

“渝新欧”货单中的“转型密码”

■ 新华社记者 栗建昌 张琴 赵宇飞

从品种单一到门类齐全、从“有去无回”到满载而归、从“运本地”到“运全球”……作为我国开通最早、货运总量最大的中欧班列，“渝新欧”开行7年以来，货单内容已发生翻天覆地的变化。

小小货单中蕴藏着怎样的“密码”？记者近日采访发现，“渝新欧”的一张张货单，释放出重庆乃至内陆地区迈向高质量发展的重要信息。

从品种单一到门类齐全

翻开“渝新欧”开行初期的货单，2011年至2013年，本地代工生产的笔记本电脑占比高达90%以上。“那时，渝新欧班列几乎是惠普、宏碁等国际IT巨头量身定制的专列。”渝新欧物流公司总经理漆丹说。

2014年起，货单上的“新成员”开始增加。以电子产品为例，除笔记本电脑外，液晶面板、集成电路等门类齐全的高附加值产品也开始搭乘班列出口到欧洲。

“这背后是电子信息产业集群的发展壮大。”重庆市综合经济研究院院长易小光说，重庆的电子信息产业最初只是代工生产，而随着数百家相关企业陆续落户重庆，笔记本电脑的42种零部件基本实现本地配套，也引领着电子信息产业向“芯、屏、器、核”多终端体系发展。

数据显示，2017年重庆笔记本电脑产量达到6095万台，居全球首位；手机产量达到2.58亿台，位居全国前列；液晶面板产量已达到9128万片，同比增长131.2%；集成电路、印制电路板产量均同比增长30%以上。

与此同时，汽车零部件也成为货单上的“后起之秀”，其背后是福特、现代等汽车厂商陆续落户重庆，推动重庆成为我国最大的汽车生产基地。以福特公司为例，重庆作为其在



美国以外最重要的生产基地之一，每年需要在全中国采购大量汽车零部件，“渝新欧”则提供了便捷高效的运输通道。

如今，“渝新欧”货单上的货物已涵盖电子产品、整车及零部件、通信设备、机械、小家电、食品、医药、医疗器械等数十个大类。

“货单的每一个变化，都是产业转型升级的见证。”易小光说，目前重庆已提出以大数据、智能化为引领的创新驱动发展战略，推动经济实现高质量发展，可以预见，货单上还将继续增加附加值更高的“新成员”。

从“有去无回”到满载而归

最近，重庆资深车友吴曦订购的进口宝马轿车，搭乘“渝新欧”回程班列抵达重庆，从订购到提车只用了不到20天。吴曦坦言，以前进口汽车都是通过海运先到上海、天津等沿海城市，清关后再转运到重庆，至少要苦等两个月。

“这在班列开行初期是不可想象的。”漆丹说，由于中欧贸易不平衡、海外客户认知度

不高，回程货源短缺曾是困扰中欧班列发展的难题。

翻开“渝新欧”货单，2013年3月18日是一个重要节点。那天，“渝新欧”迎来首趟回程班列。货单上首次出现回程货，实现所有中欧班列中回程货“零的突破”。

如今，“有去无回”的日子早已一去不复返。2017年，“渝新欧”班列共开行663班，回程班列占比35%。其中，进口整车已成为渝新欧回程班列的稳定货源之一，汽车零部件、母婴用品、食品、保健品等欧洲商品，也成为货单上的“常客”。

回程货物日渐丰富，还得益于跨境电子商务的崛起。重庆作为国内唯一的跨境电商全业务试点城市，交易额已从4年前的6000万元增长至2017年的33亿元。

2015年6月，蜜芽宝贝通过渝新欧班列从德国进口1万多个净水壶，成为我国首个通过铁路进口商品的跨境电商企业。蜜芽宝贝创始人刘楠说，对电商货物而言，海运耗时过长，空运则成本过高，“渝新欧”时间是海运

的三分之一，成本是空运的五分之一，已成为最佳物流方案。

“货物从‘有去无回’到满载而归，折射出重庆的贸易业态正从加工贸易向更先进的服务贸易转型升级。”易小光说。

从“运本地”到“运全球”

2015年7月16日，满载云南咖啡豆的首趟“渝新欧”咖啡专列从重庆出发开往德国杜伊斯堡。“渝新欧”的货单上首次出现外地大宗货物。

仅一年后，不产一颗咖啡豆的重庆顺势成立咖啡交易中心，依托渝新欧班列等物流通道实现云南、东南亚等咖啡产区与欧洲市场的紧密相连。目前，重庆咖啡交易额已突破130亿元，跃升为我国最大的咖啡现货交易地。

查阅“渝新欧”的货单不难发现，其货源地从最初以本地为主，向全国甚至全球拓展，已覆盖西南、华东、华南地区，以及日本、韩国、新加坡、越南等国家和地区。

“最初，渝新欧班列的货物基本局限于重庆本地，如今重庆及西南地区货源占比约50%，其他地区和国家占比约50%。”漆丹说。

从“运本地”到“运全球”的背后，是渝新欧班列正在从“线段”成长为“网络”，即实现欧洲与亚洲的铁路、公路、空运、水运的多式联运：向东通过铁水联运与长江黄金水道无缝衔接，向南通过铁公、铁铁、铁海联运联通东南亚，空中则通过铁空联运辐射香港、首尔、东京等地，重庆四小时航空半径的亚洲城市。

漆丹说，如此一来，欧洲、东南亚、日韩等地的货物都能以重庆为原点，通过多种交通方式集散分拨，也将进一步发挥渝新欧班列“运全球”的功能。

“渝新欧班列从‘运本地’到‘运全球’说明，重庆作为内陆地区开放的典型代表，辐射力和影响力正逐步提升，最终将推动重庆崛起为内陆开放高地。”易小光说。

ACCA: 中企走向全球 需培养更多战略商业人才

随着世界经济格局调整，监管环境、技术变革、全球化新趋势以及行业预期等四方面因素将深度影响国际财会行业发展。在财会专业技能基础上，特许公认会计师公会(ACCA)未来将更注重战略商业人才培养，助力中国企业家走向世界经济舞台。

这是记者在日前举行的“ACCA进入中国内地30周年庆典启动仪式”上了解到的信息。

作为首个进入中国内地的国际专业会计师组织，ACCA在过去30年中为国内企业培养了众多具有国际视野的高级财会人才。截至2017年4月，ACCA在中国内地已有超过6700位会员、学员近8万人。

不过，从中国经济发展现状与前景看，相关高级商业人才仍有很大缺口。“我们预计到2025年，中国需要20万至25万各类国际财会人才，而目前市场上这类人才大概只有2万人。”ACCA中国事务代理总监于翔天在启动仪式上说。

ACCA调研发现，中国企业“走出去”，特别是参与“一带一路”建设过程中，还面临着重复征税、未充分享受税收协定待遇、税收歧视以及因转让定价和反避税问题导致的各类风险和挑

战。因此，商业敏感度、分析评估能力、创新和变革意识、战略制定、抗风险和领导力等要素素养对中国企业家而言显得尤为重要。

“未来我们将更加注重培养战略商业人才，帮助更多中国企业家走向世界经济舞台。”ACCA全球会长李志明说，ACCA专业资格正在进行重大创新，将整合前沿理论知识与实际工作场景，提高财务管理人才的技术能力、专业能力和职业道德素养，助力中国企业家提升领导力及战略思维能力，成为能够跻身国际市场的商业领袖。

自1904年诞生于英国伦敦以来，ACCA迄今全球会员人数已突破20万，分布于全球180多个国家和地区。(王希)

我国生物医药“独角兽”加速崛起

谈到蓬勃发展的新经济，人们多半会想到以BATJ为代表的互联网企业。相比互联网给人们带来的便利和快乐，生物医药“独角兽”的快速崛起，给百姓健康带来新的选项。近期陆续发布的股票市场上市新规，也给生物医药“独角兽”注入强劲成长能量。

3月底，国内最大医药研发外包企业药明康德A股IPO申请成功过会。根据招股说明书，药明康德计划公开发行不超过1.04亿股，募集资金约57亿元。

证监会公布的最新意见也提出，同意“互联网、大数据、云计算、人工智能、软件和集成电路、高端装备制造、生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业”的创新企业，开展“境内发行股票或存托凭证试点”。

“一系列利好信号的释放，验证了专业机构的判断——2018年是生物医药行业的大年。”在近期举行的张江生命科学沙龙上，国家级生物医药产业基地——上海“张江药谷”负责人楼琦说。

楼琦表示，去年全年，张江生物医药工业产值同比增长30%。今年初，“张江药谷”对园区内发展潜力较好、估值在5亿人民币以上的企业进行了梳理，结果令人兴奋：包括复宏汉霖等独角兽和准“独角兽”企业达60家。

在参与沙龙的专家看来，生物医药“独角兽”的崛起，既得益于“健康中国”战略的推动，也得益于制度环境的完善。

上海药品审评核查中心副主任张华说，生物医药是“高投入、高回报”行业，更是受“政府高度监管”的行业。近年来，我国在上海等地率先试点药品上市许可人制度和医疗器械注册人制度，创新型药企只需“轻装上阵”搞研发，而将制造环节委托给有资质的企业代工，从而大大加快创新产品上市步伐。

从张江的情况看，我国的生物医药“独角兽”已全面覆盖肿瘤免疫治疗、细胞基因治疗、创新医疗器械、下一代基因测序等前瞻性领域。

这其中，有的已进入“爆发”前夜。和黄医药资深副总裁王清梅说，该公司研发的抗癌新药呋喹替尼已向国家药监部门提交新药上市申请，预计最快今年七八月份就能上市。海通证券的报告认为，仅在结直肠癌市场，呋喹替尼销售额有望突破10亿元。

有的凭借“高性价比”产品，向外资产品发起挑战。近期，湖北、广东、上海的多家电院，开始采用“心系列”国产心脏起搏器，治疗心动过缓病人。国家“千人计划”特聘专家、创领心律医疗首席执行官王励勋，之前我国心脏起搏器几乎完全依赖进口。国产起搏器价格便宜20%—30%，可以覆盖更多国内患者。

正是看到生物医药的巨大前景，近年来我国已形成上海张江、北京中关村、武汉东湖等多个专业生物医药产业园区，多家创新型药企登陆纳斯达克和港股。兴业证券报告认为，随着“独角兽”企业陆续上市，投资者的关注点将从企业当下业绩，转变为在研药物未来的临床价值和销售潜力。“借助资本市场，我国将涌现一批有国际影响力的创新药企业”。(何成荣)

台商“走电商”拓展大陆市场

走进粉红色的浪漫小屋，品一品以鲜果装饰的鸡尾酒，和经典动漫形象粉红豹来个亲密合影……周末，上海虹桥南丰城购物中心广场上的这座“少女酒馆”，吸引不少女性市民前往体验“30分钟找回少女心”的感觉。

这座“少女酒馆”由知名台资企业旺旺集团联手大陆网络订餐平台“饿了么”打造，目的是为集团旗下女性果酒新品沙娃(sawow)“探路”大陆消费市场。

近几年大陆果酒市场快速发展，行业预测2018年市场销售可达2000亿元。旺旺集

团推出专为女性定制的莎娃果酒，希望在这一潜力可观的市场中分得“一杯羹”。

旺旺集团数字营销处相关负责人表示，除了为期5天的“少女酒馆”快闪店，集团还与“饿了么”开展多种形式的合作，包括借助后者的网络平台拓展大陆销售渠道。

大陆消费升级脚步提速，为积极“登陆”的台资企业提供了诱人商机。顺应互联网时代的消费习惯，越来越多台商企选择借力电子商务渠道开拓大陆市场。

台企斯米克集团为旗下三大主打产品系

列先后在天猫和京东等电商平台开设了旗舰店。据该集团办公室主任郑君扬介绍，斯米克瓷砖的电商平台重在展示产品，洁云纸品已经在线上取得了不俗的销售业绩，上线不久的米娅女性卫生用品则呈现出销售快速增长的势头。

一些电商平台推出的“网购狂欢日”，也被台企视为发力电商的好时机。去年的“双11”，旺旺集团特别定制“搞大了”礼盒，各种“放大版”经典产品和限量版周边产品吸引消费者踊跃下单。主营家居生活用品的多样屋

近几年“双11”销售额连年翻番。

“台商走电商”获得了大陆有关方面的大力支持。国台办曾表示，2017年为广大台商企办力的三件实事，其中之一就是要协助台商台企参与大陆电子商务，使台企产品能够更加便捷地进入广阔的大陆市场。

去年5月，依托江苏宿迁电子商务产业园区的“京东·台企名品馆”正式上线。借助这趟“直通车”，大到美朴生活的家具，小到台湾谢记的瓜子，形形色色的台企产品进入了更多大陆民众的消费清单。(潘清)

鲜易供应链公司举行2018年经营项目合伙人签约仪式

本报讯(记者 李代广)3月29日，河南鲜易供应链有限公司2018年经营项目合伙人签约仪式在郑州总部举行。鲜易控股董事长朱献福、党委副书记王娟、公司副总经理张伟、黄振平、鲜易供应链总经理郑瑞祥、鲜易供应链管理团队、事业合伙人代表等参加活动。

据了解，2017年11月，鲜易供应链选择上海、长沙、杭州、成都作为首批基地合伙人试点。经过近半年运行，已在生鲜供应链领域，初步探索出了一条可复制的事业合伙人模式。本次经营项目合伙人机制由4个试点基地向33个经营主体单位进行推广复制，覆

盖大区、基地及总部业务主线。

2018年政府报告中指出，打造“双创”升级版，集众智汇众力，跑出中国创新“加速度”。“此次，鲜易供应链内部事业合伙人机制，就是鲜易‘双创’升级版的有益探索。”董事长朱献福对鲜易供应链基地事业合伙人的探索给予肯定。

党的“十九大”之后，国家经济、社会、政治环境发生着巨大变化，在新机遇、新平台、新模式、新经济环境下，我们的机制创新正是“鲜易供应链+新动能”的表现，是生鲜供应链“双创”升级版的有益探索，不仅为供应链的员工打造创造价值的平台，也为公司其他业

态提供了可借鉴的模式，更是为生鲜供应链的‘双创’探索出了一条可复制的模式。”

“发挥平台智库作用，打造双创赋能平台，进一步激发‘双创’活力和动力。”董事长朱献福讲到，“对于双创，我们有着更深刻的了解。2015年，总理在公司视察期间，讲到的就是‘双创’、‘互联网+’、‘新旧动能转化’等。近年来，公司在双创模式、机制等方面，不断创新实践，逐步探索出了一条属于鲜易的‘双创’模式，成为行业和区域经济的‘双创’标杆，为生态圈的在册员工、在线员工打造了价值创造的平台，激发了生态圈的活力和动力，推动着公司的转型升级和持续健康发展。”双

创’无止境，我们仍在‘双创’的路上，需要不断探索、复盘‘双创’模式。鲜易供应链内部事业合伙人机制，从试点到全面推广，证明该‘模式’已经得到了大家的认可，达成了共识。在过去，公司通过综合科学技术创新+管理技术创新，围绕技术、标准、数据、金融、人才、智库等打造赋能性平台。在今后的工作中，我们要发挥总部的设计功能，发挥平台的赋能作用，尤其在金融科技、人力资源协同等方面，激活内部组织单元，根据内部场景化、实现从0到1、从1到N的突破、孵化、催生出更具价值的社会创新，打造鲜易升级版，跑出行业加速度。”

“0佣金”“0元叫车”重现——网约车再掀“补贴大战”的背后

■ 龚雯 高少华

“前3单立减14元”“0佣金”“明日打车0元起”——一度平静的网约车市场最近热闹非常。继3月21日美团打车登陆上海后，3月27日高德顺风车也在成都、武汉上线，同时在北京、上海、广州、深圳、杭州等地招募车主……

新入场“选手”掀起久违的“补贴大战”，滴滴等“老司机”也打起“反击”，乘客和司机乐得实惠。不过，记者调查也发现，伴随大量新车的涌入，“马甲车”、刷单等乱象有所抬头，市场存在安全隐患。

“补贴大战”再现江湖，“下班打车回家低至0元”

继去年“试水”南京后，今年3月21日美团打车登陆上海，上线快车和出租车服务。据美团数据，在登陆后第三天，日订单突破30万。3月27日，高德地图宣布推出顺风车业务，成都、武汉两地率先上线，同时开启北京、上海、广州、深圳、杭州等城市的车主招募。新竞争者的加入，让乘客和司机都得到了实惠。“美团打车上线后，这周都在用网约车。”上海白领胡亦昕表示，按照美团的补贴政策，

乘客前三单能立减14元，相当于起步价之内的行程基本免费。之后她发现滴滴也推送了“明日打车0元起，还赠周末大额立减券！”“下班打车回家低至0元，上海全城打车单单立减14元”等广告。

司机方面，享受的优惠力度更大。上海的网约车司机宋先生说，滴滴对快车、专车司机的抽成比例约为20%，而美团仅抽成8%，且前1万名注册司机前三个月可以免抽成。并且，按照美团的政策，网约车司机只要每天完成10单、保证至少10小时在线，当天车费不足600元的，美团会直接补齐到600元。

“原来跑滴滴，一个月也就挣六七千元。美团来后，估计一个月能挣近两万元。所以，我身边的非滴滴签约司机，大部分都转投美团了。”宋先生说。

高德方面，虽然没有补贴，但提出了“0佣金”政策。与其他顺风车平台抽取用户10%的佣金不同，高德地图坚持对用户不抽佣，也就是乘客花多少钱，司机就能拿到多少钱。

“马甲车”增加，刷单乱象抬头

记者调查发现，在高额“补贴”和“0佣金”政策的刺激下，上海等多地网约车市场近

期新车骤增，“马甲车”、刷单、服务体验差等乱象也有所抬头。

一是“马甲车”现象有所增加。尽管大部分城市规定，网约车应该是本地牌照，但总有一些司机钻空子，在平台注册的信息与车辆实际信息不符，由此带来一定的安全隐患。

记者亲测过一次，明明美团打车APP上显示的是沪H牌照的车，结果来了辆皖N打头且尾号数字完全不一样的车。不少消费者表示担忧：万一出现纠纷甚至交通事故，乘客的权益该如何保护？

二是刷单骗补风险再次抬头。记者了解到，一些网约车平台司机存在刷单行为。比较常见的方法是，司机事先告知刷单者车牌和位置，等后者叫车。司机接到单子后，刷单者坐车，开行约几百米后下车结束行程，双方再将补贴奖励或者利润平分。

三是新入局者的技术尚不够成熟，体验有待提升。“美团的导航不太准。明明司机离我只有2分钟的路程，可派单地图上却显示还有半小时，还好司机给我打了个电话，不然又要重来一次。”上海的王娟女士说。

给城市添“堵”，需加强动态监控

发展网约车，本意是为了给百姓出行带