

生鲜食材消费升级 冷链物流产业“热”起来

新华社记者 何欣荣

购买生鲜，是时下流行的消费选择。如何“保鲜”，则是令人头疼的事情。瞄准这个痛点，今年以来我国的冷链物流产业迅速发展。大笔资本涌入，布局从冷链仓库、干线运输到城市末端配送的各个环节，为消费升级和生鲜电商提供“保鲜”方案。

今年6月底，上海市民周源收到朋友从浙江寄来的一箱杨梅。刚打开纸箱，就闻到一股浓浓的酒味。原来，因为天气炎热，加上快递途中有所延误，纸箱里的冰全化了，杨梅也都坏了，最后只好扔掉。

像周源这样的遭遇并不鲜见。中国食品工业协会的一份报告显示，由于冷链系统不完善，我国每年损耗约1200万吨水果和1.3亿吨蔬菜，数量十分惊人。

“冷链物流最大的挑战之一就是行业小散乱。年收入在5000万元以上的，就能进入冷链百强，行业尚未形成头部效应，大公司的带动作用没有充分体现。”专注于冷链供应链建设的宇培供应链集团高级副总裁姚继胤说。

行业小散乱带来了一系列问题：如很多冷链仓库都是单一温区，无法提供常温、冷藏、冷冻多元模式，不能帮助客户有效降低物流成本。冷藏车辆不够规范，部分车辆存在二手冷藏柜非法改装等问题，存在一定的食品安全隐患。

北京物资学院物流学院副院长王晓平表示，随着消费升级，消费者对食材的新鲜度要求越来越高。新零售群雄逐鹿，生鲜产品成为不少电商布局的重点。这些市场需求的变化带动冷链物流进入快速发展期。姚继胤也表示，从2017年下半年开始，感觉企业被市场推着走，冷链业务供不应求。

在市场和资本的双重推动下，行业格局逐渐生变：

一是部分零售企业和生产商自建冷链业务。如以生鲜电商起家的易果集团就成立冷链物流平台安鲜达。生产肉制品的双汇也成立自己的物流公司，打造从生产到消费者的全程冷链。

二是快递物流企业纷纷开辟冷链战场。申通快递去年设立申雪供应链管理有限公司，提供冷藏、冷冻仓储和冷链当日配、次日配等供应链服务。顺丰控股近日宣布和美国冷链物流公司夏晖成立合资公司，后者是麦当劳的主要物流服务商。

值得一提的是，快递公司发力冷链物流，对快递“向下”服务农村市场、带动农民增收有重要意义。如申雪公司就在安徽砀山县投资建设大型冷链仓储物流项目，帮助砀山生产的水果缩短“从田间到餐桌”的距离。

三是第三方冷链企业迎来爆发期。近日，宇培供应链宣布与美团新零售业务“小象生鲜”开展深度合作。目前，宇培在全国运营冷链园区22个，总面积达45万平方米。考虑到我国生鲜产品进口的增加，宇培计划到2021年底在全球建成58个冷链园区。

“由于全程冷链的需要，冷链供应链涉及大量的资源整合，复杂性较高，这给专业的第三方企业提供了巨大的市场空间。”姚继胤说。

根据相关机构统计，目前我国的冷链物流市场年复合增速超过20%，预计到2020年底将达到约4700亿元的规模。中国物流与采购联合会秘书长崔志付说，我国一方面要强化冷链基础设施的建设，另一方面要逐步建立冷链物流标准体系。特别是在食品冷链物流方面，形成行业准入门槛，提升行业运作水平。

(据新华社电)

为莱西新能源汽车产业链添“动力”

青岛国轩力争产值40亿元

本报讯 (记者杨明清 通讯员吕文波)位于山东青岛市莱西市姜山镇的青岛国轩二期主体建设日前完成，目前设备正在陆续进场安装，计划9月份正式投产。国轩高科是国内最早从事新能源汽车用动力电池(组)自主研发、生产和销售的企业之一。2015年11月，伴随莱西市千亿元级新能源汽车产业的打造，由合肥国轩高科动力能源有限公司投资成立的全资子公司——青岛国轩电池有限公司，落户莱西国家级新能源汽车产业园，与北汽新能源汽车青岛基地相邻而居。

据青岛国轩电池有限公司董事长汪卫东介绍，“三元锂电池和磷酸铁锂电池是国轩两大主力产品，近年来，通过企业不断自主研发，这两类产品也在不断优化升级。”汪卫东说，“我们二期主要产品为32131高能量密度圆柱磷酸铁锂电池，这个产品突破了高比能量电芯的材料体系匹配技术、极片加工制备技术与环境控制技术，在电芯极片设计、电芯制造过程工艺技术、性能及安全性能测试等方面取得了显著的改进提升，形成了高比能电池的产业化新平台。”汪卫东告诉记者，二期即将生产的32131高能量密度圆柱磷酸铁锂电池，单体能量密度达到每千克180瓦时，使用该电池的乘用车，续航里程可达到300千米以上。“高性能磷酸铁锂电池将在储能电池与物流车市场展现出强大的生命力，主要用于配套国内车型更大、动力更足的中高端乘用车系列。”

汪卫东表示，在磷酸铁锂电池进一步布局的基础上，公司的三元电池技术也在不断提升，产能不断扩张。“近年来，公司持续对三元锂电池关键性能进行研究升级，使三元电池产品设计和系统能量密度处于国内领先水平。”汪卫东告诉记者，青岛国轩一期年产1GWh三元锂电池，主要为北汽、众泰等电动乘用车供货；二期年产2GWh磷酸铁锂电池项目正在加紧工艺管道施工。一二期全部投产后，青岛国轩年产值将达到40亿元。

2020年虚拟现实市场规模将超900亿元

本报讯 8月20日，由虚拟现实产业联盟、国科创新投资有限公司共同举办的第二届中国虚拟现实创新创业大赛在北京宣布启动。大赛旨在搭建中国虚拟现实领域最大的产融对接、项目对接平台，支持虚拟现实、人工智能领域中小企业和团队创新创业。

近年来，我国虚拟现实市场规模快速扩大。据虚拟现实产业联盟统计，2017年我国虚拟现实产业市场规模已达160亿元，同比增长164%。到2020年，我国VR市场进入相对成熟期，规模将达到918.2亿元，年复合增长率达125.3%。

据主办方介绍，第二届中国虚拟现实创新创业大赛将努力搭建虚拟现实产业共享平台，推动建立健全虚拟现实标准体系，凝聚社会力量支持虚拟现实领域中小企业和团队创新创业。大赛设立虚拟现实产业投资基金，积极推动虚拟现实技术在文化、娱乐、科研、教育、培训、医疗、航天等领域应用。大赛面向从事VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)、AI(人工智能)产业链相关研发、生产、销售等环节的中小型企业与创业团队。参赛企业与团队8月20日开始注册报名。大赛涌现的优秀企业和团队将有机会被推荐给国家中小企业发展基金设立的子基金、国家科技成果转化引导基金设立的子基金等国家级投资基金。大赛合作单位将为优胜企业提供融资担保及融资租赁服务。(东升)

打破单一产业结构，寻求多点支撑多元发展

资源型城市迈上转型发展之路

本报记者 蒋菡

“资源优势不必然转化为经济优势，单独、过度依赖资源形成的优势是不可持续的。”8月18日，黑龙江省七台河市市长贾君在“绿色中国行”主题公益活动中表示，未来该市将巩固现有煤化工基地优势，壮大非煤支柱产业，补齐现代服务业短板，努力形成多点支撑、多元带动的发展格局，走出一条具有七台河特色的资源型城市转型发展之路。

资源型城市是以本地区矿产、石油、森林等自然资源开采、加工为主导产业的城市。目前，我国共有资源型城市118个，约占全国城市总量的18%，覆盖总人口1.54亿，其中东三省资源型城市合计30个，约占全国资源型城市1/4。

北京大学国家资源经济研究中心此前发布的中国资源型城市转型指数报告显示，我国有近一半的资源型城市面临严重的转型问题，资源型城市进入了转型和可持续发展的新阶段。如何摆脱传统发展模式依赖，培育新的发展动能？一些资源型城市正在探索自己的转型路径。

向绿色发展转型

七台河市是一座缘煤而兴、因煤而生的新兴工业城市，经过多年的发展，已经成为国家重要的主焦煤基地和黑龙江省现代煤化工产业基地。近几年，受煤焦市场价格持续低迷影响，同大多数资源型城市一样，七台河市由大规模开发的建设期、稳定繁荣的发展期，开始步入产能压缩、煤炭资源减少的转型期。

在经济下行压力面前，该市把激发内生动力作为重中之重，着力打破单一产业结构制约，以大力推进煤炭精深加工、新材料新能源、先进制造、生物医药、绿色食品和现代服务业“六大产业”为主攻方向，加快构建多点支撑、多业并举、多元发展的产业新格局。

对于有着得天独厚资源的七台河而言，真正把生态优势转化为经济优势，实现绿色发展，无疑是转型的一条新路径。

据贾君介绍，近几年，当地充分依托寒地黑土、潜山地区的地理优势，依托四季分明、适宜耕作的气候条件，坚持向生态要效益，大力发展特色农业和绿色食品产业。目前，七台河绿色食品认证面积达到90万亩，36个产品获得有机食品标识，5个产品获得地

理标识认证。此外，优良的生态资源，也为发展养生养老产业提供了条件。

南开大学教授钟茂初指出，资源型城市的转型问题，表面上看，是如何应对资源枯竭或资源性产业市场需求衰减带来的发展动力不足问题，更本质地看，是其经济活动如何从过度依赖特定资源转向与特定资源“脱钩”的发展方向。

因地制宜破题

事实上，七台河面对的转型难题，也是不少资源型城市躲不过、绕不开、拖不起的问题。

北京大学教授李虹表示，资源型城市最大的特点是形成了以存量资源投入为主的经济增长模式，但在资源、环境的承载力约束下暴露或隐藏着经济、社会、环境的发展矛盾，导致了可持续发展难以维持，所以转型的需要特别迫切。

作为钢铁大市，河北省迁安市按照“依托钢、延伸钢、不唯钢”的思路，一手抓淘汰过剩产能，一手抓产业升级。围绕钢铁产业“量减值增”的目标，迁安通过不断延伸产业链条，强力推进钢铁深加工产业和装备制造业，产品附加值陡升。

被称为宁夏工业“摇篮”的石嘴山市涉煤产业比重一度高达90%。随着煤炭资源的日益枯竭，这座城市主动求变，以创新驱动破解“资源诅咒”。

宁夏维尔铸造有限公司的“脱胎换骨”就是最好的例证。该公司曾是一家煤机铸件生产商，前些年，煤机铸件销售额逐年下降，市场日益萎缩。该公司把年销售收入的8%用于研发，用创新开辟出一条新路。今年5月，其参与研发的“中国标准高速动车组铝合金枕梁”通过检测，打破了我国高速动车组枕梁关键技术被国外垄断的局面。

今年上半年，石嘴山市经济同比增长8.4%，科技进步对经济增长的贡献率达到51%，非煤产业占全市工业比重已超过60%。这意味着当地已经告别“一煤独大”的局面。

同样依煤而建、因煤而兴，也因煤而痛的鹤壁，在彻底摒弃高消耗、低效益的粗放型发展方式之后，通过大力发展战略环经济走出了一条转型之路。

2013年，河南省鹤壁市被列为国家循环经济示范创建城市。近5年来，先后建设生态项目176个，完成投资106亿元，构建了较为完善的“三位一体”循环经济体系，形成了煤电化材、工农复合等循环经济产业链。



8月7日，四川省华蓥市一家智能手机生产企业车间里，工人在加工产品。作为“第二批资源枯竭型城市”，华蓥市近年来以电子信息产业和新材料产业为突破口进行转型发展。今年上半年，该市新兴接续替代产业产值占比达到了49.5%，成为产业经济支柱。

周松林 摄/东方IC

要彻底抛弃长期以来依赖单一资源、粗放经营的惯性思维，树立多种资源优化配置、集约经营的新思维；在行动上一定要从当地资源禀赋的实际出发，在选择和发展接续替代产业上下功夫，切不可脱离当地实际，照抄照搬别人的经验。

资源型城市转型是一项复杂的系统工程，不仅要在地面上做好顶层设计，也不可小觑市场这个无形之手的作用。正如钟茂初所说，“各种类型的资源型城市如何转型，目前并没有一种适合的普遍的方向和路径。各个城市如何去发现和选择可行路径，关键在于市场机制作用的充分发挥。”

关键在于发挥人的创造力

在8月18日举行的绿色中国行之“两山路上看变迁 绿色中国十人谈”访谈活动中，在谈到资源型城市转型的原则时，有专家特别指出，在思想上一定

盐工技能赛促旺季高产

本报讯 山腰盐场地处中国海盐文化之乡的泉州市泉港区，是一个产盐历史悠久的“老字号”海盐生产企业。夏季天气炎热潮湿，正是晒盐的黄金季节。为弘扬精益求精的工匠精神，全面提升盐工技能水平，日前，一场以“察盐观色”为主题的2018年盐工技能竞赛在山腰盐场东海工区等地举行。

三伏盛夏，一场战高温、夺高产的“察盐观色”盐工技能竞赛在几个工区同时上演。海盐分拣赛参赛选手们争分夺秒，在20分钟内独立完成5公斤海盐杂质分拣，比赛成绩以产品质量和所用时间进行综合评定。海盐筑装小组赛，每组4人完成50KG盐包10袋，参赛选手们同场竞技，尽展娴熟技能，用时最短、误差最少队获胜。技能比赛有力提高了员工生产热情，促进了旺季高产。

(傅成乔 钟龙山 谢秋菊)

京张高铁站后四电工程开工

本报讯 8月16日，2022年北京冬奥会配套项目——京张高铁接触网第一杆在河北沙城组立，标志着京张高铁站后四电系统集成工程正式开工。

据中国中铁电气化局京张高铁项目部负责人介绍，新建京张高铁最高设计时速350公里，正线由北京北站至张家口南站，全长174公里，共设10座车站，崇礼支线全长54公里，共设2座车站，是支撑2022年北京冬奥会的交通保障线，也是促进京津冀一体化发展的经济服务线。据悉，京张高铁四电系统集成工程建设中将应用“互联网+”、大数据、BIM、智能腕臂和吊弦预配系统等技术，全线预计2019年底建成通车，届时旅客乘火车从北京到张家口的时间将缩短到1小时。

(文青)

体育产业成“新风口”

8月4日至8月12日，我国第十个“全民健身日”主题活动在各地举行。据国家发改委公布的最新数据显示，2018年，我国体育产业持续高速发展，已经成为经济发展的“新风口”。预计今年年底，体育产业增加值占GDP比重将超过1%，体育消费将近1万亿元。图为几名小学生日前在北京奥体公园的一处健身器材展上体验旱地冰壶运动。

本报记者 王伟伟 摄



销量增长处于低位，刚性需求转弱，调整市场战略已成众多车企新选择

车市“微增长”背后的新考量

李永钧

2018年已进入后半程，中国车市持续了预期的微增长。今年前7月乘用车产销仅同比增长2.6%和3.4%，7月更是出现同比和环比双降。车市“微增长”背后发生了诸多错综复杂的变化，带来一系列连锁反应，考量中国汽车产业。

问题集中爆发

首先，车市的增长目前已处于低位，从全年来看，增速较去年同期维持在3%左右。从市场消费需求来看，刚性需求转弱，车市增长由增量转入存量，消费需求已进入理性消费阶段，消费需求更加偏于实用消费。其次，今年以来，以SUV驱动市场高速增长时代已成过去，SUV车型销量增速放缓，从两位数回落到个位数，增长红利逐渐消失；而轿车增长率已超过SUV，重回乘用车市场主导地位，如何做出应对，调整产品战略已成众多车企的新选择。

从行业角度来看，一系列深层次的问题正爆发出来，一是近几年“造车新势力”崛起，以新能源和智能出行生态刮起了颠覆整个汽车产业的飓风，传统汽车转型升级已刻不容缓，然而“船大掉头难”一直是国内传统车企最被诟病的一点。而造车新势力也并非高枕无忧，除了资质的门槛阻挠，如何跨越生产能力的鸿沟，成为造车新势力企业的难题。

二是尽管目前我国是全球最大汽车市场，但品牌溢价不高。从上市车企上半年业绩预告中，不难看出单车利润水平不足，拖累了企业的壮大。相比跨国车企，中国车企的单车利润还有待提升，亟须补齐这块短板。

三是新能源汽车发展遭遇瓶颈。首先是电动汽车的电池回收难题；其次是电动汽车的安全性关注再

度升温；再次是充电桩建设拖了电动汽车发展的后腿。能否破解这些难题决定着新能源车未来的发展。

各有各的难处

微增长的压力，几乎在每个企业身上都有表现。“三年河东，三年河西”是现今中国车市的真实写照。法系东风雪铁龙和东风标致曾有过辉煌的昨天，但如今却陷入了下跌之中，双品牌2017年销量仅为38.1万辆，下跌37%。今年以来产能依然低迷不振，如果还不能找到改革的正确路径，在中国市场将失去翻身的机会。韩系北京现代和东风悦达起亚在去年经历了发展的谷底，今年上半年销量虽有所回暖，但7月又出现严重下滑。两家企业都是通过降价，以价换量来争夺市场份额，未来，这两个品牌将继续面临渠道风险，以及在品牌层面维持和向上突破的难题。

二线豪华车阵营的弱势品牌，今年日子也不好过。林肯、英菲尼迪、讴歌等豪华车品牌，已处边缘化窘境，其面临的共同问题是，车型少、国产化晚、品牌宣传及认知度不足。如再不能及时扭转颓势，未来将面临被淘汰的风险。

今年以来尽管国内市场竞争普遍飘红，但东风本田却在逆势下跌，前7个月同比下降13.5%。由于此前CR-V“机油门”事件的持续发酵，导致销量折戟，按照这样的态势走下去，想完成全年销售目标相当不易。

在国企中，东风汽车大自主计划在实行多年之后，研发和市场的协调性仍有待提升。风神、风光、风度等多个品牌如何协同作战，发挥更大的优势，是东风接下来将要重点解决的问题。

今年以来，中国自主品牌销量裹足不前，除吉利汽车表现突出以外，其他车企表现乏力，低于乘用车市场的增长幅度，原中国品牌“一哥”长安汽车上半年销量同比更是下滑了10.8%。中国自主品牌整体

压力在逐步加大，在“双积分”、合资价格下探等因素影响下，中国自主品牌面临严峻挑战。

竞争格局趋于分化

近两年自主品牌市场排位变动不小，其中吉利汽车一跃超过长安汽车和长城汽车，成为新晋的自主一哥，广汽乘用车和上汽乘用车则延续增长势头，但更多的三四线自主品牌则普遍进入下降通道。当整体乘用车市场步入微增长的时代，品牌之间的竞争将会进入明显的结构性分化的阶段，在“强者恒强，弱者愈弱”的马太效应作用下，品牌的现有竞争格局将更趋两极分化。

合资阵营中“阴云不散”的企业能否在接下来的时间里迎来回天之时？自主阵营中当SUV红利减弱后，还能否找到新的增长支撑点？市场上的一些边缘品牌能否继续留存于市场？这些问题都成为下半年中国车市值得关注的大趋势。

就法、韩系车而言，业内普遍认为要想在短时间内实现翻身难度还较大，这主要是因为自身品牌含金量降低、产品匮乏、同质化竞争严重。另外，对于韩系车而言，长期降价势必会引起连锁反应，原先的高端车型价格会被强行拉低，而走“性价比路线”的低端车型又显得竞争力不足。此外，强势合资品牌与一线自主品牌的双重夹击让法、韩系车腹背受敌，其市场份额更多被日系车抢走，而实力蹿升的自主一线品牌也将对其产生较大冲击。

此外，近年车市中有一些并不引人注意但曾经创造过辉煌的实力品牌，极有可能带来剧情反转。这些品牌以合资阵营的福特汽车、北京奔驰，自主阵营的奇瑞汽车和比亚迪最具代表性。这几大品牌经过几年调整，将迎来新一轮的产品大年，有较大几率迎来新的增长周期，从而为后半程市场竞争增添意想不到的变数。

德龙钢铁有限公司在河北邢台建成钢企AAA级国家旅游景区，打造了德龙钢铁博物馆以及金钢园等景点。图为金钢园内的“钢铁侠”。

杨木军 摄