

# 2 热点透析 Hot Dialysis

## 转型路上“爬坡过坎” “显微镜”下的中国经济个体样本

■ 齐中熙 樊曦 刘铮

在中国经济大潮中,每个人充其量是一滴水;在转型升级的道路上,他们只是一粒沙。我们虽然无法从纷繁复杂的经济数据中找到他们的身影,但正是这千千万万的个体,构筑起中国经济大厦。

### 转型之痛,基层官员白了头

“转型不是上嘴唇碰下嘴唇的事情,而是长期艰巨、痛苦的过程。”说这话时,唐山市发改委产业协调处处长卞明江的头发已经白了一半,而唐山市按国家要求化解钢铁产能任务也完成了一半。他苦笑说,如果4000万吨化解任务全部完成,头发也要全白了。

2008年,在巨大的市场需求拉动下,唐山钢铁产业迅速发展,最终形成了1.5亿吨左右的钢铁产能。河北省是全国第一产钢大省,唐山市是河北省第一产钢大市。

2013年9月,河北省出台《河北省大气污染防治行动计划实施方案》,决定到2017年削减钢铁产能6000万吨。其中唐山市就被要求削减4000万吨。

“对于唐山这可以说是‘壮士断腕’。”卞明江说。全国化解钢铁产能的标准是300立方米以下高炉、转炉30吨;河北省标准是450立方米、40吨转炉,唐山是1000立方米、60吨转炉,“不然完不成任务”。

“2013年底唐山就把国家政策规定必须淘汰的全部淘汰了。现在要求拆除的,在其他省份甚至是好的项目。”卞明江说,“计划再整合或搬迁一批。一些企业按照进行优势整合,一些向沿海和原料集中产区搬迁。”

说起化解钢铁产能的难,卞明江说:“当初建钢厂每吨产能投资3000元,现在要拆

掉4000万吨,要拆掉多少钱?另外,现在银行不愿意把资金投入到钢铁企业,但钢铁企业还要生产,形成了各种融资渠道:企业之间借贷、民间借贷,甚至职工入股。”

“一座小钢厂也有2.3千人,这些人去哪就业?拆几个钢铁厂一年就拆掉了,但是替代的产业,不是一年就能跟上。”

2014年,河北压减炼铁产能1546.5万吨、炼钢1500万吨、水泥3918万吨、平板玻璃2533.5万标准重量箱,全部超额完成国家下达任务。

“我的运气不好,上任处长碰上了四万亿投资,我却碰上了产能化解。但作为基层官员,我们也明白局部利益和全局利益的关系,就是再难也要把任务完成。”

### 升级之难,传统行业“爬坡过坎”

政府难,企业更难,尤其是传统的加工制造行业,如果不转型升级,要想原地踏步都难。

做了30年牛仔裤生意的湖南株洲领众超服装有限公司老板王恒波如今已经赋闲在家,他的厂子交给了其他人打理。对于这些年的生意,老王的感触颇多。

“从前年开始,订单和利润就降得厉害,今年的产量和利润更比去年下滑了近一半,产品卖不出去,买原材料只能赔账,客户又跟我们赔账。现在株洲很多的服装企业都干不下去了。”

做生意三十年,王恒波见证了牛仔裤厂从起步、发展到今天的困境。他先从老家南昌起步,之后把厂房搬到了广州。前几年为了节省成本,又把厂房搬到了株洲。

“三十年从没碰到今年这样的情况。原来出厂价80块钱的牛仔裤,现在压在仓库里卖不出去,为了资金周转,只能把价钱压到三、四十块钱。我原来手机通讯录里有30多个客户的电话,这两年删的就剩下十来个了。就这些客户,还常常拿不出钱。”王恒波很无奈。

“以前我从没向银行贷过款,去年实在周转不开,申请了第一笔100多万贷款。我周围做服装生意的老板普遍感到手头紧。”

王恒波感叹,用老的思路和方法做服装生意的确不行了。以前一个款式可以卖几年,现在一个月不更新就卖不动,换代的速度太快,老办法跟不上了。

现在,王恒波的厂子虽然困难,但还在维持。“现在拼命节省开支,缩减工人数量,争取扛过去,等待行情好转。如果连租金,利息都赚不到,就只能关门。”

### 调整要快,适应消费新特点

要想挺过这波经济下行的压力,传统制造行业必须转型升级,而且必须快,适应当前新的需求和消费习惯。

浙江义乌的制袜企业宝娜斯集团在中国制袜企业里可以排到前三位。前些年,他们在国内的销售模式也只限于传统的超市、连锁店。随着这几年电商规模越做越大,总经理洪庭杰坐不住了。三年前,他尝试着发展电商代理模式,去年开始发力,并取得了“突飞猛进”。

“今年电商这块预计能够做到2到3亿元,占销售的五分之一。估计三年后能到5亿元,占销售的一半。”洪庭杰说。

他说,电商是大势所趋,可以实现品牌和消费者的直接沟通。但中间商会逐渐被压缩,如果还抱着老观念瞻前顾后,企业发展肯定会受到损伤。

直接面对消费者后,洪庭杰意识到传统的制袜业也能创造高利润。“传统渠道不可能卖出高利润的,代理商就不支持。要创造高附加值,让消费者愿意买单,就要真正解决消费者需求。”

这两年,宝娜斯开发了多种新产品,包括用各种新材料制作,穿上不怕热的、不会勾丝的、甚至可以防紫外线的各种袜子。“不光要进入电商这个平台,还要有卖点、创品牌。”

去年,宝娜斯的电商做到了海外,还在纽约时代广场投放了广告。“我们现在和亚马逊联盟合作,让国内的中小卖家帮我在亚马逊上卖货。而且现在开始尝试做海外仓,在西雅图做了一个仓库,这样海外可以直接发货。”

“互联网时代,整个世界变‘平’了。即使是电商也不好做,很多都靠低价冲网上排名。但只靠低价最多坚持一两年,而我们会坚持做品牌。我就是要在新平台上和新对手‘斗’,看谁能撑到第三年。”

### 创业之机,打通发展新路径

这是一个要在压力下转型的时代,也是一个创新创业的时代。

一年前,广东省茂名高州市根子镇高坑村“80后”青年张蓂凡还是一名快递员,如今,他已经是微果水果农业合作社和微果网的创始合伙人,还带动村里4700多果农共同致富。

“我在顺丰‘卧底’了一年;看着他们如何把家乡的荔枝运到全国。我把生鲜快递的物流流程了解清楚,还专门到北京学习,回乡后创办了这家企业。”

张蓂凡的家乡特产荔枝,往年靠卖荔枝全村能收入五六百万元。但以前都是批发商上门收购,定价权在批发商手里,经常被随意压价。

“现在,我们的企业和快递合作,大大提高了订单的范围和效率。只要我们网上有订单,就敢大量收,但批发商就不敢这么做。我们收购时要挑好的果品,不能发霉、不能有黑点,价格自然就上去了。像今年最早上市时的荔枝好品种,收购价达到了每斤8元,普通荔枝的收购价也达到每斤4元。”

今年,张蓂凡与当地村委会和果农签订合作协议,并与顺丰、德邦等快递公司建立寄递服务关系,将地方特色水果通过快递渠道销售出去。张蓂凡返乡创业的举动,也激发了附近村民利用电商、快递的意识,纷纷加入到返乡创业的行列中来。目前,张蓂凡的工作团队已发展到了20余人,大多数为土生土长的“80后”。

“创办微果网,主要是利用产地优势,把电商和快递结合起来做。打通农副产品流通产业链后,特色产品在網上就能实现直销。尤其是荔枝产业,流通环节发生了翻天覆地的变化,进而拉动了销售。今年我们村的荔枝收入能达到七八百万元。”



■ 本报记者 李代广

7月7日,江苏省苏州市人民政府副市长、昆山市委书记、昆山经济技术开发区党工委副书记、昆山花桥经济开发区党工委副书记徐惠民到昆山众品公司基地调研,众品公司董事刘朝阳陪同调研。

徐惠民副市长一行来到公司展厅,听

## 昆山市委书记徐惠民莅临众品公司基地调研

品和大宗特色农产品,主要客户面向餐饮、团膳、商超等;“冷链马甲”是国内第一家冷链资源交易平台,以冷链仓储能力、冷链运输能力、冷链食品货源信息等为交易标的,整合国内冷链物流客户资源,降低社会物流成本;“日日鲜商城”是线上线下融合的O2O社区生鲜电商,以“线上预订+现场购买”消费新模式,消费者可通过手机、电脑、到店选购、登录网站预订等多种方式,购买日日鲜商城内的各种生鲜商品,缩短新鲜食材“从源头到餐桌”的距离,确保产品全程健康品质。

取了公司在“互联网+”背景下的转型升级的实践,重点了解了公司“三张网”的运营情况。

公司定位于O2O生鲜供应链服务商,通过实施“互联网+”行动计划,改造并创新了传统产业的商业模式。“鲜易网”定位于生鲜食材B2B交易平台,产品品类包括猪牛羊禽等动物蛋白、水产、果

品和大宗特色农产品,主要客户面向餐饮、团膳、商超等;“冷链马甲”是国内第一家冷链资源交易平台,以冷链仓储能力、冷链运输能力、冷链食品货源信息等为交易标的,整合国内冷链物流客户资源,降低社会物流成本;“日日鲜商城”是线上线下融合的O2O社区生鲜电商,以“线上预订+现场购买”消费新模式,消费者可通过手机、电脑、到店选购、登录网站预订等多种方式,购买日日鲜商城内的各种生鲜商品,缩短新鲜食材“从源头到餐桌”的距离,确保产品全程健康品质。

徐惠民副市长非常关切昆山众品的发展情况:“昆山众品发展情况怎么样?未来有哪些规划呢?”刘朝阳经理介绍了昆山众品的定位及未来发展,“昆山众品作为‘智慧生鲜供应链生态圈’的重要载体,定位于产业集聚、功能集成、国际先进的温控供应链产业基地。目前有百胜餐饮、沃尔玛、泰森、和路雪等国内外知名企业和台湾鲜活果汁等食品企业签约入驻。

B2B生鲜电商交易中心、肉类及冷链资源交易中心、跨境电子商务、商务及综合配套服务中心等功能正在持续建设中,项目建成后,将成为公司华东温控供应链总部基地、海峡两岸冷链物流产业合作示范平台、华东地区肉类和冷链资源交易平台、华东地区冷链食品B2B电子商务平台、长三角地区温控食品集货转运枢纽、生鲜跨境电子商务中心、昆山海峡两岸冷链物流产业合作试点的核心工程和重点项目。对促进两岸产业合作、整合冷链资源、提升城市冷链物流发展水平、推动昆山现代服务业发展有着重要作用。”

徐惠民副市长表示:“希望鲜易抓住‘互联网+’机遇,在做好基础服务的同时继续完善增值服务,昆山众品要利用好昆山市海峡两岸试点城市这一项政策,结合有关部门,尽快完善保税、商检、生鲜流通加工中心以及跨境电商的业务功能,不断在冷链领域进行合作创新,提升核心竞争力,把企业做大做强;各级政府要为昆山众品的发展,创造良好生态环境。”

【上接 P1】

## 附:2014年度中国医药工业百强榜

- 1 扬子江药业集团有限公司
- 2 广州白云山医药集团股份有限公司
- 3 修正药业集团股份有限公司
- 4 中国医药集团总公司
- 5 华润医药控股有限公司
- 6 上海医药(集团)有限公司
- 7 拜耳医药保健有限公司
- 8 齐鲁制药有限公司
- 9 辉瑞制药有限公司
- 10 威高集团有限公司
- 11 天津市医药集团有限公司
- 12 石药集团有限责任公司
- 13 江西济民可信集团有限公司
- 14 山东步长制药股份有限公司
- 15 中国远大集团有限责任公司
- 16 上海复星医药(集团)股份有限公司
- 17 上海罗氏制药有限公司
- 18 哈药集团有限公司
- 19 四川科伦药业股份有限公司
- 20 正大天晴药业集团股份有限公司
- 21 诺和诺德(中国)制药有限公司
- 22 华北制药集团有限责任公司
- 23 珠海联邦制药股份有限公司
- 24 江苏恒瑞医药股份有限公司
- 25 云南白药集团股份有限公司

- 26 杭州华东医药集团有限公司
- 27 江苏豪森医药集团有限公司
- 28 赛诺菲(杭州)制药有限公司
- 29 阿斯利康制药有限公司
- 30 天士力控股集团有限公司
- 31 西安杨森制药有限公司
- 32 人福医药集团股份有限公司
- 33 丽珠医药集团股份有限公司
- 34 鲁南制药集团股份有限公司
- 35 山德士(中国)制药有限公司
- 36 先声药业有限公司
- 37 罗欣医药集团有限公司
- 38 菏泽睿鹰制药集团有限公司
- 39 江苏康缘集团有限责任公司
- 40 悦康药业集团有限公司
- 41 费森尤斯卡比(中国)投资有限公司
- 42 江苏济川控股集团有限公司
- 43 普洛药业股份有限公司
- 44 北京四环制药有限公司
- 45 辅仁药业集团有限公司
- 46 寿光富康制药有限公司
- 47 北京诺华制药有限公司
- 48 瑞阳制药有限公司
- 49 新和成控股集团有限公司
- 50 青峰医药集团有限公司

- 51 辰欣科技集团有限公司
- 52 绿叶投资集团有限公司
- 53 中美上海施贵宝制药有限公司
- 54 康恩贝集团有限公司
- 55 迪沙药业集团有限公司
- 56 中国通用技术(集团)控股有限责任公司
- 57 浙江海正药业股份有限公司
- 58 江苏苏中药业集团股份有限公司
- 59 上海创诺医药集团有限公司
- 60 赛诺菲(北京)制药有限公司
- 61 康美药业股份有限公司
- 62 贵州益佰制药股份有限公司
- 63 南海药业股份有限公司
- 64 回音必集团有限公司
- 65 广西梧州中恒集团股份有限公司
- 66 惠氏制药有限公司
- 67 安徽丰原集团有限公司
- 68 浙江医药股份有限公司
- 69 华方医药科技有限公司
- 70 四川好医生药业集团有限公司
- 71 深圳海王集团股份有限公司
- 72 石家庄以岭药业股份有限公司
- 73 深圳信立泰药业股份有限公司
- 74 江苏亚邦药业集团股份有限公司
- 75 天津红日药业股份有限公司

- 76 仁和(集团)发展有限公司
- 77 成都倍特药业有限公司
- 78 西安力邦制药有限公司
- 79 东北制药集团有限责任公司
- 80 山东新华医药集团有限责任公司
- 81 江苏奥赛康药业股份有限公司
- 82 葵花药业集团股份有限公司
- 83 太极集团有限公司
- 84 山东齐都药业有限公司
- 85 浙江华海药业股份有限公司
- 86 百特(中国)投资有限公司
- 87 神威药业集团有限公司
- 88 北京同仁堂科技发展股份有限公司
- 89 双鹤集团有限公司
- 90 亚宝药业集团股份有限公司
- 91 浙江仙琚制药股份有限公司
- 92 浙江京新控股有限公司
- 93 山西振东实业集团有限公司
- 94 宜昌东阳光药业股份有限公司
- 95 北京同仁堂股份有限公司
- 96 山东鲁抗医药股份有限公司
- 97 北京泰德制药股份有限公司
- 98 广东广润集团有限公司
- 99 礼来苏州制药有限公司
- 100 重庆科瑞制药(集团)有限公司

## 中国自主品牌车企激战 SUV“蓝海”

■ 张建 宗巍

近年来,中国SUV市场迅速壮大,中国自主品牌车企倾注越来越多的力量在这一“蓝海”市场展开争夺战。

正在此间举行的第十二届中国(长春)国际汽车博览会上,无论是自主品牌,还是国际知名车企,其展台最显眼的总是少不了SUV的身影。

主攻SUV的长城汽车,带来了哈弗H2、H5、H6、H8等主打车型。长城汽车亲民的价格和良好的口碑吸引了众多观众。长春市民孙博说:“这些年街上长城汽车突然多了起来,外观也比较帅气,身边的很多朋友认为这个车经济实惠。”

在沃尔沃XC90新车发布会上,销售人员表示,当前中国SUV市场十分火爆,对这款新车的市场前景充满信心。

中国汽车工业协会公布的最新数据更为直观:上半年自主品牌轿车销量124.34万辆,同比下降10.6%,市场份额比去年同期下降1.1个百分点。同期自主品牌SUV销量141.77万辆,同比增长92.8%,市场份额比去年同期增长12.9个百分点,占据半壁江山。

从中可以看出,支撑自主品牌增长的主要因素就是热销的SUV车型。对于刚刚富裕起来的中国消费者而言,在紧巴的购车预算限制下,买一辆经济实惠、个头够大的SUV是首选。这也让中国自主品牌汽车拥有了很好的发展机会。

分析人士认为,中国车市上,SUV车型增长快、利润高,竞争没有轿车那么激烈,还有“蓝海”一片。

虽然中国自主品牌SUV不一定能长期维持高速增长,但无疑将是车企未来发力的重要方向。吉利控股集团全球副总裁张林表示,SUV对中国自主品牌进一步向高端发展很有帮助,车企发展这一车型是大势所趋。

当前,中国车市正告别高速增长,产销压力越来越大,自主车企分化也在加快,少数企业逆市上扬,大部分自主车企困难加剧。今年6月份中国汽车经销商库存预警指数为64.6%,比5月上升了7.3个百分点,表明汽车市场需求收缩,经销商库存和经营压力加大。可以预见,随着产销下滑以及多款车型的上市,下半年车企间竞争将更加激烈,已经打响的“价格战”还将持续一段时间。有行业专家表示,自主车企阵营可能迎来一轮洗牌。

引起中国自主品牌车企阵营变动的一个重要因素就是SUV车型。刚刚过去的6月,长城汽车销量合计50828辆,其中SUV车型销售42510辆;正在举行的长春汽博会上,一汽集团展出红旗首款SUV车型,这款车有望2016年上市;广汽传祺推出的GS4车型也在6月热销。

从目前国内车市产销趋势看,SUV市场红火的一幕还将持续。但中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬也提示,未来中国油耗法规加严可能增加SUV使用成本,对SUV的消费产生冲击。

## 南江县双流乡三举措推进良种土豆销售

2015年,双流乡良种土豆种植面积1500亩,产量2800余吨,为切实保障土豆销售工作,增加种植户收入,乡党委、政府从三个方面入手,进一步推进良种土豆销售工作:

一是加强调研,准确把握市场信息。成立了以党委书记为组长、乡长为副组长、分管领导和相关技术人员为成员的调研小组,通过网络、实地调查等方式了解市场信息,为销售工作提供信息保障。

二是加强宣传,提高市场知晓率。动员各级党员干部职工,通过向个人的亲友宣传和网络、报刊等方式,把双流乡良种土豆的品牌打出去。

三是加强招商,把企业商贩引进来。通过与上级相关部门联系、发动全乡各界人士等方式,将南江、巴中、广元等地的企业、商贩引进来,使销售工作取得实效。(何磊 龚建军)

各类大小项目投资借款,两百万起贷地域不限,个人、企业均可

### 金融世家豪车投资

手续简单 利率低 放款快  
代打全国各类保证金  
咨询电话: 028-68807888