

电子废弃物正以每年近20%的速度增长，成为世界上增长最快的垃圾

# 电子废弃物：一座尚待开采的“金矿”

本报记者 李国

7月26日，在位于重庆大坪正街某小区的一家废品收购站前，打算处置旧手机的刘女士正发愁：“废品收购站现在不收电子产品，说他们不具备拆解的资质，怕被环保部门处罚。”最后，她无奈以近乎白送的低价卖给废品商贩。

据了解，由于电子行业的快速发展，电子废弃物正以每年近20%的速度增长，成为世界上增长最快的垃圾。中国是世界70%的电子废弃物集散地，又是电子产品的生产和消费大国。据国家环保部统计，目前我国电子废弃物年产量约为200万吨。有研究报告显示，预计到2030年，我国电子产品废弃量将超过2700万吨。与此同时，废弃电脑和手机的电路板中可回收金属总价值将达到1600亿元。

## 拆解业带来财富也付出高昂的环境代价

日前，联合国发布的《2020年全球电子废弃物监测》报告显示，去年全球电子废弃物总量达到了创纪录的5360万吨，仅仅五年内就增长了21%。并预计2030年这个数据将达到7400万吨。工信部数据显示，近年来我国每年主要电器电子产品报废量已超过两亿台。作为全球电子电器产品第一大生产和消费国，我国报废的电视、冰箱、手机等电子产品已超过1100万吨，占世界电子垃圾总量第一。

该报告显示，2019年只有17.4%的电子废弃物被收集和回收。这意味着黄金、白银、铜、铂和其他高价值、可回收材料大多被倾倒或焚烧。据保守估计，这些未回收的电子废弃物价值可达570亿美元，超过大多数国家的国内生

**阅读提示**

中国是世界70%的电子废弃物集散地，又是电子产品的生产和消费大国。随着企业自身发展的需求以及“互联网+”的快速融合，各式各样的废弃电器电子产品创新回收模式，如雨后春笋般涌现出来。

总产值。

重庆长江上游经济研究中心莫远明研究员坦言，过去，由于没有足够的重视和缺乏相关的法律和政策，电子废弃物回收行业还没有形成完整的产业链，阻碍了资本的进入。随着中国废物回收行业的增长，以及国家对电子产品科技企业的关注和觉醒，许多回收电子产品的回收交易平台已经启动，并取得了良好的效果。

不容忽视的事实是，拆解业带来了巨大财富，也付出了高昂的环境代价。以国内最大的拆解地广东汕头市贵屿镇为例，每年都处理超过100万吨的日本、美国、韩国等发达国家的电子垃圾。而对贵屿镇的河岸沉积物进行抽样化验显示，镉的浓度是土壤污染危险临界值的10倍，而锡为152倍，铬为1300多倍，铅的数量则是危险污染标准的200多倍。

## 电子废弃物回收利用产业链亟待建立

“这些家电家家户户都在用，现在逐步到了更新换代的高峰期。我们从居民家中收购后，集中送到指定的旧家电拆解厂进行分类拆解和回收利用。”重庆某旧家电回收企业负责人张华说，旧电视的流通速度比较快，收购后很快就可以运走。但旧手机回收后却因为缺少专业拆解企业，只能暂时囤在仓库里。现在收了有10多万部手机了，却卖不出去。

相比张华的旧家电回收企业，更多的居民则把旧家电卖给了沿街收揽各类旧货的“流动大军”。目前，这些蹬着人力三轮车收废品的个体户成为回收各类电子垃圾的主力军。

中国再生资源回收利用协会电子分会秘书长唐爱军称，截至目前，我国废弃电器电子产品处理企业数量达到200余家。然而，很多正规的电子废弃物处理企业因无法回收到可维持企业正常产能的电子垃圾，得不到良性发展。

对此，华新绿源总经理王建明告诉记者，由于高成本和税收让正规处理企业开出的回收价较低，大多数回收商更愿意把废旧电器卖给出手更高的小作坊。加之市民的回收意识不高，很多人对电子垃圾回收拆解企业并不熟悉，认为卖给小商贩手续更简便。

目前，我国已有一批具备规模化经营能力、技术设备先进、管理规范的正规回收和处理龙头企业，如中再生、格力、TCL等。正推动回收、处理和利用一体化的产业链形成。

位于重庆大足区的中天电子废弃物处理有限公司，主要从事重庆市主城区范围内的电子废弃物综合处理、处置业务。2019年，公司旗下的中天电子、中加环保、顺贸再生资源三家公司合计回收废弃电器约350万台。

“拆解完成后，再进行分类存储，可回收利用的销售给相关企业再利用，危废物则交给有处理资质的企业进行处理。”中天公司总经理

彭会刚说，公司通过生产过程控制、ERP系统管理、TS管理长效机制的全面应用，构建起全过程精细化管控模式。

## 建立健全法律法规和管理机制势在必行

随着拆解技术水平的提高，特别是从电子废弃物中回收提取贵金属和有价值材料的技术发展。电子废弃物“钱”途显现。部分规模化工企业进入到行业中来，行业得到快速发展。但由于缺乏统一标准，行业发展无序。

从法律角度来看，目前缺乏电子垃圾回收利用和无害化处理的专门法律规定。据了解，借鉴发达国家“生产者责任延伸制”的处理方式，我国实行废弃电器电子产品基金制度，通过财政补贴来鼓励生产企业参与回收，由自处理企业来处置电器废弃物。不过，目前政策主要对电视、冰箱、洗衣机、空调和电脑等进行补贴。

对此，格力电器股份有限公司董事长董明珠曾在今年全国两会上建议，建立电子产品、家电产品跟踪信息系统，防止其流入二手市场。同时，希望政府部门调整基金补贴额度、扩大补贴品种等问题，给予回收处理企业更多的鼓励扶持政策。

随着企业自身发展的需求以及“互联网+”的快速融合，各式各样的废弃电器电子产品创新回收模式，如雨后春笋般涌现出来。例如，绿色消费+绿色回收、互联网+分类回收、两网融合回收、EPR回收等回收模式，废弃电器电子产品回收行业进入了全新的发展阶段。据估计，到2030年，我国固废分类资源化利用的产值规模，将可达到7万亿元至8万亿元，且带动4000万至5000万个就业岗位，有望成为一个重要的产业门类。

## G 市场观潮

赵昂

根据多家机构发布的数据，今年6月份，一线城市租房热度出现降温，市场存在观望情绪。58同城、安居客发布的《2020年5月份一线及新一线城市租房趋势报告》显示，其中上海和深圳租赁市场6月份整体租房热度环比下跌9.1%和12.4%，北京的通州、丰台、大兴、房山等区租房热度环比降幅均超过20%。

出现下跌的不只是租房热度，也有租金。贝壳研究院发布的《2020租赁市场半年报》显示，上半年各大城市整体租赁成交价格同比明显下滑，重点18城6月平均租金环比5月下降3.2%，同比下降10.9%。

尽管一线城市房租有松动和下降趋势，但这样的趋势能否继续保持，能保持多久，不得而知。更何况，这样的外部市场环境也不在承租企业和个人的掌握之中。事实上，如果以租售比计算，尽管一线城市房屋租金长期维持在高位，但相比于高昂的房源购置成本，租金收入回报依然有限，一些价位较高房源的租金收入比，尚不及定期存款利息。

较高的房租成本，不仅意味着企业的经营成本增加，也意味着员工需要支付较高的居住成本，并因此希望企业支付更高的薪资和一定的住房补助，这也间接拉高了企业的综合成本。

其实，此次疫情对于远程办公来说，起到了不容小觑的推动作用。相关软件得以完善功能并广为推广，企业和员工个人添置了相关交流设备，更为关键的是，居家办公、远程会议这些理念得到了市场验证和接纳。

在这样的情况下，企业在维持一线城市既有市场和业务关系、人脉资源的同时，转移到房租成本和员工生活成本更低的“新一线”城市和二线城市办公，并由此开拓“新一线”城市和二线城市的市场，已经不是个伪命题。

数据显示，有的“新一线”城市市场租金仅为一线城市的四成左右，员工安置成本也降低不少。更何况，相比于一线城市，企业在“新一线”城市和二线城市获得自持房源的机会也会大大增加，能够长远扎根深耕。

当然，并不是所有企业都适合离开一线城市，也不是每一个“新一线”城市和二线城市都适应所有行业的发展。毕竟，相对于一线城市产业规模较大、结构较为健全，不同的“新一线”城市和二线城市，因其区位、定位和人口结构不同，适应发展的行业也各异。

在这样的情况下，从选择是否离开一线城市，再到选择去哪一个“新一线”城市和二线城市深耕，都要从企业未来发展战略的实际出发。

# 到「新一线」办公，不是个伪命题

## 新能源智能汽车展览会广州开幕 绿色施工助力传统建筑企业转型

右图：7月24日，第五届中国（广州）国际新能源、节能及智能汽车展览会暨华南国际车展在广州开幕。据悉，本届车展汇集了新能源汽车、智能燃油汽车、智慧房车、无人驾驶及氢能源、电池、充电桩等新能源智能汽车上下游配套产业链200多家企业参展。  
李志豪 摄/视觉中国

下图：建筑企业与绿色同行，全面倡导绿色环保施工理念，打造绿色文明工地。在国家高新技术产业化、信息化示范工程——天士力研究院、展览体验馆等项目中，中铁十八局集团北京公司在全力打造花园式工地的同时，采用新技术，将传统施工向智能信息化、绿色化转型。  
本报通讯员 周淑霞 摄



如今，螺蛳粉已经成了地方小吃界的网红

# 一碗螺蛳粉，半年卖出50亿元

本报记者 徐潇

宅在家里无聊的时候，没有什么比吃一碗螺蛳粉更能让人来劲的了。近日，柳州市商务局提供的数据显示，2020年上半年，柳州袋装螺蛳粉产值达到49.8亿元，上半年的出口总额达去年8倍。而根据《2019淘宝吃货大数据报告》显示，2019年，袋装螺蛳粉共卖出2840万件，成为最受欢迎的小吃。

## 这碗粉，叫螺蛳粉

淡黄色的螺蛳汤水，珍珠白的米粉韧性十足，深红色的辣椒油，切成条状的酸笋，炸至酥脆的腐竹，一粒粒饱满的花生米，再加一把应季的蔬菜，爱吃肉的，还可以加卤猪脚、鸭脚、鸡爪、肥肠。闻着臭，吃着鲜，口感层次分明，后劲十足，这是一碗柳州螺蛳粉独特的味道。

螺蛳粉是广西著名原创米粉小吃，最早出现于20世纪70年代末，由于味道独具特点，这一款夜市摊贩将米粉和煮螺两大小吃改良而成的米粉，很快在广西遍地开花。

2008年，螺蛳粉手工制作工艺成功入选广西柳州非物质文化遗产名录，让这一地方小吃注入了文化内涵，其兼具“地域特色”和“老字号”属性。

然而，当时螺蛳粉在全国的推广受到了“味道制约”，许多第一次品尝螺蛳粉的人都觉得“太臭了，无法下咽”。

2012年《舌尖上的中国》的热播，让柳州螺蛳粉一夜走红，随着知名度的提升，线下螺蛳粉实体店越开越多，一夜之间全国各大城市街头都出现了螺蛳粉的门店。螺蛳粉正式走出广西，走入全国消费者的视野。

北京第一家知名螺蛳粉店当属店主马中的“螺蛳粉先生”，马中才曾经获得“新概念作文”一等奖，作为半个广西人，到北京工作以后对柳州螺蛳粉甚是惦记，为了吃到一碗正宗柳州螺蛳粉。2010年，马中才直接在北京电影学院对面的菊门桥菜市场里开了一家螺蛳粉店。由于好友导演陈晓卿、作家柏邦尼、编剧鹏鹤史航、歌手李健等频频光顾，“螺蛳粉先生”在文青圈里知名度爆棚，门店的生意也是天天爆满。

到了2013年3月8日，“螺蛳粉先生”的淘宝店上线，马中才成了淘宝上第一个卖袋装螺蛳粉的人。预包装的螺蛳粉则同方便面一样，消费者只要按照指导步骤即可在家享用一碗集合了酸辣臭鲜的柳州螺蛳粉，而这种预包装则加快了螺蛳粉在全国火爆的速度。

随着米粉制作工艺、物理杀菌、真空包装等食品生产及包装技术提升，生产预包装螺蛳粉的厂家越来越多，品牌玲琅满目。打开淘宝搜索“螺蛳粉”，“好欢螺”“螺霸王”月销量都在30万份左右，而大名鼎鼎的“李子柒螺蛳粉”月销量高达150万份。

## 乘风破浪火出圈

螺蛳粉火出圈了。

疫情期间，直播带货，吃播演绎以及社交媒体营销话题造势，让螺蛳粉一时风头无两，纷纷断货。两三个月前，电商平台螺蛳粉发货期大概为40天。

因为迟迟不能发货，吃货们甚至发微博吐槽，螺蛳粉因此上了微博热搜，比明星流量还高，真是火出圈的一碗粉了。

“螺蛳粉的独特味道让食客在第一次品尝时充满冒险精神，而冒险以后，人们最喜欢分享。”吃货马先生对记者说，“臭”名远扬的螺蛳粉自带娱乐性，“火是肯定要火的。”

马先生此言不虚，在B站上搜索“螺蛳粉”，有1000余条视频，最高点击量一条有192万。一段时间里，试吃螺蛳粉成了海内外众多视频博主“打卡”的成就，其中李子柒制作螺蛳粉的视频在国内国外都热度惊人。

如今，螺蛳粉已经成了地方小吃届的网红。出圈，跨界，带上螺蛳粉，就都可以火。7月10日，“好欢螺”携手元气森林推出夏日限定礼盒，名为“欢螺元气弹”，内含“好欢螺”双口味螺蛳粉、元气森林五口味mini罐气泡水、定制PVC手袋和夏日发圈，礼盒售价69.9元。近日，五菱汽车则发布消息称推出五菱牌限量版螺蛳粉，区别于普通袋装螺蛳粉，限量版螺蛳粉共有88份，目前不对外销售。即便如此，五菱螺蛳粉还是赚足了眼球。

## 走出国门海外业务“井喷”

不过，出圈只是螺蛳粉的一小步，走出

国门，才是真正实力展现。据海关统计显示，今年1~6月经海关检验出口柳州螺蛳粉28批，约750万元，是2019年全年出口总值的8倍。出口市场除美国、澳大利亚和欧洲国家以外，还首次进入新加坡、新西兰等国家。

7月14日，广西螺霸王食品有限公司生产的1.4万余包预包装螺蛳粉，经海关检验合格后首次出口至俄罗斯。

“今年几乎每周都有螺蛳粉发至美国，有一批4万包螺蛳粉刚到美国三天便销售光。”广西螺霸王食品有限公司外贸销售主管陈梓豪介绍说，今年螺蛳粉海外业务“井喷”式发展，该公司今年上半年，合计出口预包装螺蛳粉35万袋，为去年全年的29倍。

陈梓豪表示，为兼顾海外的食用标准和用餐习惯，该公司特地研发创新，增设中英文包装和国外版螺蛳粉配方，在不改变传统螺蛳粉口味的前提下，用其他食材替代海外国家禁止进口的食材。“目前，已接到日本、韩国、意大利等国订单，海外订单已经排至下个月。”

为了促进螺蛳粉出口，柳州海关建立柳州螺蛳粉出口企业“四合一”的备案管理模式，将不同阶段环节的海关收发货人备案、出口食品生产企业备案、出口食品原料种植场备案及海关知识产权备案等多项备案集中到一个窗口统一受理，实现电子化报备。5月份，该改革落地以来，推动新增4家柳州螺蛳粉出口备案企业，总数达到20余家。

## 坚持创新驱动，领跑重卡离合器市场

本报讯（记者王伟 通讯员刘忠）面对疫情导致货源“失衡”，上海铁路局集团有限公司徐州货运中心迎难而上，大力推进板块化营销和项目管理营销，有效促进货运增量。截至6月30日，上半年日均装车2421车，同比增加405车，增幅20%；发货完成2810万吨，同比增加487万吨，增幅21%；实现运输收入28.2亿元，同比增加2.53亿元，增幅9.8%。

今年以来，徐州货运中心全力投入到多装车、促增量的经营创效攻坚战。加大与连云港港口联系协调，密切路港联动。通过与连云港港口通过合署办公、视频会议等方式，持续加强信息互换、资源共享。该中心与连云港港口集团开展板块营销、项目管理营销，共同走访大客户，积极巩固和开发高附加值货源，在稳定既有过境货源的基础上，联手开发旧汽车过境班列。借助铁路集装箱箱下水海运优势，6月8日，首次进行了日本-连云港-蒙古整列铁路集装箱过境班列，以此不断推动该班列的品牌效应。

随着疫情的好转，该中心积极打通上下游产业链，在高效运送疫情防控和企业复工复产急需物资的基础上，依托“公转铁”政策，积极开展市场营销，深挖潜在客户，一批新客户相继转投铁路运输。密切路港联动，积极依托海铁联运优势，不断挖掘集装箱运量增长点。利用敞顶箱箱源优势，加大“散改集”力度，不断探索敞顶箱跨局运输，实现敞顶箱运输增量。

2017年5月，长春一东苏州研发中心成立。5年里，该公司主动适应重卡大马力、长寿命、高舒适性的发展趋势，开发了430推式大马力离合器、特大马力离合器、三级减振器、智能网联的新产品方向，为新一轮技术变革做好技术储备。

2018年，以“一带一路”为契机，长春一东与俄罗斯斯巴科夫公司合资成立。近两年，离合器产品在俄罗斯市场配套份额明显提升，又赢得全新市场产品开发权，液压举升机构产品已取得美国佩卡、德国戴姆勒多个产品的独家开发权。“每一个市场的开拓，都是一场博弈，扎稳一个再攻下一个，我们从来没有停留过。”主管营销工作的总经理助理李彦磊告诉记者，5年来，该公司重卡市场份额提升8个百分点，已然领跑国内重卡离合器市场。