

新闻眼

商务部研究院发布《报告》预计——

今年信息消费规模将增两成

本报北京5月3日讯 记者李予阳、实习生王冰洁报道：商务部研究院日前发布《2015年消费市场发展报告》认为，今年消费驱动型发展模式将基本确立，消费增速、结构、热点、动力等将发生相应变化。消费率将在近10年中首次突破50%，位居“三驾马车”之首。

《报告》指出，智慧生活消费、绿色环保消费、全球时尚消费、文化体育消费将成为今年的主要消费热点。随着物联网、大数据、云计算等新一代信息通信技术广泛应用，“互联网+”催生更多新模式和新业态，信息消费将继续释放红利，成为消费增长的重要引擎。预计2015年，我国信息消费规模将超过3.2万亿元，较2014年增长20%以上。

随着“互联网+”计划的提出，家电产业已经开始向“智”造转型，推出智能化产品，引导消费者打造智慧家庭。调查显示，有81.6%的被调查者支持智能家电的发展，并表示在未来会购买相关产品。智能家电已经步入大规模推广应用的关键时期，也将引领下一轮消费热潮。

手机信息内容消费持续增长。随着手机上网用户数量的增加并超过PC端，以手机为渠道的信息内容消费也将继续保持快速增长。随着网络自制剧等视频供给的增加，2015年，手机收看视频节目的比例将持续上升，手机视频的用户规模和使用率仍将保持增长态势。

互联网服务创造新消费亮点。“互联网+”与服务业融合将成为下一阶段O2O的重要发展方向，并形成新的消费亮点。目前，互联网与服务业的融合已渗透到打车、餐饮、地图、电影、团购、旅游、百货、移动支付等各个领域，2015年，互联网服务将实现向家政、医疗、教育等新领域的开拓。随着各地在养老、在线教育、医疗等领域降低准入门槛、破除体制机制障碍，互联网教育、医疗消费也将出现迅猛增长。

网络社群消费成新消费方式。2015年，微博、微信朋友圈等网络社群商业消费将继续快速发展，成为淘宝、天猫、京东等信息消费平台的有益补充，并将作为一种新的消费方式越来越深入地影响和改变人们的生活。

观点声音

麦肯锡就加快新能源汽车发展建议——

善用补贴之外的扶持手段

本报上海5月3日电 记者李治国报道：麦肯锡日前发布《构筑中国电动车生态圈：强化关键抓手 把握发展趋势》报告，报告对中国新能源汽车发展进程进行了梳理，并就进一步加快发展提出建议。

首先，应给予消费者更大的选择范围。纯电动车(BEV)以及插电式混合动力汽车(PHEV)都能够有效激活需求，促进良性竞争。因此，可以将两种新能源汽车都列入扶持范围。同时，要统一国家和地方补贴目录，避免利好政策向个别车型倾斜。

其次，要允许并鼓励非传统从业者进入电动车市场，从而提升供应端的竞争优势，激励行业和现有从业者的创新。比如，今年3月，阿里巴巴宣布与上汽集团合作，投入10亿元人民币，共同开发互联网汽车，这些新鲜力量的介入，有助于新能源汽车在更多的层面上获得拓展。

第三，在与车企、公用事业部门和基建供应商的多方合作中，政府应发挥其重要作用，为电动车充电和基建开发制定一套统一的国家标准，合力促进充电设施建设的快速推进。比如，为了支持家用充电设施的安装，可以考虑规定未来的房地产开发商在停车场内预先铺设充电电缆，以简化车主的审批和安装流程；还可以考虑通过电费返还的方式，向车主提供家用充电桩安装使用补贴，同时规定现有小区在电力部门认为安全的情况下，批准充电站的电缆铺设。

此外，在货币激励手段之外，还可以提供更具吸引力的非货币激励措施。现有政策只包含了新能源汽车可免摇号上牌或者免拍牌，以及在拥堵城市免除电动车的限号出行。但是麦肯锡认为，非货币激励是对财政激励非常重要的补充，比如，美国有59%的电动车车主表示，在决定购买新能源汽车时，可以使用拼车车道是一个非常因素。

本版编辑 韩叙

15年来首次在一季度出现产量负增长——

水泥行业重点仍是化解过剩产能

本报记者 祝君壁



新常态 新作为 新亮点 行业巡礼

2015年一季度，水泥产量出现负增长，市场需求弱势开局。业界认为，水泥行业已进入平台期。一方面，去除过剩产能依然是今年的主要任务，要坚持必要的停窑、停磨限产措施；减少政府对水泥投资项目的市场干预。另一方面，我国水泥行业整体能源利用效率仍落后于国际先进水平，未来很长一段时间内，以节能减排、提升能源利用效率为主的工作重心不会改变。

在尧柏水泥集团中央控制室，工作人员正通过视频监控对所有生产基地的生产状态进行观察。随着公司信息化水平的不断提升，集团公司对下属企业生产管理管控方面持续加强。从当年陕西省渭南市蒲城县尧山脚下的一个地方小厂发展至今，尧柏水泥已成为资产过百亿元，产能超3000万吨规模的水泥企业，在西部地区名声大噪。

目前，尧柏水泥在陕西省布局了12个生产基地，在陕南地区具有绝对的区位优势。旗下的西安蓝田尧柏水泥厂产能利用率一直很高，区域优势明显，价格比西安市周边企业每吨高出20至30元。“我们对陕西水泥市场未来发展是比较乐观的。在没有新增供给的基础上，市场需求尽管由高速转为低速，但还是有增长的，供需关系仍在改善。”尧柏水泥董事长马维平说。

“在全球经济继续放缓的背景下，2014年，我国水泥产量达到24.67亿吨，虽然继续保持增长，但增速是自1990年以来最为缓慢的一年，预示着中国水泥工业将步入漫长的市场需求相对稳定的发展平台期。”在日前召开的2015年中国国际水泥峰会上，中国建筑材料联合会会长乔龙德说。

数据显示，2014年，全国水泥行业实现销售收入9792.11亿元，比2013年增长0.92%；实现利润总额780亿元，同比增长1.4%，为历史第二高位；利润率达7.97%。

“2014年，水泥行业在困境中仍能取得这样的成绩实属不易。”乔龙德认为，在经历了高速增长之后，水泥行业从过往以速度和增量为主导，转向以创新提升、提高资源能源利用率，提高品种质量和效益为发展主旋律的新阶段。

2015年一季度，水泥产量为4.28亿吨，同比下降3.4%。这是15年来水泥行业首次在一季度出现产量负增长，反映出今年水泥市场需求的弱势开局。平台期下水泥需求、价格亟需提振，行业“减重”压力依然较大。“要想推动水泥行业未来健康发展，需要进一步减少落后企业数量，不断淘汰落后产能，持续提升行业整体技术水平。”中国水泥协会常务副会长兼秘书长孔祥忠告诉《经济日报》记者，“此外，还要减少供应总量，坚持必要的停窑、停磨限产措施，维护市场供需平衡，稳定企业和行业经济效益；减少政府对水泥投资项目的市场干预，清理违规建设项目，维护政策法规的严肃性。”

孔祥忠认为，2015年只有去除严重过剩产能，提高产能利用率，才能提升行业整体效益。“要去除竞争劣势企业，提升产业集中度，鼓励大企业在市场竞争中发挥主导作用，消除不正当的恶性竞争行为；去除地方政府保护政策，维护市场公平竞争，打击假冒伪劣产品，净化市场环境。”孔祥忠说，面对投资需求，企业间需要不断推进兼并重组，做大优势企业规模，提升企业规模效益，才能稳定市场需求，保持行业合理利润。“为此，我们鼓励企业委托经营，优化市场布局，提升企业经营管理水平；探索企业之间交叉持股，通过金融资本纽带，促进企业合作共赢；坚持国际同行交流合作，提高企业创新能力，重视企业的社会责任，提升中国水泥企业国际影响力。”

与此同时，随着国家对于水泥行业节能减排要求的不断提高，如何降低水泥行业煤炭消耗总量、减少二氧化碳排放已成为水泥行业正在努力实现的目标任务。“认识到低碳绿色发展是水泥行业

从根本上提高总体水平的立足之本，是牵引创新技术和管理、提升资源能源利用率、减少污染、提高劳动生产率的前进动力。”乔龙德说。

在本届国际水泥峰会上，孔祥忠公布了“水泥行业煤炭消费总量控制方案及政策研究课题”研究报告。他表示，新型干法水泥生产工艺技术在水泥行业已经取得绝对优势地位。尽管我国水泥行业在短短十余年时间里实现了跨越式发展，但整体能源利用效率仍落后于国际先进水平，未来很长一段时间内，以节能减排、提升能源利用效率为主的工作重心不会改变。“水泥行业目前需要创新思维。要创新我们的投资理念，创新企业发展模式，创新市场竞争合作机制，创新节能减排技术和企业先进管理手段等等。”孔祥忠说。

链接

水泥熟料产能集中度继续上升

本报北京5月3日讯 记者祝君壁从2015年中国国际水泥峰会上获悉：2015年中国水泥行业熟料产能50强排名公布。据中国水泥协会相关负责人介绍，中国建材、海螺水泥、中材集团分别位居前三位，年熟料产能分别为3.1亿吨、1.88亿吨和8706万吨。排名前10位的水泥企业熟料产能合计占全国熟料产能52%，同比增长1%。

会上，华润水泥控股有限公司副总裁张应中代表熟料产能前20强企业向行业发出倡议，将积极应对产能过剩，致力于节能减排，进行绿色环保生态文明建设。

中国市场上被中国品牌超越。

“国内彩电企业之所以能在超高清市场表现优异，在于它们率先掌握了核心技术。”吴荣兵表示，以海信为例，2014年3月，海信发布了自主研发的ULED电视，ULED采用多分区独立背光控制和HiView画境引擎技术，有效解决了4K电视画面层次感不足、色彩和细节表现力不足和流畅度不佳的问题，实现了高对比度、高色彩表现力和高速响应的完美画质表现。

就如何进一步提升液晶电视画质，中国互动媒体产业联盟秘书长包冉认为，ULED技术应该是当前中国企业可以掌控的液晶电视画质提升的最佳解决方案，也是向下一代电视显示技术发展的最优方案，其性价比最容易被市场接受。

彩电超高清市场崛起中国品牌

本报记者 刘成

市场瞭望

彩电行业国际知名咨询公司Display Search最新发布的数据显示，2014年度，海信4K电视以11.30%的市场份额跻身全球前三强，成为唯一一个全球市场占有率跻身前三的中国品牌。中怡康的数据也与此吻合，在中国市场上，截至2015年1月，海信4K电视以19.2%的市场份额高居第一，领先第二名4个百分点。

业界专家认为，在彩电超高清市场上，以海信为代表的中国品牌，正逐渐取代外资品牌，成为引领超高清显示技术的生力军。

据Display Search分析，2014年全球4K电视为1500万台，预计未来3年的增长率将达到50%至100%，到2017年，市场容量将达到6000万台，占据24%的市场份额。Display Search研究总监吴荣兵表示，当前全球彩电市场超高清趋势非常明确，发展空间非常巨大。

每次产业技术升级都是一次大洗牌的过程。就彩电行业来说，从CRT时代到平板时代，日、韩品牌各领风骚数年；随着画质超高清时代的到来，国内彩电企业渐显锋芒，正逐步完成对国外品牌的超越。从2013年年底开始，中国彩电品牌就开始大力推广4K产品，到2014年，4K市场高潮迭起。极具代表的是海信推出的应用多分区独立背光控制技术的ULED电视，而三星虽然前期也加入了SUHD行列，但在后程却在

3月份中经有色金属产业景气指数降幅明显收窄——

环保成本上升倒逼行业加速调整

本报记者 周雷

缓中趋稳态势显现

“有色金属产业景气指数仍在持续回落，但是指数降幅逐月收窄，近期行业运行有缓中趋稳的态势。”中国有色金属工业协会政策研究室主任赵武壮分析认为，既有行业长期积累的内部问题，也有外部环境的挤压。

目前，有色金属行业受到“价格下降、成本上升”的双重挤压。而环保成本、劳动力成本、财务成本等则刚性上升。有色金属行业百元主营业务收入成本现已达到93元左右，比全国工业平均水平高7.5元左右。“双挤压”导致有色金属行业运行难度加大，经营风险上升。

“初步判断，二季度我国有色金属工业生产、消费有望持续平稳运行。”王华俊预测说，在三期叠加、产能过剩、美元走强、国际大宗商品价格下行的多重背景交织下，从中长期看有色金属价格下行的压力依然较大，但二季度有色金属价格有阶段性企稳可能。

双重挤压状况持续

一段时间以来，有色金属市场持续面临调整压力，企业总体经营困难。中国有色金属工业协会政策研究室主任赵武壮分析认为，既有行业长期积累的内部问题，也有外部环境的挤压。

目前，有色金属行业受到“价格下降、成本上升”的双重挤压。而环保成本、劳动力成本、财务成本等则刚性上升。有色金属行业百元主营业务收入成本现已达到93元左右，比全国工业平均水平高7.5元左右。“双挤压”导致有色金属行业运行难度加大，经营风险上升。

把握良机加速调整

“有色金属行业发展正进入战略调整期，企业必须认清大势，靠真功夫来赢得市场竞争。”中国有色金属工业协会副会长贾明星提醒企业，要摆正心态看待

行业新观察

在“三期”叠加、产能过剩、国际大宗商品价格下行的多重背景交织下，有色金属中长期价格下行的压力依然较大，但二季度有色金属价格有阶段性企稳可能。新常态下，有色行业应加快存量优化，加强国际产能合作，努力贯彻“中国制造2025”战略，实现创新发展。

由中国有色金属工业协会、经济日报社中经产业景气指数研究中心和国家统计局中国经济景气监测中心联合编制的2015年3月份中经有色金属产业月度景气指数近日发布。

景气监测结果显示，2015年3月份，中经有色金属产业景气指数为43.1，较上月回落0.6点；先行指数为76.9，较上月下降0.5个百分点。上述指标的降幅较以往均有收窄，有色金属行业运行趋稳。

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

扫一扫 查看详情

中科恒源科技股份有限公司
财富热线：400-117-9559