

投身雄安新区建设 央企已经准备好

■ 李金磊

面对“千年大计”雄安新区,近期,至少有10余家央企表态称,要全力支持并积极对接雄安新区建设发展。其中,多家央企提出要争当雄安新区建设的“排头兵”;还有央企提出要做雄安新区建设的“生力军”;还有央企提出为雄安新区“找钱”,积极引导社会资本投入新区建设。

这些央企要当“排头兵”

“争当中央企业投身雄安新区建设的排头兵和先行者。”中国船舶重工集团公司(简称“中船重工”)4月7日发布消息称,以迁企入畿的实际行动呼应雄安新区建设发展。

据悉,中船重工已将集团七大动力产业注入保定风帆股份公司,重组后的中国船舶重工动力股份公司扎根保定;正在筹划将拟注入中船重工电子信息产业资本运作平台“中电广通”的水声通信企业长城电子总部由北京迁入海洋装备科技产业园,其他水声及海洋电子信息装备研制能力等业务也将逐步注入园区。

要当“排头兵”的不止中船重工一家。4月4日,国家开发投资公司党组召开党组扩大会议,提出国家开发投资公司是国有资本投资公司的改革试点单位,在雄安新区的建



设开发中应该大有作为。要带头发挥中央企业的骨干作用、引领和示范作用,争做雄安新区开发建设的排头兵、先行者。

记者了解到,中国交建(中国交通建设股份有限公司)、中国能建(中国能源建设股份有限公司)、中国航天科技集团公司等多家央企也表态称,争做雄安新区建设的排头兵。

这些央企要做“生力军”

中央提出,规划建设雄安新区要突出七

个方面的重点任务,包括建设绿色智慧新城、打造优美生态环境、发展高端高新产业、提供优质公共服务、构建快速高效交通网、推进体制机制改革、扩大全方位对外开放。

中国铁建4月5日召开会议提出,中央提出的雄安新区的建设目标和重点工作,都和中国铁建的优势业务息息相关。作为一支兵转工业企业,作为一支拥有完整产业链的企业,作为一支听党指挥,召之即来、来之能战、战之能胜的中央企业,也必须要做一支参与雄安新区建设靠得住的生力军。

根据中国铁建官网的介绍,该公司业务涵盖工程承包、勘察设计咨询、工业制造、房地产开发、物流与物资贸易及其他业务。具有科研、规划、勘察、设计、施工、监理、维护、运营和投融资的完善的行业产业链。

中国交建也表态称,中国交建有着丰富的经营管理经验和产业开发能力,有着确保完成国家重大工程项目的使命担当,一定能在雄安新区的建设中做一支靠得住、信得过的生力军。

这些央企要为新区“找钱”

建设雄安新区,离不开资金的支持。为此,一些央企为雄安新区“找钱”,提出积极引导社会资本投资于新区建设。

国家开发投资公司表示,公司应继续发挥基金业务的既有优势,积极引导社会资本投资于新区建设。同时,还要创新投资方式,推动基金和直投联动,谋划城市管廊、大健康、智慧城市等高端新兴产业。

据悉,目前,是央企中股权基金管理规模最大、涉及基金类别最多、吸引社会资本最多、管理社保基金最多的股权投资机构之一。

中国航天科技集团公司5日称,要充分利用好军民融合产业发展基金,积极引导社会资本投入新区建设,大力推进军民融合和供给侧结构性改革,拓宽企业发展空间。



新品发布集中期到来 互联网电视厂商刀兵相见

■ 刘楠

据经济之声《天下财经》报道,每年三、四月份都是电视机新品发布的集中爆发期,今年的厮杀更加猛烈。面对消费升级,不少厂商都打出了“人工智能”的概念。但是用户的客厅离人工智能究竟还有多远?

新老品牌聚集 这个春天真热闹

今年春天,电视机行业可谓是热闹非凡。3月29日,乐视推出Unique系列高端产品,紧接着小米,微鲸等互联网电视厂商也纷纷推出新品。同时,索尼、TCL和长虹等传统家电企业也不甘落后。奥维云网副总裁董敏介绍说,新品牌的涌入让这个行业更加热闹。

董敏说:“从2015年到2016年国内电视行业增加了15个新品牌,今年的热闹程度更胜以往。”

事实上,今年此番新品的集中爆发,本质上是行业重新洗牌后的新一轮竞争,当互联网电视占据了大多数新兴家庭的客厅时,传统家电厂商已然无法保持淡定,数据显示,2016年中国彩电市场互联网电视渗透率达到84.7%,已经成为消费标配。

竞争无底线 厂商“撕破脸”

厂商之间的竞争也更加惨烈。例如从4月1日开始,某品牌官方微博发布了题为“别瞎乐了”、“来搞视了”、“该吃药了”、“这就完了”四款预热海报,以“乐视药玩”为主题说明自家新品与同尺寸的乐视电视相比有着明显的价格优势。

过去,大家无论私下怎么刀兵相见,至少表面上仍然互相称呼为“友商”,像这么赤裸裸的攻击还是第一次。从一个侧面也印证了目前行业竞争的激烈程度。对此,乐视致新市场营销负责人任冠军也很无奈:“我觉得这是一个无底线的竞争,我们已经不屑于去回应了。一个企业踏踏实实的产品做好,用户自然会用脚投票。”

科技自媒体人“万能的大熊”认为,乐视树大招风,被攻击也在所难免:“2012年乐视开始做电视并且颠覆传统电视行业之后,层出不穷的出现过七八十个互联网电视品牌,然而现在这些品牌大多数都销声匿迹了,而这些新老牌电视机企业在看到乐视独占鳌头时,不免起意分一杯羹,但事实上目前市场上互联网电视品牌格局其实已经定了,以乐视现在的体量来说,已经没有办法将这个它从行业第一的位置拉下来了,因为洗牌已经结束。”

“低配低价”成为新特点

不久前,小米公司也发布了新产品,43英寸的电视机售价仅为2099元。对于这个产品,科技自媒体人“万能的大熊”认为,低价之下,是低配置的现实。“小米这次发布的不是旗舰产品,而是一个低端产品,既不好看也很笨重,配置比较低。语音识别功能也只能说是凑活,主要用的是搜狗语音识别和‘出门问问’。”

过去互联网品牌推出的新产品都是高配置低价格,或者是成本定价。如今的小米的“低配低价”用意何在?董敏认为,这反映了行业的一个新特点。“面板占到整个电视机成本的60%左右,过去一年有些面板的价格上升了50%。所有有些品牌在成本压力下会推出一些低成本机型。第二,有些品牌已经过了红利收割期,现在必须做大销售渠道,做多产品品类,一些低成本的电视就会出来。”

人工智能进客厅需要更多时间

此外,本轮新品发布的一个特点就是各家厂商普遍重视人工智能。多个品牌不约而同的发布具有语音交互功能的互联网电视,将人工智能的语音技术推向前台。虽然有业内人士认为人工智能的实用性有待加强,但是董敏仍然表示,人工智能在互联网电视行业还处在起步阶段,想要走进用户的客厅,要留给电视厂商多一些时间。

董敏表示:“看人工智能的发展,还要看能否在人机交互上实现无缝连接,在内容选择上是否足够丰富,是否有足够多元化的东西来配合人工智能。”

“放心茶到大华” 专家伸出大拇指

虞富莲演讲《巴蜀古茶树资源的多样性与茶产业的关系》

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

4月1日,春日的大华国际茶城喜事盈门,“欢迎虞富莲教授莅临大华国际茶城指导交流”的大幅标语横挂在茶城2号楼门前,中国茶界权威专家、中国农业科学院茶叶研究所研究员、全国农作物品种审定委员会茶专业委员会虞富莲教授莅临大华国际茶城,进行《巴蜀古茶树资源的多样性与茶产业的关系》的专题演讲,本次活动由四川省茶馆协会、西南茶文化研究中心主办,大华国际茶城、成都市茶楼协会协办。对于大华国际“放心茶到大华”的先进经营理念,虞富莲教授伸出大拇指表示高度赞赏。

一次严谨的科学家真传 长知识开眼界

下午14:30,虞富莲教授《巴蜀古茶树资源的多样性与茶产业的关系》的专题演讲在大华国际茶城A区一楼会议大厅举行。本次演讲由大华国际茶城副总经理段逸丹主持,西南茶文化研究中心主任孙前,四川省茶馆协会会长、大华国际董事长王利民,四川省茶馆协会副会长王挺,四川省花秋茶业有限公司董事长喻长根,四川省音乐学院教授邢万里,天下茶友网CEO杨健,企业家日报记者及来自全省各地的茶商、茶友、大华国际茶城员工近100人聆听了虞富莲教授的演讲。

西南茶文化研究会中心主任孙前在致辞中说到:虞富莲教授受西南茶文化研究会中心邀请入川八天以来,在四川考察了邛崃花秋茶园、雅安蒙顶山茶园、蒙顶枇杷茶、峨眉山茶园后,今天这一站虞教授专门为我们带来的是一场生动的、关于巴蜀四川古茶树资源的专题讲座。这是一位严谨的科学家真传,长知识开眼界。

“放心茶到大华” 将健康茶带进千家万户

四川茶馆协会会长、大华国际董事长王利民作了热情洋溢的致辞,并表达了对虞富莲教授及夫人莅临大华国际茶城的感谢之意。王利民在致辞中说到:特别感谢西南茶文化研究中心孙前主任精心组织策划了这场活动,虞教授是中国农业科学院茶叶研究所的著名茶学专家,编著了《中国古茶树》、《中国茶经》、《茶叶大典》、《茶树良种》等10余册书籍,是为振兴中国强茶梦做出贡献的专家之一,在此,让我们向虞教授表示最崇高的敬意!

王利民特别介绍了大华国际茶城树立的“放心茶到大华,大华健康养生茶”的经营理念。他说,长期以来,消费者都非常重视农产品质量安全问题,因此大华国际茶城选择做好“放心”两字,把云、贵、川海拔1000米以上原生态、无污染、有标准的茶产品定位为“放心”茶产品,以弘扬茶文化、做强茶品牌、振兴茶经济、实现茶健康为目标,弘扬茶孝道、茶礼仪、茶养生优秀中华传统文化,以原生态区域峨眉山、蒙顶山、乌龙山、米仑山海拔1000米以上的茶叶为原料,以最传统的藏茶(黑茶)工艺,以最节省劳动力成本的好产品、健康产品为基础,以茶馆为据点,以大妈为推手,争取3至5年实现1万个茶馆、1万个社区、100万个家庭了解放心茶,了解放心农产品。茶文化源远流长、博大精深,我们要将“放心茶到大华”的先进经营理念传递给每一位茶友,将健康茶带进千家万户,让我们



●四川省茶馆协会会长、大华国际董事长王利民(左三)为虞富莲教授(左四)、西南茶文化研究中心主任孙前(左二)、四川省茶馆协会副会长王挺(左一)介绍大华国际发展远景



●聚精会神聆听虞富莲教授演讲

共同努力为中国强茶梦做出贡献!

开发“放心”茶 利用古茶树大有作为

虞富莲教授指出,广义的巴蜀是指今四川省全部、重庆市全部以及湖北省西北部的神农架林区,贵州省北部的赤水、道真、务川,陕西省秦巴山区的阳阳、镇巴、西乡、宁强、南郑等地。巴蜀古茶树资源与巴蜀文化圈几乎是重叠的,表明哪里有古茶树资源哪里就最早产生茶文化。目前已知的巴蜀古茶树物种有疏齿茶、南川茶、秃房茶、大树茶等,物种虽不多,但具有从原始型到进化型的类型,表明川渝黔一带是属于茶树原产地范围。巴蜀是人类利用茶的发祥地,也是最早的茶业集散中心。

虞教授从古茶树、古茶园、野生型茶树与野生茶树的区别、栽培型茶树与栽培茶树的四个方面理清了有关古茶树的观念。

他介绍说,古茶园指百年左右的栽培茶园,古茶园年份不等于生长的茶树树龄。古茶树一般指自然生长或栽培年份在百年左右的茶树,与茶树树型、树体大小无关。古茶树是珍贵的自然资源,被称为“活的文物”“绿色化石”,是人类与自然和谐的碑石。

虞教授指出,古茶树具有遗传多样性,是研究茶树起源与传播、茶树植物学分类以及进行新品种选育的重要材料,中国古茶树的数量之多、树体之大、物种之丰富为全球之冠。古茶树是世界茶树原产地的依据之一,是

茶产业转型升级开发新产品的物质基础。从现今多个茶企利用古茶树制茶品质看,香气较高,滋味醇厚,有的别具特色,有的隐伏着创制新产品的潜力。利用古茶树资源可以开发出市场需要的多元化产品,尤其是不同消费人群喜欢的茶叶,如白领的益思茶、司机的提神茶、妇女儿童的低咖啡因茶、老年人的降血糖茶、降血脂茶等。此外,欧美国家很喜欢喝加香料的茶,能否多开发天然花香型的茶供外销,这些都是拉动茶叶消费的新亮点,当然古茶树的开发需要企业与科研院所相结合。

据了解,目前全国饮茶人群中,老年人约占40%,中年占30%,青年占28%,其他占2%,扩大中青年人的消费是最大的潜在市场。

虞教授强调,要通过搞茶旅一体化,坚持“保护中开发、开发中保护”,秉持“茶旅融合,一三互动,接二连三”的发展思路,有条件的地方可以适当建设以栽培古茶树(非野生型古茶树不可)为中心的旅游景点,以拉动茶叶消费的新卖点;要不断扩大消费人群,改进茶馆、茶楼经营方式,把更多年轻人从咖啡馆吸引到茶馆。

虞教授以他多年对古茶树实地考察的真实图片和亲身经历,使演讲生动而富有感染力,赢得了茶友们的一致好评。

虞富莲教授演讲后耐心解答茶友的问题。茶友们来自四川省各地,提问踊跃。大家一致感到,虞富莲教授作为国内知名茶树专家,使茶友们增长了知识,开阔了视野,为推动四川省茶产业发展,尤其是对大华国际“放心茶到大华”的先进经营理念注入了新的活力。



●西南茶文化研究中心主任孙前致辞



●四川省茶馆协会会长、大华国际董事长王利民作热情洋溢的致辞



●四川省茶馆协会副会长王挺提问



●虞富莲教授演讲



●虞富莲教授(左三)在他编著的《中国古茶树》书上签名留念