

采购成本持续下降 价格联动机制启动

航空燃油附加费明日停止征收

本报记者 肖尔亚

记者从中国民航局了解到,2月5日起,国内各家航空公司将停止征收燃油附加费,旅客只需支付机票费用与民航发展基金(国内航线为每人每次50元,国际航线为每人每次90元)。

国内航油综合采购成本下降,是此次燃油附加费取消的关键原因。数据显示,2月1日生效的国内航空煤油综合采购成本为每吨3782元,根据国家发展改革委、民航局《关于建立民航国内航线旅客运输燃油附加与航空煤油价格联动机制有关问题的通知》,基准油价为每吨4140元,当国内航空煤油综合采购成本

低于基准油价时,停止收取燃油附加费;超出基准油价时,在航空公司自行消化部分成本增支因素的前提下,通过适当收取燃油附加费弥补。这也意味着,未来如果油价上涨,将适时重新收取燃油附加费。

2014年7月以来的油价下跌,给前三季度普遍亏损的航空公司送去一丝甘霖。东方航空近日率先披露业绩预告,预计2014年归属于上市公司股东的净利润较上年同期上升40%至60%,其中航空燃油引发的成本下降和员工福利政策调整是业绩同比增长的最主要因素。

去哪儿网机票事业部副总经理、高级产品总监丘晖表示,虽然机票折扣会根据淡旺季进行浮动变化,但对于旅客来说,燃油附加费取消仍是利好,旅客的总体消费成本将出现明显下降。从去哪儿网的机票成交价格历史数据来看,2014年去哪儿网用户每张机票包含燃油附加费在内的平均购票成本比2013年要低几十元。与此同时,从2013年到2014年,燃油附加费经历了从高位不断下调的过程。

也有消费者担心,燃油附加费没有了,航空公司会不会上调机票价格进行

“找补”?中国民航大学航空运输经济研究所所长李晓津在接受《经济日报》记者采访时表示,现在的航空运价基本上是“需求定价”,由市场决定,航空公司根据顾客承受能力争取每个航班达到收入最大化,燃油附加费与这一决策有关系,但不是最主要的因素;其次,取消了燃油附加费后,机票价格有可能涨,也有可能降,关键取决于市场的供需关系。

按照惯例,燃油附加费的新旧征收标准以出票日期为准。因此,2月5日以前购买机票的乘客无法享受优惠。

走市

工业领域电机能效每提高一个百分点,年可节约用电260亿千瓦时。通过推广高效电机及对电机系统进行节能改造等,可从整体上提升电机系统效率5至8个百分点

本报记者

近日,鸡西德元电器有限公司董事长江德元满心喜悦地从机械工业节能与资源利用指导委员会主任蔡惟慈手中接过《节能机电设备(产品)推荐目录(第五批)》的证书。

“这是对鸡西德元电器的YJ3高效率三相异步电动机的高度认可。”江德元向《经济日报》记者介绍说,根据实验数据,采用新设备投入的成本,会在两年内以节省电能的方式回馈回来。而在接下来的时间里企业则可以享受到新设备带来的长久收益。如果考虑到对节能减排本身的贡献,选择新设备的意义就更加明显。

机电产品作为工业领域的重点耗能单元,在我国实施节约资源的举措中具有举足轻重的地位。电机、变压器、电焊机、电炉等机电产品的用电量,占全国用电量的70%以上。

以电机为例,工业领域电机能效每提高一个百分点,年可节约用电260亿千瓦时。通过推广高效电机,淘汰在用低效电机、对低效电机进行高效再制造,以及对电机系统根据其负载特性和运行工况进行匹配节能改造等,可从整体上提升电机系统效率5至8个百分点,年可实现节电1300亿至2300亿千瓦时,相当于两三个三峡电站的发电量。

2014年,工业和信息化部积极推进落实专项资金或利用现有资金渠道补助电机系统节能改造,支持了一批示范项目。工信部将电机能效提升计划作为未来3年工业节能减排领域的重要任务之一。根据工信部已经明确的计划,未来3年内要累计推广高效电机1.7亿千瓦,实施电机系统节能技改1亿千瓦。据此估算,高效电机及相关设备需求接近千亿元。

“2015年,随着规模基数增大,机械工业实现增长的难度还将加大。加上需求结构的变化和升级、增量主导向存量主导转变等因素,市场倒逼行业转型升级的种种压力还将持续加大。”蔡惟慈表示,面对当前严峻的挑战,机械工业企业更需要在产业结构和商业模式层面进行探索和调整,将立足点转移到依靠节能减排技术支撑产业创新发展的方向上来。

对此,他建议,通过推荐和淘汰目录的编制,助推行业产品结构优化;通过节能技术标准制定、节能减排技术推广,加速机械工业产业结构升级;通过应用先进节能工艺和设备,提高产品设计、制造等环节的能源利用率,全方位推进节能减排,促进行业产业结构调整 and 升级。

去年吨钢综合能耗下降1.22%

大气污染物排放增长势头初步遏制

本报北京2月3日讯 记者周雷从中国钢铁工业协会获悉:2014年,钢铁业节能环保工作再获进展,吨钢综合能耗较上年下降1.22%,吨钢耗新水下降4.83%,大气污染物排放总量增长势头也得到初步遏制。

最新数据显示,2014年我国粗钢产量为8.23亿吨,较上年仅增长0.89%。与此同时,钢铁业吨钢综合能耗为584.7千克标煤,较上年下降1.22%;吨钢耗新水3.33立方米,下降4.83%,行业水重复利用率达97.64%,较上年提高0.07个百分点;二氧化硫排放量较上年下降16%。

中钢协常务副会长朱继民介绍说,新环保法、钢铁工业污染物排放新标准的实施,加大了企业环保压力,但钢铁企业化压力为动力,普遍加大节能减排方面投资,进一步加强以烧结脱硫、“三干三利用”、能源管控中心等为代表的节能减排技术的全面升级和推广应用,吨钢主要污染物排放量逐步减少,综合能耗下降,钢铁行业大气污染物排放总量增长势头得到遏制。

展望2015年,朱继民表示,钢铁业需加大对于氮氧化物和二恶英等污染物控制难点的技术攻坚。此外,有关方面应解决困扰行业发展的环境执法标准尺度不一、打击假冒伪劣产品效果不明显、反不正当竞争缺乏监督落实等问题,努力形成公平竞争的市场环境,促使落后企业淘汰出局。



2月2日,一列火车行驶在连接晋陕两省的黄韩侯铁路新黄河特大桥上。当日,黄韩侯铁路山西禹门口至陕西下峪口区间开通。加上此前已开通运行的山西境内禹门口至侯马段,以及陕西境内芝阳至下峪口段,目前黄韩侯铁路已开通运行123公里。王中生摄(新华社发)

本版编辑 于泳

互联网产业年度数据盘点出炉——

移动互联最“抢眼”

本报记者 陈静

透视

移动支付、App、手机网民数量增长……,从《中国互联网络发展状况统计报告》可以看出,移动互联网仍是互联网产业发展的最大亮点。而移动互联网的迅速发展,也为线上线下的各种商业形态注入了新的活力——



我国互联网产业又迎来了半年一次的大盘点。中国互联网络信息中心(CNNIC)2月3日发布第35次《中国互联网络发展状况统计报告》,《报告》显示,截至2014年12月,我国网民规模达6.49亿人,互联网普及率为47.9%,较2013年底提升2.1%,手机网民规模达5.57亿人,较2013年底增加5672万人。这份盘点中的种种数据,既体现出我国互联网产业的生机与活力,更体现出产业未来的发展方向。

移动商务应用“领跑”

《报告》中涉及的诸多细分应用中,包括手机网购、手机支付和手机银行等在内的移动商务应用表现最为亮眼,其用户年增长分别达到了63.5%、73.2%和69.2%,远超其他手机应用增长幅度,也高于传统PC端相同业务的增长速度。

中国互联网络信息中心副主任刘广告诉《经济日报》记者,移动商务的蓬勃发展,来自于第三方网络支付和银行卡支付共同发力。“2014年春节期间,大型互联网企业通过‘红包’、‘手机叫车’等业务快速占领移动支付市场,随后,各大银行则积极推广手机银行业务,同时联合银联、运营商大力推行基于银联移动支付平台的NFC(近场通讯)手机支付业

务。”移动互联网的普及也让网络购物体现出新的面貌,带来新的增量。来自中国互联网络信息中心的研究结果显示,手机购物并非PC购物的替代,而是在移动环境下产生的增量消费,并且重塑着线下商业形态促成交易。

更重要的是,O2O的发展与成熟让移动认为,O2O第一次拥有了自己的专属章节。纵观2014年全年的业务发展,从地域来看,一线城市较高的消费能力和互联网应用水平,促使大量网民转化为深度O2O用户,已进入从增量向提质转变的阶段,二三线城市则还在培养用户的消费习惯,未来迅速拓展用户规模仍是发展的重点。

创新应用冷热不均

互联网产业不断诞生出新应用,这些新应用也在改变人们的生活和娱乐方式。《报告》显示,随着互联网电视和互联网盒子的普及,“互联网进客厅”正在成为趋势,并开始影响网络视频和游戏两大产业。从网络视频来看,多屏幕、一体化成为趋势。2014年,手机以71.9%的使用比例首次超过个人电脑(71.2%)成为收看网络视频节目的第一终端,电视的使用率则攀升到23%,与平板电脑“打平”。来自中国互联网络信息中心的研究显示,随着

2013年以来众多互联网公司陆续推出自己的互联网电视和盒子产品,加速布局客厅生态,互联网电视将成为未来客厅娱乐生态的中心。在游戏领域,电视游戏同样成为新的市场热点。刘冰表示,2015年,互联网电视和盒子的发展将快过游戏主机,“互联网电视和盒子的用户目前已超过1亿人,使用这些终端玩过游戏的用户超过千万,而游戏主机用户目前只有4000多万人,其普及率远远低于前者。”

然而,互联网新应用的发展也并非一帆风顺。比如以“宝宝类”理财产品风靡一时的互联网理财,《报告》显示,截至2014年底,购买过互联网理财产品的网民规模达到7849万人,较2014年6月增长22.8%,已基本结束了爆发式增长的态势,新产品扩容速度也有所放慢。刘冰认为,互联网理财增速放缓,其原因既来自于股市的回暖,也来自于市场资金面比较宽松的影响。“同时,其很大比例的潜在用户已在此前得到转化,后续新增用户有限。”刘冰说。

企业应用仍需深化

《报告》显示,2014年我国使用互联网办公的企业比例为78.7%。但在应用中,普及率最高的为基本沟通类应用的电子邮件,普及率为83%;在商务服务类

和内部支撑类应用中,除网上银行、与政府机构互动和网络招聘外,其他应用普及率均不足50%;在线员工培训和网上应用系统,其普及率仅有26.7%和20.5%。此外,互联网对传统产业的改造尚有较大的提升空间,截至2014年12月,全国开展在线销售的企业比例仅为24.7%,开展在线采购的企业比例为22.8%,利用互联网开展营销推广活动的企业比例也仅有24.2%。

从基础设施看,目前企业的普及工作已基本完成。例如,我国企业在办公中使用计算机的比例近几年一直保持在90%左右,在使用互联网办公的企业中,固定宽带的接入率也多年保持在95%以上。除了“硬件”准备外,影响传统企业“触网”的因素还有不少,例如企业互联网意识不足、内部信息化改造与传统业务流程契合度较低。除此之外,信息化改造带来的软硬件和人力成本,也让不少企业望而却步。

专家表示,未来几年,政府、传统企业和互联网服务企业3方需要合作,降低企业互联网应用的技术和成本“门槛”。随着互联网与经济活动的全面结合,对传统商业模式的影响和改革程度进一步扩大,未来传统企业与互联网企业的分界将越来越模糊,互联网将成为企业日常经营中不可分割的部分。

纺织业:创新驱动 降本增效

本报记者 许红洲 吉蕾蕾

新常态下 看行业走势

日前发布的中经服装产业景气指数报告显示,2014年四季度中经服装产业景气指数为96.9,比上季度略降0.2点,服装行业整体运行稳中趋缓。

总体平稳,稳中趋缓,这也是2014年我国纺织行业全年的运行特点。2014年,我国纺织工业积极应对国内宏观经济发展新常态,坚持深入推进产业结构调整,总体保持了平稳发展态势,运行质效稳中趋好,增长速度比2013年普遍回落。

“认识和把握纺织经济发展新常态,要从整个行业与外部环境形势和自身发展变化的本质联系上去研究和探讨。”中

国纺织工业联合会会长王天凯在日前举办的中纺圆桌论坛第十届年会上阐述了他对纺织行业新常态的理解。

王天凯说,从外部形势看,纺织行业主要面临4方面新常态的趋势,一是内需消费结构升级加快;二是国际竞争格局调整重构;三是生产要素比较优势改变;四是资源环境的约束不断增强。面对新的外部形势变化,纺织行业自身发展也将主要呈现4个方面的新常态的特点:一是经济增长逐步减速换挡,二是结构调整支持行业稳定发展,三是创新驱动行业的转型升级,四是资源配置优化纺织发展格局。

王天凯认为,当前纺织行业发展的新常态特征日益凸显,对广大企业转型升级提出了更高的要求。企业发展压力和挑战将持续增加,但同时也蕴含着外部发展的机遇和行业自我提升的动力。

目前,纺织行业面临的发展形势仍较为复杂,棉花走势不确定性增强,市场需求增长放缓,综合成本持续上升。新常态下纺织行业要保持平稳增长、保持国际竞争力,就必须进一步深化产业结构调整,依靠创新驱动增强行业内生动力,从而逐步解决行业面临的一系列突出问题。

综合成本高企,尤其是用工成本不断上涨,是纺织行业作为传统劳动密集型产业目前面临的主要问题之一。因此,依靠新技术、新观念和管理模式,降本增效,成为纺织行业深化产业结构调整的一个突破口。

在中纺圆桌论坛第十届年会上,中国工业经济联合会会长李毅中也提出,纺织行业要高度重视降本增效。“企业应该重塑和再造建立在技术创新、产品创新、管理创新、生产组织创新、商业模式创新这

5个创新基础上的低成本战略。”他认为,低成本战略不是贬义词,低成本不是过度利用资源、污染环境、甚至牺牲劳动力健康的低成本,而是要创新,在创新基础上降本增效,提升生产要素水平。

在谈到今年行业的具体走势时,业内人士认为,今年纺织行业虽仍面临着来自行业内外的多方面挑战,但仍会在压力中前行。“我们做的企业信心指数表明,58.7%的企业家对未来发展是有信心的。”中国纺织工业联合会副会长夏令敏说,“我们的行业指数,生产端的几个指数表现都是上升趋势,因此对后市的发展运行有信心。”王天凯也表示,在新常态新形势下,纺织行业的经济增长逐步减速换挡,但是不意味着衰退,随着行业调整的深化,行业竞争力将提升,整体仍将在中速水平保持平稳发展。