

一个山区小县的“大健康”梦想

本报记者 蒋 茜

一个祖祖辈辈与药材打交道的山区小县建了个大健康产业研究院。目前,该研究院已进驻包括“国家杰青”“国家青年”“国家优青”等在内的大健康领域专家17名,引进全球专利项目1个,国内首创、有望成为国家标准制定者的项目1个,还有拟进论文SCI收录目录的科技期刊项目1个。

这就是浙江的磐安县大健康产业研究院。9月11日,该研究院的郑祚康博士告诉本报记者,这里既是研发服务的平台,人才集聚的平台,也是科学交流的平台,产业孵化的平台。“通过研究院让大健康领域的先进科研成果在磐安落地,推动磐安高质量发展。”

过去,“家家户户种药材,镇镇乡乡闻药香”曾是磐安的真实写照。这里是“中国药材之乡”,是浙江的道地药材“浙八味”中“磐五味”的原产地,“磐五味”生产加工技艺已列入省级非遗名录。

如何将以中药材产业为核心的块状经济转型升级?近十年来,磐安在种、收、卖的传统模式下又增加了加工环节,从原药到制药的产业链闭环逐渐形成。

循着浓郁的药材味走进磐安浙八味市场,这里目前有280多家商户,销售的中药材种类已达上万种,很多经营户每年有几千万元的营业额。而在几年前,这里还是一座种满山茱萸等中药材的山头。对标义乌小商品市场,当地有了建市场的念头。村干部挨家挨户作动员,共征集到342亩土地,这才有了现在的浙八味市场。2009年10月18日试营业时,市场里只有70多家商户。通过主动把市场融入旅游线路,终于慢慢打开局面。

2015年6月,磐安又以浙八味市场为核心向四周拓展1公里,着力推进江南药镇建设。目前,江南药镇是国家3A级旅游景区,入驻国家级高新技术企业4家,已有95家中医药制药、配方颗粒、饮片加工企业陆续落地。

“仅靠种植+加工+销售的模式,附加值不高,要延伸产业链,就必须再度转型。”该县新城区管委会副主任杨向东对记者说。

这一次,他们瞄准了大健康产业。

今年5月17日,磐安县大健康产业研究院启用,为当地中医药产业发展提供创新引擎。当地一位负责人才服务的政府部门工作人员笑着算了笔经济账:“一个生物医药实验室一年就可能有数千万元的产值,可比做圣诞礼品生意之类的值钱多了!”

不过,大健康产业需要高端人才引领,这座小县城的吸引力从何而来?“中药材资源优势是一方面,优惠政策也是一方面,但如果没有高效的政府,再优惠的政策也没用。”当地政府部门一位负责人才服务的工作人员向本报记者坦言。

据了解,下一步,在项目、资金、人才的支撑下,磐安中医药种植加工业、养生旅游业、健康服务业等多种产业将进一步融合,实现“生产、生活、生态、生意”相融合的大健康产业画卷正徐徐展开。

二手潮鞋交易平台乱象丛生

子 烨

限量版名牌球鞋的暴利在市场掀起了一股“炒鞋”“买鞋”热潮,但假货等问题也越来越凸显,同时二手潮鞋鉴定交易平台更是乱象丛生。据电子商务消费纠纷调解平台“电诉宝”用户投诉数据显示,有关二手潮鞋鉴定交易投诉的热点问题主要聚焦在:商品质量、网络售假、久未发货、恶意扣款、退换货难、商家“砍单”等六个方面,涉及到毒APP、Get、Nice、有货、切克、识货等多家二手潮鞋鉴定交易平台。

“电诉宝”用户投诉案例库显示,有相当数量消费者表示在下单购买球鞋后,收到的商品存在质量问题,无法正常使用。肖先生在毒APP上购买了一双Air Jordan 7 Retro Barcelona Night(AJ7巴塞罗那之夜球鞋),当时价值1392元。收到鞋后,肖先生表示仅于8月1日穿过一次进行拍照,未进行打球等激烈动作,没沾过水也没受到过任何外力伤害。当8月17日再次穿着时,发现右脚鞋头严重开胶,鞋帮与鞋面开裂严重。

发现问题后,肖先生第一时间联系了毒APP官方客服并上传了照片。等待两天后,毒APP官方客服于8月19日回电称“我们看到了球鞋开裂的情况比较严重,也相信确是球鞋本身的问题。但是,毒APP只是一个球鞋鉴定平台,对方是一个个人卖家,您所购买的鞋子是2015年款,我们检验为真就已尽到平台义务,个人卖家更是不具备三包能力,因此您的鞋子无法进行退换货。只能赠送80元,您自己去买管胶水进行粘合”。之后,肖先生多次就该鞋子售后问题进行沟通,但对方都在反复强调平台和卖家都没有三包责任。

另一个颇受消费者诟病的问题是,下单收到的货物或商品与事先承诺的外观、型号、材料、质量或品牌不符。还有消费者表示收到商品大小不一致,与图片不符等,而在退货的过程中“七天无理由退换货”也形同虚设。

李先生在Nice APP下单购买鞋子,收到鞋后有质量问题,鞋子一大一小不对称,之后联系客服发起退换货申请被告知申请专员处理1到3天会联系他,结果就陷入无限期等待,每次联系客服人员都推脱已经备注反馈,加紧处理等等。

还有不少消费者表示,在平台下单时球鞋平台验货不认真,假货让消费者买单,售后维权艰难。褚女士在“Yo-ho!有货”平台上购买一双Nike M2K Tenko “Animal Print”老爹鞋,到货时发现该鞋制作工艺与正品耐克的制作工艺差距明显,且散发明显刺鼻味道。而商家提供鉴定视频为消音视频,且从商家确认收货到进行鉴定到确认发货仅用时3分钟,所以褚女士怀疑视频的真实性,怀疑商家对鉴定结果有造假行为。与商家沟通后,商家以特殊商品不换不退为由拒绝办理退货,并告知唯一途径就是再次在他们平台上进行出售。

针对二手潮鞋鉴定交易平台存在的各种问题,专家提醒消费者应仔细辨别球鞋真假。

首先查看鞋子上的条形码,有品牌保障的鞋子,在鞋身上会有一个条形码,一般都是在鞋子的“舌头”底下隐藏着,扫二维码就知道这双鞋子的真伪了;其次,注意查看品牌的字和图标,假冒名牌鞋子会把鞋子名牌上面的字或者图标做一些改动,比如少个笔画或者加上一个几乎会忽略的标点符号之类;再次,注意鞋子做工,比如观察鞋的针线,以及有胶的地方,真正的好鞋子不可能会出现跳针线,以及鞋子外边都是胶的情况;最后,尽可能专柜或者官方网站购买,避免买到假鞋。

本报记者 黄仕强

“现在很多知名景区的门票价格普遍降低了,某些景区如果购买包含住宿的套票,门票几乎是免费的。”中秋节前,重庆多个旅行社以“免票”或者“套票”的名义向消费者推荐诸如桂林、黄山等知名旅游景区。

《工人日报》记者注意到,今年3月底,国家发改委发出《关于持续深入推进降低重点国有景区门票价格工作的通知》,要求更大范围推进重点国有景区门票降价。此举让众多旅游爱好者拍手叫好,但却让一众依赖门票创收的景区遭遇利润下滑的情况。

业界人士指出,多年以来,景区门票价格“逢节必涨”“旺季涨价”的现象广受诟病,同时,景区过度依赖门票经济的现象,已经成为旅游业高质量发展的“绊脚石”,转型已迫在眉睫。

景区门票收入、净利润双下滑

今年8月以来,桂林、丽江、黄山、张家界等知名景区纷纷亮出半年成绩单。记者注意到,在这些成绩单中,净利润一栏都出现了“下降”的数字,并普遍提到净利润下滑的原因是受票价下调的影响。

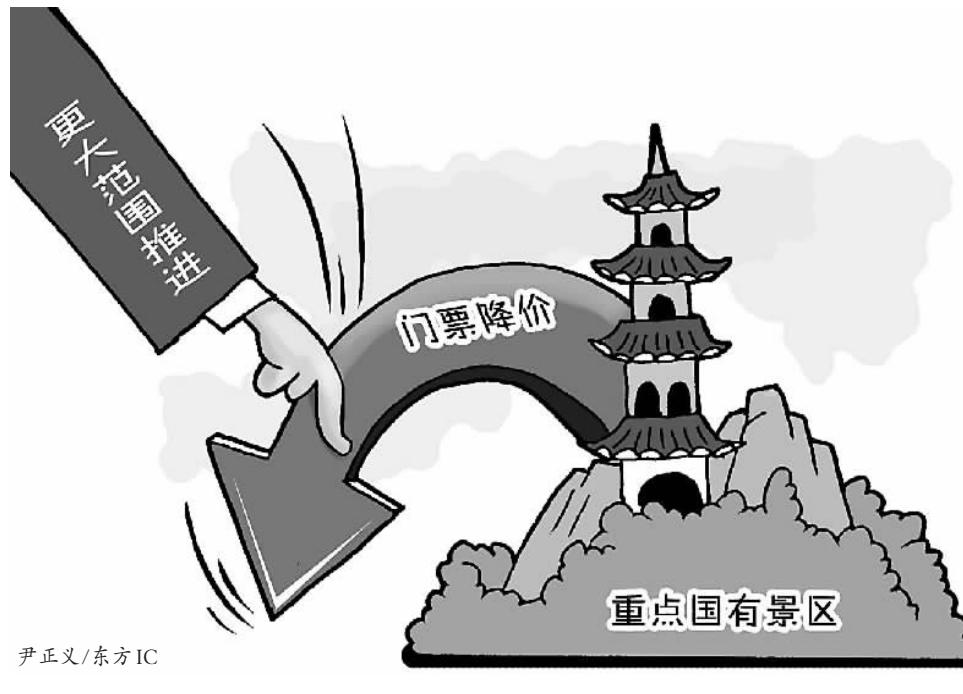
根据桂林旅游发布的2019年上半年财报显示,净利润为992万元,相比2018年上半年的2930万元下降66.16%。财报还指出,受持续降雨、景区门票价格下降、公司成本费用上升等影响,营业利润165.67万元,同比下降94.46%。

同样,被票价拖累业绩的还有丽江旅游。数据显示,其上半年总营收3.18亿元,同比下降7.07%;净利润9804.55万元,同比下降17.53%。

在该公司财报中,还直接给出了业绩下滑的原因,其中便包含主营业务索道运输。据了解,在丽江旅游业务构成中,与门票直接相关的索道运输业务占比达到49.89%,而今年上半年,该项营收直接下滑22.43%。

丽江旅游相关负责人介绍道,玉龙雪山索道票价从180元调整为120元;云杉坪索道从55元调整为40元;牦牛坪索道从60元调整为45元,新票价自2018年10月1日起执行。“索道票价调整对公司2019年半年度经营业绩产生影响。”

此外,黄山旅游也在财报中指出,上半年经



尹正义/东方IC

营受到行业竞争加剧、门票价格下调等不利因素影响。据黄山旅游2019年上半年财报指出,其园林开发业务收入为1.01亿元,同比减少4.83%。

记者还注意到,近日,新旅界统计了50家上市公司景区半年业绩,结果发现,共有25家景区上半年净利润呈下滑状态。而造成业绩下滑的原因之一就是“景区门票等服务价格有所下调”。

对此,业内专家普遍认为,景区业绩下降,与门票经济有较大关系。传统景区还没有摆脱对收门票赚钱的依赖,甚至游客增加都无法抵消一张票价变化,这说明景区经营模式还存在调整空间。

高价门票已成为“过去式”

“门票价格下降进而影响到业绩,说明景区收费模式还存在调整的空间。”重庆资深旅游业从业者程文海表示,去年以来,国家两次发文推进降低重点国有景区门票价格。日前,国务院办公厅再次提及“继续推动国有景区门票降价”。这意味着,新一轮门票降价已箭在弦上,对于那些“坐着收钱”的景区来说,不转变创收模式,终将被淘汰。

此外,黄山旅游也在财报中指出,上半年经

多位重庆旅游爱好者坦言,长期以来,我国景区票价一直高于人们的心理预期。每次去一个地方旅游,总会去好几个景点,一般的景点要几十元,著名的景点门票动辄一两百元,门票直是一次旅行的大头支出。不仅如此,很多门票价格甚至一直在上调。

采访中,记者发现,近年来,越来越多的人用“脚”投票。一些知名景区因票价过高,游客人数开始下降。

程文海告诉记者,随着旅游市场消费升级,游客逐渐从走马观花到关注旅行体验和互动。具体来说,以90后、00后为主的旅游消费群体更注重体验,他们的旅游方式和选择的旅游目的地更具有多样性,而高票价是带来低体验的一个因素;同时,如今也有更多中老年群体走出家门走上旅途,他们对景区票价更为敏感。

业内专家指出,过度依赖门票经济将成为旅游业未来发展的一大阻碍,门票经济看似维持了短期的利润和旅游经济规模,却限制了旅游市场在创新服务、提升旅游品质和周边产品开发等方面的动力。此次下调景区票价,肯定会让部分景区感到阵痛,但也会使其加快转型速度。”

然而,单一降低甚至取消门票也会带来一些

问题。例如辽宁海滨风景区曾经取消过门票,从实际情况来看,并没有达到预期的效果,反而游客增多,管理难度加大。

对此,有业界人士认为,做好整体规划布局,创新管理方式,做好配套服务才是解决问题的关键。

“门票经济”要向“产业经济”转变

景区门票降价,一大要义在于倒逼景区摆脱对门票的过度依赖,实现自我转型。在谈及境内景区门票降价时,多地旅游部门的负责人坦言,降票价是景区自我加压、转型的举措,有利于推动旅游业从单一的门票经济,向产业经济转变,由景区景点游向目的地游转型。

事实上,很多景区人都知道在当前环境下,要变革,但不知道怎么转型、怎么去突破。不少景区的工作人员还有“不收门票了,还能做些什么去挣钱?”的焦虑。

有数据表明,旅游产业链效益约为门票价值的7倍,包括食宿、交通、购物及间接创造的社会财富。丰富景区的“食、住、行、游、购、娱”产业要素构成,是留住游客、增加收入的根本做法。

为此,业界认为,旅游景区摆脱“门票依赖”,需要因地制宜,围绕当地本土化特色进行产品及服务的深耕,把旅游产业链做长,把旅游产业做大。通过提升游客服务,整合以旅游目的地为核,囊括周边景点、酒店、特色乡村、美食、旅游演艺等在内的资源,实现旅游目的地资源整合式发展,为游客提供整合式创新旅游服务,进而拉动消费。

云南旅游规划设计高级工程师姜若愚也曾表示,舍弃门票的“小芝麻”,来换取旅游经济发展的“大西瓜”势在必行。他建议,在规划之初,不论项目的开发、建设到后期的运营,都要与国际接轨,景区免票但公共配套要完备。

他还建议,不断挖掘景区特色、优势,增强游客体验感,同时打开园门引入商家,通过租金等弥补门票收入的不足,把整个景区盘活。

此外,还有业内专家认为,景区如何能够按照“一年四季+白天+晚上”进行开发、建设、运营、营销,实际上是景区转型中最核心的问题。而破解这一问题的关键就在于如何把“旅游+”的理念与各景区实际情况结合起来,打造综合化业态,创新景区运营模式,提升景区文化内涵和品质,促进旅游产业融合。

“丰”字型支架“托起”三个方便

本报讯(特约通讯员郑传海 通讯员曹筱璐 王攀)

随着浩吉铁路(原蒙华铁路)9月20日开通日期的临近,中铁建电气化局三公司浩吉铁路(西峡)项目部在五里川合建所,采用“丰”字型电缆挂架和铝合金走线挂架组合走线的方式,取代传统的电缆夹层和电缆桥架布置,方便施工、方便维护和方便检修的消息,就像长了翅膀一样传开。除了接管单位中国铁路西安局集团延安综合段给予很高评价,路内外同行也给予关注。

据该司西峡项目部变电专业经理张晓龙介绍,过去,配电所电缆夹层布置,一直采用电缆桥架的方式,把电缆密密麻麻地集中在夹层里,看上去占的位置少,固定电缆的时候却非常麻烦,间隙狭小,手不好伸进去,线也不好穿,更难以绑紧。

今年7月初,在设计五里川合建所电缆桥架方案的时候,张晓龙觉得,当施组方案不利于提高劳动生产效率和接管单位今后维护抢修时,必须在考虑如何提高工作效率的同时,把方便用户(接管单位)维护和抢修电缆作为一件大事来考虑。于是,他们采用BIM系统在电脑上反复模拟试验,最终摸索出了“丰”字型电缆挂架和铝合金走线挂架组合的方式,以取代传统的电缆夹层电缆桥架布置。

采用这种方法,无论技术人员站在哪个角度,都可以将手和劳动工具伸进按照“丰”字型排列固定的电缆间隔距离里面,自如方便地施工操作。

相比传统的电缆桥架布置方式,采用“丰”字型支架,既节省了电缆夹层空间,使电缆夹层看起来更加简洁实用,又为后期运营提供了更大的操作空间,方便接管单位日常运营维护,大大提高运营维护效率。如遇到突发情况需要抢修电缆,抢修起来也更加方便快捷。

广清城际铁路牵引供电开始送电

本报讯(记者刘静)9月12日,广州至清远城际铁路首座牵引变电所——新屋牵引变电所一次送电成功,标志着广清城际铁路牵引供电系统开始送电,距离线路开通又更进一步。

广清城际铁路始于广州北站,终于清远站,正线全长38.12公里,设计时速200公里,线路连接了广州、广州北、清远等重要交通枢纽,是广州市北面的快速通道,更是珠三角城际轨道交通线网布局的重要线路。

据中国中铁电气化局二公司广清项目负责人介绍,牵引变电所被誉为电气化铁路的“心脏”,是全线车辆运行能量来源。在工程建设中,研发运用了物资仓储信息管理系统,实现了物资的可追溯性管理,同时促进规范化施工,确保了牵引变电所的工程质量,从而保障开通后列车的安全稳定运行。

据悉,广清城际铁路建成后,广州北到清远只需25分钟,届时将实现“广州城市圈”与“清远南部”的对接,让清远南部纳入广州半小时生活圈,对带动沿线地区产业经济发展具有重要意义。



林下经济助农增收

左图:9月15日,江苏省泗洪县陈圩乡林场工人们正在为鹅投放饲料。无人机高空俯拍,一只只雪白的生态老鹅构成的“雪莲花”与盛开的金黄色栾树花相映成趣,场面美不胜收。去年以来,陈圩乡大力发展林下经济,实现了生态效益、经济效益、社会效益有机融合。 张连华 摄/东方IC

上图:9月11日,第五管理区“万通”养猪场林下放养黑猪时的情景。2018年秋季以来,八五二农场帮助引导养殖户发展养猪业,选树典型示范户,以优质东北民猪、纯黑猪为主,努力打造万头林下猪养殖基地。目前,第一批育肥猪正好供应中秋节、国庆节两节市场,深受大家欢迎。 邵维信 高翔 摄

洗碗机市场蕴含巨大发展潜力

本报记者 丁军杰

在此次由中国家用电器协会指导、中国家电网主办的论坛上,与会企业人士纷纷表示出对洗碗机行业发展前景看好,均认为虽然看似洗碗机行业出现了增速放缓的现象,但和其它品类对比来看,它仍是具备发展潜力的新兴厨电品类之一。

相比线下市场,新品牌更愿意切入线上市场进行营销推广。奥维云网数据显示,今年1月~7月线上品牌数量由78个增至107个,机型数量由322个增至490个,而同期线下品牌数量仅从29个增至41个,机型数量从164个增至268个,无论在品牌数量和机型数量上均远低于线上市场。

洗碗机线上市场的竞争加剧,也导致了品牌集中度出现松动:市场竞争三品牌零售额总占比从2016年的86.2%降至今年1月~7月的69.8%,前五品牌零售额总占比从96.7%降至81.2%,前十品牌零售额总占比从99.8%降至90.7%,为新品牌和长尾品牌带来了更多的市场份额。

方太产品经理潘祺表示,目前厨电行业呈现出增长乏力的情况,某些品类还呈现出负增长,但是洗碗机品类上半年还是保持着高速增长的趋势。不过,根据奥维云网的分品类规模数据来看,家电行业17个主要品类中,仅洗碗机保持两位数的零售额增长,成为今年前七个家电行业的少数亮点之一。

华帝股份嵌入式销售部总监李留伟表示,洗碗机作为新兴品类,近几年能够连续保持30%以上的复合增长率,说明行业的持久发展潜力很强,更说明用户对这个品类的期望。“前几年呈现的爆发式增长,是销售端的现象。而今年增速放缓,我们认为是用户的主观端出现了一定的变化,但这并不会影响品类的快速增长属性。”

“与前几年指指数级的增长相比,洗碗机行业增速看似放缓,但在整个家电环境中,它还是出类拔萃的品类——全年只有洗碗机行业能达到27%的增速。”美的厨热事业部北京大区总经理丁腾龙表示。

万家乐嵌入式产品总工程师石颖青表示,相比发达国家60%~70%的保有率,中国市场仅达到1.3%,洗碗机还是极有可能成为中国家庭厨房的必需品,还存在很大的市场空间。

与会人士认为,洗碗机行业目前已经度过导入期,步入成长期,现阶段最主要的目的是将整个洗碗机市场的蛋糕做大,提升整体洗碗机的基础性能,然后让更多用户去了解、去认可洗碗机这个品类。

中国家用电器协会副理事长王雷表示,从今年上半年的市场表现来看,洗碗机行业是厨电品类,甚至家电品类中增长突出的品类,相信未来还有很大的成长空间和发展前景。这是厨电企业共同的机遇,在这个机遇面前,最大的挑战是企业本身,保持良性竞争,真正地做好产品,做好服务,才能推动洗碗机行业的健康发展,做大做强洗碗机市场。