

林业产业增长势头强劲

去年我国林产品总产值达5.26万亿元,同比增长11.1%

本报北京4月23日讯 记者黄俊毅从国家林业局2015年国家级林业重点展会新闻发布会上获悉:我国林业产业继续保持强劲的增长势头,2014年林产品总产值达5.26万亿元,比2013年增长11.1%。

国家林业局发展规划与资金管理司副司长、全国木材行业管理办公室主任孙建在会上说,林业在对提高农民收入、满足社会多样化需求等方面发挥了巨大作用,从2001年起,全国

林业总产值保持了年均22%的高增长。2014年,林业第二产业和第三产业比重已达66%,林产品达10多万种,涉及100多万家企业及数亿农民。2014年,林产品出口总额1399.5亿美元,同比增长8.4%。

目前,林业会展经济在促进全国林产品大市场形成等方面发挥着越来越重要的作用。为进一步活跃全国林产品市场,扩大消费,促进林业产业转型升级,国家林业局今年将与有关省份联合

举办5个林产品交易博览会。据悉,今年5月下旬到11月上旬,国家林业局将与江西、山东、浙江、福建、广西等省区人民政府,分别举办5个林产品交易博览会。这5个林产品交易博览会分别是:第十二届中国林产品交易会、第8届中国义乌国际森林产品博览会、第十一届海峡两岸林业博览会暨投资贸易洽谈会、第二届中国(赣州)家具产业博览会、第十二届中国—东盟博览会林产品及木制品展。

“这些博览会既是全国优质林业产品的展示平台,也是林业企业和企业、林业企业和广大消费者的互动平台,在提高林产品质量、档次、科技含量、品牌和附加值等方面将发挥引领示范作用。”孙建表示,这5个博览会属于经国务院有关部门清理、同意保留的展会,今年预计将有40多个国家和地区的300多家企业参展,有100多个国家和地区的6000余名外商前来采购。

国家发展改革委等4部门联合发文——

国家级新区须高效节约利用资源

本报北京4月23日讯 记者林火焯报道:国家发展和改革委员会有关负责人今天表示,国家发展改革委等4部门已于日前联合发文,要求国家级新区在建设和发展过程中,必须高效节约利用资源,坚决制止土地利用效率不高等问题。

国家级新区是由国务院批准设立,承担国家重大发展和改革开放战略任务的综合功能区。近年来,新区对促进经济发展、扩大对外开放、推动改革创新发挥了重要作用,但部分新区仍不同程度存在着规划执行不严、土地等资源节约集约利用程度不高、产业竞争力不强、体制机制创新不足等问题。

这位负责人介绍说,为解决这一问题,国家发展改革委、国土资源部、环境保护部、住房和城乡建设部等4部门联合印发了《关于促进国家级新区健康发展的指导意见》,明确国家级新区建设严格按照土地利用总体规划、城乡规划和新区总体方案要求,节约集约利用土地、水、海域等资源,切实提高资源利用效能,并充分考虑区域资源环境承载能力。

根据《意见》,国家级新区将实行最严格的耕地保护制度和节约用地制度,严控增量、盘活存量、优化结构、提高效率,严格土地用途管制,强化新区建设用地的开发强度、土地投资强度、人均用地指标的整体控制。同时,实施最严格的水资源管理制度,明确制定水资源管理“三条红线”,严格控制发展耗水型产业;科学编制新区环保规划,严把环境准入条件,保障环境质量不下降。

导航

电子信息领域投资热持续升温

企业跨界并购将更活跃

本报北京4月23日讯 记者祝君壁报道:中国电子信息产业发展研究院日前发布的《电子信息产业投融资白皮书(2015版)》显示,2014年,我国电子信息产业投融资市场活跃度有较大提升,创投市场中电信、媒体和科技(TMT)企业备受热捧,企业掀起海外上市热潮,移动互联网融资规模快速增长。

据《白皮书》显示,新型显示、物联网、医疗电子等产业投融资活动在2014年均呈现活跃态势,无论投融资案例或金额都稳步增长。从政策环境看,一批促进产业投融资健康发展的政策密集出台。此外,其他一些规范市场、促进境外投资、改善小微企业融资环境政策的出台都极大地促进了投融资市场的繁荣与活跃。

赛迪智库分析认为,2014年我国电子信息产业领域投融资仍然存在一些需关注的问题,如世界经济政治形势给企业投融资带来潜在风险;投融资活动的集中爆发增强市场不稳定性;投融资的盲目性为企业发展带来隐患;国内中小电子信息企业融资难问题依旧突出等。

展望2015年,在信息技术快速迭代、互联网+思维的全面渗透、智能制造的逐步推进等利好因素的刺激下,电子信息产业投融资市场必将延续2014年的火热势头。《白皮书》就2015年我国电子信息产业投融资形势提出4条基本判断:一是国内资本市场政策宽松刺激企业投融资行为更为活跃;二是跨国投资政策利好有望进一步催生海外投资热潮;三是互联网思维深入人心促使企业跨界并购持续活跃;四是重点领域投资规模持续扩大成为拉动产业发展的关键动力。

根据对国内外电子信息产业投融资形势的全面梳理和研究,赛迪智库认为应该从完善与电子信息产业发展相适应的投融资体系、鼓励和引导企业通过并购重组获取新兴领域发展资源、鼓励发展重点领域多层次产业投资基金,以及大力解决中小电子信息企业信贷融资难等方面着手,进一步改善投融资环境。

本版编辑 于泳

火热的新能源车还缺点啥

本报记者 吴凯 李治国



北汽集团展出的“EX CONCEPT”,该车最高车速为150kmh,等速(60kmh)续航里程为260km,慢充时间为3小时,快充至80%电量为0.5小时。

本报记者 杨忠阳摄

新常态 新作为 新亮点 行业巡礼

新能源汽车作为本届上海车展的焦点,备受关注。但美中不足的是,本届车展并没有设置“新能源汽车馆”,观众寻找新能源车很不方便。此外,目前新能源车的充电设施标准不同、补贴政策各异,下一步应在宏观层面加强顶层设计,统一充电设施标准,统筹补贴政策设计,避免各地各自为政

没有了车模抢镜,第十六届上海国际汽车工业展览会终于可以让观众认真地探讨一下汽车本身了。在车展现场记者看到,新能源汽车已经成为焦点之一。据统计,参与本届上海车展的新能源汽车达到103款,创下历史纪录,其中宝马、奔驰、沃尔沃、通用等跨国车企都带来了首次在中国亮相的新能源车型;而上汽、比亚迪、江淮汽车等国产品牌也推出了与之抗衡的新能源汽车。

参加本届车展的车企,几乎都拿出自家的新能源汽车“杀手锏”。先看国外品牌,在去年北京车展上没有亮相的特斯拉终于放下身段,首次参加国内车展;丰田氢燃料电池车Mirai和FV2概念车首次在国内亮相;全球首发的雪佛兰FNR电动概念车十分抢眼;保时捷、宝马、奔驰等跨国车企也都带来首次在中国亮相的新能源车型,几乎每一款新能源汽车旁边都聚满了围观的观众。

国内车企不甘示弱,大部分国内品牌都同步展出了新能源车型。比如,比亚迪在本届车展的参展阵容全部为新能源车,除了目前热销的秦、e6出租车、e6警车外,即将在年内上市的唐、宋、元、商悉数亮相。本届车展“主场作战”的上汽集团则在车展上推出了“绿芯”战略,到2020年,上汽将创新开发出第二代EDU技术,为消费者提供性能优越又“买得起”的新能源汽车。

值得一提的是,新能源汽车大军中还涌现出不少新面孔,比如,由比亚迪

与戴姆勒合资双方共同打造的中国首个专注于新能源汽车的品牌“腾势”,今年也有了独立的展台;广东猛狮电源科技股份有限公司与同济汽车设计研究院有限公司联手打造的一款智能电动汽车——戴乐锂电互联网电动汽车也首次亮相。

有机构预测,中国将在2020年之前取代美国,成为全球最大的新能源汽车市场。我国新能源汽车在“狂奔”的路上如此之快,还有哪些方面需要提升呢?

而眼下的车展现场就有个亟待解决的问题——没有“新能源汽车馆”。不少前来逛车展的观众纷纷抱怨,由于此次上海车展在体量巨大的上海国际会议中心举办,各款新能源汽车又分布在各个车商的展台上,以至于观众要实际对比各款新能源汽车时,几乎“跑断腿”。因此,不少观众呼吁,既然新能源汽车是未来的发展方向,那么下届车展确实有必要单独设立一个“新能源汽车展区”。

“一圈逛下来,我发现每一家新能源汽车的充电桩、充电接口,甚至充电位置都不一样。”认真观摩了各家新能源汽车的张先生说,假如今后家中有两台不同厂家的新能源汽车,势必需要建造两个不一样的充电桩,就好比手机充电器,由于手机厂家标准不一,家里有一堆各种型号的手机充电器,如果汽车的充电桩也是各种型号一起来跑马圈地,岂不是要造成巨大的资源浪费?

张先生的忧虑不无根据。记者在采访多个车企时也注意到,各家车企的充电桩设计虽然都各有新意,但是确实存在标准不一的问题。如今,新能源汽车充电桩的建造本身就存在推广的难题,而各家车企又各自执行一套体系,这势必造成充电桩推广建设难度上加难。

记者还了解到,各地对于新能源汽车的补贴政策也存在差异。以上海为例,由于上海的车牌采用拍卖政策,一个车牌动辄7万元至8万元。因此,上海的新能源汽车补贴就格外吸引人。比如在国产车中,上汽集团旗下荣威550和E50除了免费获得沪牌,还能享受中央和上海市区双重补贴,甚至还有所在区县的补贴。这两款车在享受最

大补贴后的起售价在16万元和13万元左右;而启辰晨风共有3款车型在售,享受完补贴之后约18万元起;还有江淮iEV4与北汽E150价格与沪牌接近,享受完补贴只有七八万元,可谓买个牌照白送车。

业内专家表示,无论从环保角度还是从能源角度,大力发展新能源汽车都是未来的方向。但有关部门应该从宏观层面加强顶层设计,统一新能源汽车充电设施标准,对于新能源汽车的补贴也应该统筹设计,避免各地各自为政。新能源汽车也可以借鉴高铁发展的模式,集中资源打造国产品牌,这样才能避免新能源汽车发展重复光伏产业发展的老路,才能尽快让国产新能源汽车在国际市场上占有一席之地。

链接

松下特斯拉合建超级电池工厂

本报北京4月23日讯 记者陈颀报道:2015年上海车展期间,松下专门设立展台,展示包括新一代车载座舱系统、高级驾驶辅助系统、信息娱乐系统、车载电池等创新产品,并带来“舒适”、“安全”、“环保”的理念与解决方案。

据松下电器(中国)有限公司董事长大泽英俊介绍,“松下车载业务已覆盖汽车动力、安全、环保新能源等方面,

备受媒体关注的松下与特斯拉的合作也取得了新的进展,双方已就合建超级电池工厂和设立制造销售公司达成一致,合力推进新能源汽车的制造和普及。今后,松下将转向提供装备车载电池的‘电动化’系统方案和具有感知技术的‘安全’系统方案。预计松下车载事业规模将从2014年的1.2兆日元增加到2018年的2.1兆日元。”

移动出行市场告别低价竞争

李景

及城市出行的所有领域。

因而,随着移动出行产业链的延长,不少业内人士认为,作为移动出行市场的下一片蓝海,无论是代驾、校车还是拼车,不少企业、创业者和资本都会为了抢占刚刚起步的细分市场掀起新一轮“烧钱大战”,价格竞争似乎一触即发。

但是仔细观察就会发现,如今的移动出行市场已经不是当年滴滴快的任性烧钱、争夺用户的时代了。由于经历了此前几十亿元的烧钱大战,无论是腾讯还是阿里都已培育了不少移动出行的用户,培养了用户使用微信与支付宝的支付习惯。在此条件下,钱再烧下去也不会带来明显的用户量提升,因而合并之后的滴滴快的也逐渐取消了补贴。此外,移动出行产品发展至今对使用者来说已不算陌生,用户也已经养成了一定移动出行的习惯,无须继续依靠大规模低价补贴拉拢用户。因此对于全面进军拼车、代驾、校车领域的滴滴快的来讲,

虽然新的投资必不可少,但对已有用户、司机、车辆资源和流量进行整合和转化也是一个不容忽视的方面。

如果说滴滴打车、专车的意义在于改变了传统的叫招和出行方式,那么现有的移动拼车以及未来的校车专车服务,就是基于移动端产生的全新出行需求,就是基于移动端产生的全新出行需求,至少得在得知这些产品之前,笔者很难想象出基于互联网LBS技术能够实现多人拼车以及校车接送。而对于这些较新的产品,烧钱补贴、低价竞争并非屡试不爽的必杀技,虽然不排除市场初期价格战的可能,但最终各细分市场会根据产品和用户特点,制定相应的运营策略,价格竞争并非处处奏效。

比如在拼车市场,虽然拼车出行的目的是为了便宜实惠,但是却面临着安全隐患,相关运营方如何保证车辆的安全、司机的专业,乃至拼车伙伴的可靠,都是未知。而且拼车本身具有偶然性,怎样利用互联网地理定位技术进行智能

匹配、高效拼车也是个难题。

而在未来有可能出现的校车专车市场,同样面临着安全问题,而且是更为重要的少年儿童的人身安全保障问题。对于校车专车,家长对安全性的要求一定高于对经济性的追求。

再说移动端的代驾市场,不同于专车、拼车,代驾的服务对象一般为有车一族,用户对价格不敏感,因此代驾服务的质量和效率应是吸引客户的主要因素。

综上所述可以看出,相对于去年移动出行市场建立初期的价格大战,随着全产业逐渐成熟,产业链不断扩张,以及新型细分市场呈现各自不同的特点,除了价格战之外,安全效率、技术优化、服务质量、用户体验等因素在竞争中扮演着重要角色。因而,当下的移动出行产业,没有钱是万万不能的,但有钱也不是万能的,告别了低价竞争的粗放发展,针对细分市场的差异化、个性化策略才是持续的健康发展之关键。

纵横谈

4月以来,移动出行业内新闻不断。首先,快的打车宣布要在未来推出接送孩子上下学的产品“一号校车”,隔天,快的旗下的一号专车就正式上线了一款拼车产品“一号快车”;接下来,滴滴快的宣布成立代驾事业部,即将上线代驾业务;紧接着,百度又低调投资了拼车平台“天天用车”和“51用车”……

一时间,使用移动互联网软件租车、打车、专车、代驾都已不算新鲜事儿了,移动端的拼车、校车等服务和概念让人们了对移动出行产品形态的演变和发展有了新的认识,移动出行产品种类和细分市场的不断丰富,更是让人看到整个行业蓬勃发展的迹象。而如今的移动出行市场应用也不局限于某一方面,而是涉

中科恒源 便携式太阳能智能路灯

大大亮 幸福灯 火爆 招商

投入低 风险小 市场大 创富快 建设美丽中国 缩小城乡差距

中科恒源科技股份有限公司 财富热线:400-117-9559

