全面开启“改革兴煤”之路

山西5年内不再审批建设新煤矿

本报太原1月26日电　记者刘存瑞报道：山西省委、省政府今天正式出台《关于深化煤炭管理体制改革的意见》。《意见》提出，在2020年前，山西省原则上不再新配置煤炭资源，除“关小上大、减量置换”外，不再审批建设新的煤矿（含露天矿）；严格执行控制煤炭产能增长的产业调整政策；停止审批年产500万吨以下井工改露天开采项目；全面推进煤炭资源一级市场招拍挂；2017年前基本解决现有采煤沉陷区受灾群众的安居问题。这是山西省在启动煤焦公路运销体制改革后，针对煤炭领域改革作出的又一重大部署。

山西省相关负责人告诉记者，《意见》针对山西煤炭管理体制中存在的突出问题，分别从资源配置、项目审批、建设生产、生态治理、安全监管、销售体制、交易方式、企业改革、权力约束、法制建设、改革推进等重点领域和关键环节提出了明确的要求。

据介绍，《意见》部署了8大改革任务，即推进资源配置市场化改革，强化矿业权二级市场的交易、监管和利益调节，推进共伴生矿业权一体配置；深化行政审批管理改革，精简审批事项、公布权力清单、优化审批流程、推进技术审查与行政审批相分离；深化煤炭领域事业单位改革，坚持政事分开、事企分开，剥离相关行政性职能，实行分类转制；推进生态修复治理机制改革，政府建立生态恢复、环境治理专项资金，主要解决资源开发主体灭失或急迫性灾害治理以及跨区域的生态环境恢复治理；加强煤矿安全监管制度改革，大型煤炭集团要精简安全生产管理层级，强化管理层对生产一线安全生产的监管责任；进一步推进煤焦公路运销管理体制改革，在取消所有运销票据和稽查点后，要在2015年底前建成新的煤炭监管信息平台；深化煤炭企业改革，完善现代企业制度，推进股权结构多元化和煤电一体化改革，建立收费清单和标准公示制度；加强权力监管制度改革，切断各种形式的权力寻租和利益输送渠道。

同时，安排了8大创新事项，包括研究处理设立或划定的自然保护区等各类禁止勘查、开采区与区内已设置矿业权的关系问题；探索煤炭资源供给与市场需求保持相对平衡的有效办法；研究制定对原无偿划拨给老旧矿山企业的保有资源实行有偿使用的办法；积极争取国家在山西省进行煤炭价格形成机制和煤电价格传导机制改革试点等。

万亿汽车后市场“蛋糕”待争抢

本报记者　刘　瑾

透视

2014年，我国汽车市场产销双双突破2300万辆，再创新高。业界认为，随着汽车保有量的增长，汽车市场已逐步进入后市场时代。5年内，将形成1万亿元规模的市场蛋糕。而今，汽车后市场已被视作资本市场的“风口”。不论风投、A股上市公司，还是互联网精英，都迫不及待地加入这场“盛宴”——

“汽车后市场的规模已经超过7000亿元，5年内将超过1万亿元。”这是中国汽车流通协会刚刚给出的数据，让汽车后服务市场备感振奋。

万亿元市场即将形成

所谓汽车后市场，广义的是指汽车售出新车后，车辆生命周期中围绕车辆需支付费用的所有服务。而狭义的后市场仅指汽车的维修保养、美容装潢改装、洗车养护等直接与车辆日常维护相关的服务。而中国汽车流通协会给出的数据，仅仅是狭义上的汽车后市场规模。

据测算，在发达国家市场，60%的利润是在汽车售后的服务领域中产生的，但是中国目前的服务占比仅为12%。按照中国汽车产业规模以及汽车保有量核算，5年内，汽车后市场将形成1万亿元规模的市场蛋糕。

也许正是盯上这块还未被开垦过的“处女地”，汽车后服务市场出现了O2O创业热潮。

据中国汽车工业协会副秘书长师建华介绍，尽管中国汽车产销量仍然保持着增长势头，但汽车制造和销售利润已步入下行通道。过亿的汽车保有量的背后，亮点是千亿级别的汽车后市场产业。资料显示，每1元的购车消费会带动0.65元的汽车售后服务，汽车维修、零配件更换、翻新美容、二手车交易、废旧车拆解等汽车后市场行业将迎来巨大的市场空间。在这样的背景下，汽车后市场年均保持25%至30%的高速增长，成为了汽车产业耀眼的利润增长点，从而吸引着来自企业和资本市场的目光。

资本热情一夜点燃

2014年，资本对汽车后市场的热情几乎是一夜点燃。许多2013年以及之前融资困难而苦苦支撑的创业者，在一两个月之内，风投的会面一下子填满了日程表。各种类型的企业也纷纷参与其中。

A股的上市公司也陆续加入这场“盛宴”。2014年9月，上市公司隆基机械参股车易安养车网，进入汽车后市场C2B2B模式。12月24日，上市公司德联集团公告，将投资1亿元设立全资子公司上海德联信息技术有限公司，进行互联网平台建设。

上汽集团投资的A车站，计划4年内在上海开到100家店，全国一线类城市布局1000家店。这是上汽集团专门针对售后服务市场推出的售后服务连锁企业，也是第一家由整车企业推出的售后服务连锁店。上汽集团董事长陈虹将A车站作为上汽海外上市的首个试点项目。

除了市场巨大的想象空间外，投资者的看好和资本的力量，也给了众多创业者极大的信心。据不完全统计，2014年主要投融资，二手车领域融资6起，上门洗车领域融资5起，上门保养维修领域融资18起，而这3个板块也是创业热潮最为活跃的领域。

互联网扎堆后市场

2014年，在电商的深度介入下，汽车维修保养类新兴企业及服务迅速兴起，洗车、保养等一系列服务只需轻点几下手机APP中的选项，就可以享受低价的到店服务，或者等待专业人员带着专业工具上门服务。

身为“BAT”3大佬之一的腾讯，已经按部就班地展开针对汽车后市场的布局。2014年5月，腾讯推出了旗下第一款面向市场的硬件产品路宝盒子。12月，腾讯“i车生活平台”首款落地产品“i保养”在深圳正式发布。作为IT巨头，腾讯的速度甚至令很多风投都感到措手不及。

不过，从数据来看，目前的汽车服务类网站创立时间通常比较短，集中在2到3年内，还要经历一个淘汰筛选期。2015年，对于汽车后市场的相关企业来说，无疑需要积极转变传统以渠道为王的观念，颠覆渠道的运营方式，用已有的线下资源作为载体，打造属于自己的互联网电商服务模型。

“踢馆”竞争提升服务

点评

文　立

一直默默无闻的汽车后市场，居然拥有万亿元的大前景，一时间，引来大批资本和互联网企业纷纷涌入这一行业。由于其中不少企业都对4S店服务质量强烈不满，这也让业界将新进入的企业形象地称为“踢馆”的人。

竞争是推动产业快速提升的催化剂。长期以来，4S店的服务和价格一直饱受诟病。当场外势力带着创新的思维和模式进入，为完善汽车后市场的健康发展增添了新的动力。

然而，仅就目前来看，4S店仍具备它自身独特的优势。4S店能够得到汽车制造商最核心技术的专业指导和配件支持，多年的数据积累也让其拥有更多的资源优势。这意味着，在一段时间内，4S店依旧具有不可替代的地位。

但无论怎样，汽车后市场的上升空间已经打开，期待在充分竞争的市场环境下，“踢馆”者能加入竞争行列，为消费者提供更好的服务。

春节临近，移动互联企业多种“红包”纷纷上线——

“红包”背后是互联网产业整合

本报记者　陈　静

走市

距离羊年春节尚有3周，但移动互联网的“红包大战”已是硝烟弥漫。各家企业纷纷推出“红包”的目的有所不同，有的希望借此开设移动支付功能，有的希望进一步强化媒体属性，还有的希望补齐社交产业链的短板

1月26日，支付宝钱包上线最新版本，主打“亿万红包”，希望借此收复去年微信红包一炮而红后的“失地”。如果再加上手机QQ在新版本中预留的红包入口、微信新版本对红包功能的优化和新浪微博的“粉丝红包”，距离羊年春节尚有3周，但移动互联网的“红包大战”已是硝烟弥漫。

支付宝钱包将“亿万红包”的字样放在了自己的APP图标上，野心可见一斑。其红包发放方式则包括个人红包、接龙红包、群红包和面对面红包4种，记者试用了“接龙红包”，在阿里巴巴即时通讯软件“来往”群中，用户可猜测红包金额，如猜错还可将红包继续分享，最终猜对的人将和红包分享路径上的所有人平分红包金额。这种方式凸显出支付宝钱包希望进一步强化其社交属性，为了配合这一功能，支付宝钱包还在其新版本中上线了“我的朋友”。

腾讯微信同样优化了其红包功能，在其新版本中，将红包功能加到了附件栏，方便用户“一键发红包”。新浪微博则推出了“粉丝红包”，明星可以给粉丝发红包，而粉丝也可以给明星充红包，并且可以和明星发联名红包。

同样是红包，各家移动互联网企业力推这一功能的目的却有所不同。对于微信来讲，红包是“由人到钱”，希望用户借此开设移动支付功能，而新浪微博则进一步强化其媒体属性，希望通过红包加强草根用户和“网络大V”之间的互动，对于支付宝来说，红包则是“由钱到人”，对用户社交关系缺乏把握一直是阿里巴巴的短板，随着移动电商和O2O对人们社交关系链的需求日益明确，阿里巴巴显然希望能借“发红包”让用户将自己的社交行为更多转移到来往和支付宝钱包上来。

不过，梦想很“丰满”，现实却有些“骨感”，当用户已经习惯了微信，怎样的动力才能让他们再下载一个来往还是未知数。针对支付宝红包能否分享至微信，支付宝工作人员表示，目前微信并未向支付宝关闭接口，“如果大部分用户需要这个功能，我们可以考虑开放。”

新闻眼

○ 以前以硬件开发为优势，现在大幅加强软件和用户体验；

○ 以前是机海战术，现在以消费者为核心，做明星产品；

○ 以前执着于功能性手机，现在支持的原生安卓系统在业界传为佳话；

本报记者　黄　鑫

1月26日，在被联想完成收购刚3个月，摩托罗拉手机携4款新产品重返中国市场。

“摩托罗拉手机是多少消费者的‘初恋情人’？”联想集团执行副总裁、联想移动业务集团总裁兼摩托罗拉移动管理委员会主席刘军的发问，让人们回忆起这个昔日手机霸主的风采。经典的“Hello　Moto”铃声犹在耳边，摩托罗拉移动却不敌市场竞争，于2012年被谷歌收购，2013年初离开中国市场，又在2014年1月被联想收购。

回归的摩托罗拉能否借助联想重生？通信业专家、飞象网CEO项立刚接受《经济日报》记者采访时表示，联想有能力让摩托罗拉扭亏为盈。联想有双品牌运营的经验，在国内建立了强大的销售渠道、服务支持渠道和产业链，这些都是支持联想成为国产手机4强的原因，也是联想重塑摩托罗拉的优势。联想可以把摩托罗拉作为自己的高端品牌，加强研发，把销售渠道、服务渠道和摩托罗拉结合，提升摩托罗拉的品牌冲击力，降低运营成本。

回归后的摩托罗拉以什么吸引消费者？刘军回答说，摩托罗拉将打造3大核心理念：全制式覆盖、原生安卓系统、消费者可选择的个性化服务。据介绍，以前的摩托罗拉以硬件开发为优势，现在大幅度加强了软件和用户体验的能力；以前的摩托罗拉是机海战术，现在以消费者为核心，专注明星产品；以前执着于功能性手机，现在支持的原生安卓系统在业界传为佳话。

从低价到更高性价比再到满足个性化需求，国产手机一步步战胜国际对手，在国内外市场都取得了佳绩。赛迪顾问最新发布的数据显示，2014年1至10月，国产手机销量占据了我国手机市场的72.1%；中国手机市场销量前十名的品牌中，国产品牌占据8席。据工信部信息通信研究院统计，2014年，国产品牌占我国手机总出货量的78.3%。

但数据也显示，我国智能手机市场整体销量在下滑，首当其冲的正是国产手机。一直牢牢占据榜单前列的三星和苹果，一个有全产业链的优势，一个有创新设计的优势，而国产手机与之相比，在芯片等核心技术上仍有较大差距。

对此，项立刚认为，国产手机已经从低端向中高端发展。最近酷派、华为、联想、中兴、小米以及OPPO等都有高端产品推出，和国际上有代表性的手机产品差距已经不大，即使智能手机销量有一定下降，但中高端手机仍保证了很大的上升空间，尤其是利润的增长，国产手机还有较大机会。

高端装备制造再获重大技术突破

直径8.03米全断面岩石掘进机下线

本报郑州1月26日电　记者李予阳报道：我国高端装备制造领域取得又一项重大技术突破。今天，由中国中铁装备集团依托国家“863”、“973”计划自主研制的直径8.03米全断面岩石掘进机（TBM）在郑州下线，标志着我国岩石掘进机（TBM）技术已跻身于世界第一方阵，并将大大提升我国山岭隧道施工自动化、现代化水平。

据介绍，岩石掘进机（TBM）的成功研制对社会发展和国防建设有着十分重要的意义，特别是对我国高端基础元器件的产品升级和产业发展，如大型精密轴承、大型高精度传动零部件、液压元器件、新型传感器、智能控制系统等，都将为其提供应用和发展平台，以此逐渐形成我国TBM设计制造的新兴产业，为国家基础建设与装备制造业的发展注入强劲动力。

目前我国已是TBM需求最大的国家，占全球需求总量的50%。大直径、大埋深、长距离全断面隧道工程越来越多地采用TBM施工。业内人士预计，未来20年内，国内市场对掘进机的需求将达到200台左右，价值将超过400亿元。

我国农业科技进步贡献率达56%

6种作物增产均超10%

本报北京1月26日讯　记者常理从中国农业科学院2015年工作会议上获悉：2014年，我国农业科技进步贡献率达到56%，农业科技为我国粮食生产保持“十一连增”作出巨大贡献。

农业部副部长、中国农科院院长李家洋告诉记者，农科院持续开展水稻、玉米、小麦、大豆、油菜和棉花等作物技术集成生产模式研究，近2000名科技人员协作攻关，集成了一批实用技术与成果，构建了几种主要作物增产增效综合技术生产模式，建立了一批固定的试验示范基地，形成了覆盖全国的协作攻关网络。目前，6种作物增产均超过10%，最高达44.7%，亩均增效500元，探索出了农业科技集成转化的新模式。

在科技创新方面，小麦、水稻、大豆、棉花、黄瓜和烟草等基因组学研究取得重大进展。主粮作物高产攻关取得新突破，水稻所杂交稻、作科所玉米新品种分别获得955公斤、1227.6公斤的亩均单产新纪录。

此外，知识产权成果产出丰硕。李家洋介绍说，农科院全年获专利授权1006项，比上年增长20%，其中发明专利497项。植物新品种权25项。审定新品种106个，其中国家审定8个，省级审定98个，获得新兽药、农药、肥料登记证7项。出版学术专著276部，获软件著作权298项。4项专利获得中国专利优秀奖。

本版编辑　韩　叙