

# 宜宾南京唐山共建“新纽带”

■ 叶含勇 杨迪



●集装箱班轮航线开通仪式

记者从宜宾市临港经济技术开发区获悉,4月10日上午,长江黄金水道起点港宜宾港与南京区域港口群(南京港、合肥港、马鞍山港、淮安港)、唐山港在南京签订战略合作协议,在货物装卸、水水中转、业务拓展、口岸通关、战略规划等方面展开合作,以延伸江海联运服务功能,构建东中西部大交通体系,促进长江流域与东北地区及东北亚地区的商贸物流发展。

当前正值国家全力实施长江经济带战略的关键时期,长江沿线港口物流企业交流合作日益频繁,区域一体化和合作共赢发展已成为一种趋势。宜宾港董事长刘征宇说,此次签约明确了合作各方在物流发展规划、班轮航线开辟、跨区域业务对接等方面的具体合作目标和分工,制定了信息资源共享、靠泊和装卸船优先、港口费用互惠、宣传推荐共进的多边互惠政策,确立了共建联络小组定期联络沟通的合作机制。

宜宾市副市长李学焦说,此次合作有助于延伸江海联运服务功能,实现跨区域联盟、资源共享、优势互补、



●签约仪式现场

协同联动发展,共同构建区域大交通体系,促进长江流域与东北地区及东北亚地区的商贸物流发展。

据悉,作为此次战略合作的重要举措,“宜宾—南京—唐山(环渤海湾)”、“宜宾—南京—日本、韩国”集装箱班轮航线也于同期正式开通。为中西部和环渤海湾东北部、乃至东北亚串起一条水路运输新纽带,通过铁水联运、公水联运系统化运营,最大限度降低大宗物资往

来的成本。

南京市副市长黄渊、宜宾市副市长李学焦出席仪式并讲话。南京市交通运输局副局长张小琴,宜宾临港经济技术开发区管委会副主任曹杨等有关领导出席仪式。南京港、宜宾港、合肥港、马鞍山天顺港、淮安港、唐山港相关负责人,川渝地区、南京地区相关航运企业代表参加了仪式。

# 成都六成消费者不偏爱网购

■ 赵张冬 王红

2014年下半年,成都市主要商场平均提袋率比上半年下降8个百分点;63%的消费者每月网络购物的频率并未超过两次;平均开业延迟时间达到8-12个月的商业综合体在去年底达到34万平方米……近日,知名咨询机构仲量联行公布了一组针对成都零售消费市场的最新调研结果。据了解,该项调查以消费者行为习惯为视角,进行了一系列市场调查研究,覆盖成都主城区12家主要商场2014年的运营情况,调查发现诸多显著的消费者特征和行业现象——

## 卖场存量巨大平均开业延迟1年

据四川日报报道,随着去年成都国际金融中心(IFS)、成都远洋太古里等高端商业入市,成都零售商业迎来了转型升级的拐点。据记者了解,2014年成都全市国际精品品牌店铺数量比2013年增加了110家,其中首次进入成都市场的品牌超过190个,商业综合体首层平均有效租金持续增长,商业经营逐渐由一环向三环以外蔓延,形成百花齐放态势。

尽管如此,但有不少综合体竣工后面临开业推迟或无法开业的困境。根据仲量联行统计结果显示,成都市近五年平均吸纳商业面积为66.7万平方米/年,然而至2014年底,未能如期开业的商业面积仍达34万平方米,占市场存量5%,平均开业延迟时间达到8-12个月。对此,仲量联行成都零售地产部高级董事谢凌表示,“目前,许多中小型商业地产项目之所以面临窘境,多是因为定位模糊,不注重运营所导致的。而根据消费者偏好的不同,响应消费者诉求才是商业运营成功与否的核心关键。”

除存量去化不易外,区域型商场与社区型商场正出现各自的经营难点,成都市零售商业正发生两极化的竞争态势。随着高端品牌与多样主题餐饮入市,位于红星路的成都国际金融中心(IFS)2014年下半年人流比上半年增加85%,商场单次消费超过1000元以上中高消费者占有效人流的45%,经营绩效优异;而同区位百货商场却面临客流锐减的问题。客群分流现象明显,项目区位不再是经营保证,差别定位与主题营销在未来不可或缺。

## 成都消费者受网购影响并不大

调查显示,2014年下半年成都市主要商场平均提袋率比上半年下降8个百分点,不少零售业者将业绩不振归因于电商冲击。然而仲量联行调查结果显示,成都市

63%的消费者每月网络购物的频率并未超过两次,网络购物的影响并不如想象中可怕。网络购物行为并没有取代人们在实体商业的消费需求,而是淘汰了忽略消费者感受的商场,且更清晰地过滤出不同类型消费者的特质。“零售行业随便开、随便卖、随便赚的好日子已经过去,今天的消费者变得更加聪明,更追求服务质量与购物体验,懂得判断商品的优劣。”仲量联行零售地产部资深董事邓汝舜这样认为。

成都国际金融中心(IFS)、凯丹广场等成都代表性购物中心,因定位清晰、亮点突出、营销得当,依然在人流、客单价、提袋率上保持多重增长;其中凯丹广场2014年人流到访量已超过1000万人次,单位面积吸引力达到0.6人次/平方米/日,比2013年增加15%-20%。“实体商业的真实感和体验感是不可能被取代的,现在电商最大的优势是方便、即时”全动科技董事长吴坤认为,“只要实体商业去改善服务方式、做好移动端营销,一样能达到这个效果。”

不同年龄消费业态统计显示,成人服饰、咖啡轻食与餐饮受众广,是当下商场中最重要的业态。30岁以下消费者在咖啡轻食与休闲娱乐消费占比突出;30-44岁的消费者在服饰上的偏好激增,并成为化妆品/香水、珠宝/钟表、儿童零售业等的主要消费群体;45岁以上消费者的消费类型则趋于单一,主要集中于成人服饰与超市。

在不同定位的商场中,需要在服饰配件、化妆品、珠宝钟表的品牌组合中,反映适当的消费档次,同时也需

要兼顾餐饮娱乐业的布局以扩充消费受众,其中,中高端商场需要通过商场规模、消费者服务系统,满足中高端消费群较长的购物停留时间,大众商场则需要通过商户组合控制商品单价与商品陈列方式,为大众消费群建构实惠且有效率的购物环境。

## 区域型商场异军突起

社区型商场在区位上通常具有垄断的优势,但成都市大多数社区型商场因定位模糊且运营粗放,而出现人流不足的问题;部分社区型商场单位面积吸引力不足0.1人次/平方米/日。研究指出,成都市社区型商场吸引力只有区域型的一半,但提袋率与到访频率分别是区域型商场的1.2倍与1.4倍。此外,区域型商场平、假日人流量比是1:2;社区型商场平、假日人流量比是1:0.9;与区域型商场不同,社区型商场的平日经济更值得把握。

事实上,区域型商场凭借浓厚的商圈氛围,让许多消费者会远道而来,体验有别于日常生活的节庆感受,并以消费购物、聚餐社交作为一种庆祝的形式;而社区型商场则凭借亲民的服务、熟悉温馨的环境,形成日常消费与放松休憩的载体。消费者在区域型商场中消费服饰配件、珠宝/手表、化妆品/香水等商品的金额占比达到85.6%,购物目的强烈。仲量联行统计指出,在区域型商场单次消费金额超过2000元的消费者占有效消费者的16%,而该指标在社区型商场中只占7%。

## 宜家成都二店 预计明年春季开业

■ 贺华玲

近日,全球最大的家具零售商IKEA宜家召开新闻发布会,宣布将开设在成都的第二家商场,即宜家成都成华商场,预计于明年春季开业。

来自成都商报的消息称,据介绍,宜家成华商场位于三环路川陕立交西北角,营业面积超过4万平方米,面积比目前的一店即高新店还大约50%,停车位超过1000个。同时,新店距离施工中的地铁三号线站点约300米,交通便捷。

2006年,宜家入驻成都,开出宜家高新店,目前已有200万会员粉丝。

成都宜家家居有限公司市场部经理张莲莲表示:“成都正成为中国发展最快的城市之一,目前的宜家成都高新商场已不能满足本地消费者的需求。为了让更多的市民能够更方便地来到宜家,宜家决定在成都开设第二家商场,即宜家成华商场。”宜家成华商场经理弗雷迪克(Fredrik)表示,“宜家成华商场将提供300多个职位。”

宜家自1998年进入中国,分别在上海、北京、广州、成都、深圳、南京、大连、沈阳、天津、无锡、宁波、重庆和武汉建立了16家商店。“成都成为继北京、上海之后,宜家拥有两家店以上的城市,目前北京有2家店,上海有3家店。”

宜家首席执行官彼得·阿格耐夫贾尔(Peter Agnelfall)表示,在过去一年时间里,中国、俄罗斯和匈牙利市场的增长速度是最快的。其中,中国市场由于城市化进程加快带动了家具需求增长。

## 眉山民营经济 实现首季“开门红”

■ 殷勇

近日,来自市民经办的数据显示,一季度,全市新登记个体工商户2804户,新登记民营企业639户,同比分别增长42.26%和27.8%,民营经济呈现出强劲的发展势头。

据悉,今年一季度,全市围绕民营经济目标任务,重点加大金融扶持力度,创新金融服务主体培育、金融服务平台搭建和金融服务能力提升,尽力解决企业融资难融资贵问题,推进民营经济快速发展。一季度,全市银企对接签约项目64个,融资34.49亿元。全市新登记个体工商户2804户,同比增长42.26%,新登记民营企业639户,同比增长27.8%,预计民营经济增加值增速9%,高出市定目标0.5个百分点。

## 乐山争取今年扶贫投入 不低于15亿元

■ 吕志勇

4月14日,乐山市扶贫开发工作领导小组会议召开。会议传达省委、省政府有关会议精神,总结去年工作,安排部署精准扶贫工作。市委副书记、市长张彤强调,要全力以赴扶贫攻坚,着力开展精准扶贫,形成工作强大合力,加快贫困地区脱贫致富奔小康步伐。市委常委、市总工会主席方为加,副市长阿刘时布出席会议。

2014年,全市整合各类资金20.44亿元用于扶贫开发,实现精准减贫48221人,建设彝家新寨40个、住户3419户,25个整村推进村、16个市列重点连片贫困地区扶贫开发推进有序。今年,乐山市将以“精准扶贫、精准脱贫”为主线,继续聚焦彝区、山区和市列重点片区,加快推进彝区“十项扶贫工程”、乌蒙山区区域发展与扶贫攻坚、市列重点片区扶贫开发项目,争取扶贫投入不低于15亿元。

“要全力以赴精准扶贫。”张彤指出,市委、市政府一直以来把扶贫开发工作作为一项重点工作来抓,各级各部门要高度重视,打好一场扶贫开发攻坚战,啃下扶贫开发这个硬骨头,努力补齐短板。扶贫开发工作要做到“五看”,一看工作重不重视,二看情况清不清楚,三看措施有没有力,四看成效显不显著,五看作风深不深入。

张彤强调,各级各部门要着力开展精准扶贫,做到情况底数清楚、问题台账清楚、帮扶措施清楚。要把扶贫开发工作落实到乡镇、村、户和具体的人头上,确保工作全覆盖,因村制宜、因户施策,帮助他们补齐发展短板。要认真抓好产业发展,抓好基础设施建设,抓好住房改善,深入推进精准扶贫。要形成工作强大合力,要做实扶贫开发督查,以此为契机开展好扶贫攻坚。要把扶贫攻坚与开展“三严三实”、“走基层”、民生工程实施等相结合,加强领导、坚持政府主导,群众自力更生,社会各界广泛参与,凝聚各方力量,形成扶贫开发的更大合力,加快贫困地区脱贫致富奔小康步伐。

## 石棉增强产业“造血” 一季度经济实现“开门红”

■ 唐小未

“农业强底座,工业挑大梁,三产当尖兵。”将一二三产业同部署、同推进,雅安市石棉县产业“造血”功能逐步增强;2015年一季度,石棉县经济实现“开门红”,完成地方公共财政预算收入11188万元,同比增长729万元,增幅6.97%。

近年来,石棉县依据自身海拔、气候、土质等方面的特点,因地制宜,在低山河谷地带发展黄果柑,中山地区发展枇杷,高山地区发展核桃,形成了以海拔高度为分界线的三条特色农业产业带。

截至3月底,2015年石棉县已销售黄果柑21500吨,统购均价4.2元/公斤,实现销售收入近9000万元。

旅游产业的重建和发展,已经成为石棉新的经济增长点。

据石棉县旅游局统计,今年清明小长假,石棉县旅游收入再创新高,全县各景区共接待旅游人次9.49万人,同比增长43.58%,实现旅游总收入5977.44万元,同比增长33.03%。

石棉县坚持生态引领,做强新型工业。继续突出工业主导地位,大力实施“1+3”工业发展战略,壮大水电产业,发展特色载能、新材料和稀贵金属加工产业,冲刺百亿省级循环经济示范园区。

## 自贡晨光园区成为四川首批高新技术产业化基地

■ 王卫东 许鹏

近年来,自贡晨光科技园区积极依托中昊晨光化工研究院的科技研发与资源集聚优势,打造化工新材料主导产业,成功创建为四川省首批高新技术产业化(化工新材料)基地,走出一条科技引领的特色发展之路。

晨光科技园紧扣晨光院科研成果应用孵化和市场转化,做好品牌产品、衍生产品、配套产品,形成独具特色的化工新材料主导产业及产业链。以晨光院为“主干”产品,重点发展有机氟、有机硅、环氧树脂等有机高分子新材料产业;自贡鸿化、自贡金星为晨光院提供氯碱、纯碱、硫酸及工业蒸汽等“上游”产品;四川标美、自贡众城加工含氟含硅系列“下游”产品;富顺县鑫宇、四川汇金、自贡市合顺铝业加工“配套”产品。在原材料使用和产品加工上,基本形成园区企业与晨光院的“大循环”,构

建了氟化工产业集群。目前,以高新技术为龙头的新材料产业已成为园区名副其实的主导产业,其产业比重已占园区工业总产值的42%。

富顺县委、县政府健全完善相关政策,激发以晨光院为主体的园区企业创造热情,相继出台了《富顺县专利资助及专利实施专项资金管理办法》、《晨光化工研究院专利实施与促进专项资金项目管理办法》,引导和督促晨光院成立知识产权处,县级和园区财政安排自主创新资金2500万元,其中用于晨光院“一种含氟环氧树脂活性稀释剂及其制备方法”等62件有效专利申请费用750万元。近三年,园区申请专利374件,授权269件,申请商标151件。晨光院“晨光CHENGUANGE及图”、四川远达美乐公司“美乐及图”荣获国家级驰名商标;“晨光”、“美乐”、“ZF及图”、“迴澜”、“金富源”、“旺林堂”荣获四川省著名商标。

同时,为促进产城共发展,积极强化园区化工新材料产业发展规划,与晨光院倾力打造的世界级氟化工科技产业园规划之间的有机衔接,确保各项基础设施、要素保障、居住环境等专业规划与土地利用总体规划、交通发展规划“多规合一”。依据氟化工产业园的发展趋势,编制约8平方公里的预留发展区(东湖片区)发展规划,约7平方公里的化工新材料配套区(永年高河片区)的建设规划,为整个园区的产业发展与城市建设留下足够的拓展空间。

为提升园区城市品质,完善城市功能,积极实施道路建设。迄今已建成宋渡路、安和西路、钟秀长街西段等13条,总长22.5公里。推进能源建设,建设供排水管网38公里、安装天然气管网8公里,110KV锁江变电站、35千伏回澜变电站、安和变电站邓安线35千伏扩容等工程建成投入使用,天然气管配站正在建设中。