠覆传统的运输模式。”福建云联合商务电子商务有限公司董事长陈人强说。陈人强有着 13 年的海运从业经验,在他看来,传统运输中存在多个问题,如船货运输信息不对称、资源无法共享等,而互联网+瞄准的正是传统运输中的痛点。

据介绍,作为传统行业,大部分航运公司都是通过中间商找到货物运输订单,存在信息不对称、运输资源浪费、权益难保障等问题,如近年出现的“爆舱”和“甩柜”现象。

一方面,由于订舱无须缴纳任何保证金,很多货主以“多订舱,后取消”的方式,提前抢占舱位资源。有时候,货主订舱的临时取消率高达 30% 至 40%,给航运企业带来不小困扰。另一方面,航运企业为减少空载率,往往大幅超额接收订单。而一旦出现“爆舱”,就必须“甩柜”。

在物流这个极大的领域中,据交通运输部科学研究院等机构发布的《2017 年航运互联网产业发展报告》显示,国际货物运输的 80% 是通过海上进行的,中国外贸出口货物 89% 由海运完成。针对这些情况,船企纷纷通过压缩成本、改变运营方式,向互联网思维转型。当前迅速发展起来的互联网+海运平台,其本质都是为买卖双方提供交易的渠道和平台。

“互联网+”给行业注入新动力

“互联网无疑改变了人们的生活习惯,利用互联网对传统海运进行创新变革,必将颠覆传统的运输模式。”福建云联合商务电子商务有限公司董事长陈人强说。陈人强有着 13 年的海运从业经验,在他看来,传统运输中存在多个问题,如船货运输信息不对称、资源无法共享等,而互联网+瞄准的正是传统运输中的痛点。

据介绍,作为传统行业,大部分航运公司都是通过中间商找到货物运输订单,存在信息不对称、运输资源浪费、权益难保障等问题,如近年出现的“爆舱”和“甩柜”现象。

一方面,由于订舱无须缴纳任何保证金,很多货主以“多订舱,后取消”的方式,提前抢占舱位资源。有时候,货主订舱的临时取消率高达 30% 至 40%,给航运企业带来不小困扰。另一方面,航运企业为减少空载率,往往大幅超额接收订单。而一旦出现“爆舱”,就必须“甩柜”。

在物流这个极大的领域中,据交通运输部科学研究院等机构发布的《2017 年航运互联网产业发展报告》显示,国际货物运输的 80% 是通过海上进行的,中国外贸出口货物 89% 由海运完成。针对这些情况,船企纷纷通过压缩成本、改变运营方式,向互联网思维转型。当前迅速发展起来的互联网+海运平台,其本质都是为买卖双方提供交易的渠道和平台。

在过去,渔船在外,渔民的信息无法与外界保持同步,捕获的渔获必须等船回港后才能跟买家确定品种、数量等,不仅交易模式落后,而且中间环节多。易渔网通过在渔船上安装天通一号卫星通信终端,让渔民可第一时间通过卫星传输海产品买卖信息数据,易渔网后台依靠大数据和互联网进行分析统计,并对买卖双方进行合理匹配。实现了渔船还没到港,渔获已卖完。

在 7 月 11 日举行的携船网上线发布会上,携船网还与银行、融资租赁公司、保险公司、海峡两岸仲裁中心等 10 家机构签订战略合作。目前已经 3 艘船舶通过携船网获得了总金额高达 900 多万元人民币的融资。

营造行业良性“生态圈”

海运产业链上下游都存在降本增效的内在需求,而互联网有利于压缩中间环节,提高效率。当前我国“互联网+海运”迎来机遇期。党的十八届三中全会提出,加快推进海洋强国建设。2014 年,国务院印发《关于促进海运业健康发展的若干意见》,促进海运业健康发展上升为国家战略。

2016 年是航运发展史上具有标志性的一年。海运业先后创新历史新低,航运企业破产、重组不断,海运行业竞争格局快速变化。为了对抗风险,2016 年很多巨头抱团取暖,国际一年有五个重组事件,以集约化来降低成本,减少竞争。

但挑战与机遇并存。全球经济增速放缓,航运市场运力过剩。依托在实体业务之上的“互联网+”也存在诸多难点。对此,业内人士指出,“互联网+海运”尚处于起步阶段,在模式和业务范围上将有更多可能性,希望企业通过资源共享和利益分享,营造行业良性“生态圈”。

此外,为顺应航运业的变革趋势,相关部门也要积极营造好的发展环境。目前许多业内软件缺乏国家或行业层面的统一标准,还有一些国家或行业标准与市场情况脱离。