

国家发展改革委发布6项批复

近2500亿元交通建设项目获批

据新华社北京5月18日电(记者赵超 安蓓)国家发展改革委18日发布6项铁路和轨道交通投资项目批复,总投资额近2500亿元。

关于新建济南至青岛高速铁路可行性研究报告的批复,线路自济南东客站引出,经邹平、淄博、潍坊、德州,引入青岛铁路枢纽红岛站,投资估算总额599.8亿元。

关于新建徐州至淮安至盐城铁路项目建议书的批复指出,线路自京沪高铁徐州东站引出,经睢宁、宿迁、泗阳、淮安、阜宁、建湖,终至盐城,投资估算总额414.9亿元。

关于新建赤峰至京沈高铁喀左站铁路项目建议书的批复指出,线路起自赤峰,经平庄、宁城、建平,引入在建京沈高铁喀左站,投资估算总额为204.4亿元。

关于新建通辽至京沈高铁新民北站铁路项目建议书的批复,线路自通辽枢纽引出,经甘旗卡、彰武,引入在建京沈高铁新民北站,投资估算总额为220.1亿元。

关于成都市城市轨道交通近期建设规划(2013—2020年)调整方案的批复指出,调整后成都市新增轨道交通线路长度79.1公里,共增加投资467.2亿元。

根据关于印发南宁市城市轨道交通近期建设规划(2015—2021年)的通知,南宁市城市轨道交通线网由8条线路组成,总长约252公里。到2021年,形成总长128.2公里的轨道交通网络,总投资529.37亿元。

一季度软件业收入增长17.5%

行业整体实力增强

本报北京5月18日讯 记者龚鑫、实习生陈振强报道:在日前举行的第十九届中国国际软件博览会新闻发布会上,工信部软件服务业司司长陈伟介绍说,一季度我国软件业业务收入为8800亿元,同比增长17.5%,增幅比1至2月增加1.7个百分点。软件产业实力整体增强,中国已成为软件产业大国。

陈伟表示,软件已成为整个信息产业中增长最快、创新最活跃的部分,其技术架构、开发部署更加扁平、迅速,与经济社会各领域结合更加紧密。凭借模式的创新和技术更新,越来越多的软件成果迅速转化应用,呈现出软件带动硬件发展的态势。软件业收入增长较快,远远超过电子信息制造业整体收入。

从软件产业分类收入看,信息技术服务增长较快。据统计,一季度我国信息技术服务实现收入4379亿元,同比增长20.1%,占全行业比重接近一半。其中,运营相关服务包括在线软件运营服务、平台运营服务等在内的信息技术服务收入增长19.1%,电子商务平台服务收入增长22%。

“中国特色”成就竞争优势

(上接第一版)

“细致入微的服务创新,是国产手机获得竞争优势的重要‘筹码’。”朱大林同样对国产手机厂商的“贴心”记忆犹新:“售后服务来说,联想和魅族能够提供手机维修上门服务,华为在自己的官网上明示了包括主板、屏幕、电池等在内的主要备件价格。随着市场的成熟,差异化的服务也是厂商打破同质化竞争的突破口。”

如果说这些都是消费者能直接感受到的服务,那么国产手机厂商甚至还在“水面”之下进行着更深层的服务优化。项立刚表示,最近某新闻客户端告诉他,在未来只要用户授权,其客户端甚至可以调用包括位置信息等底层数据,为用户提供更为精准的新闻推送,“这显然需要与手机厂商合作。现在本土厂商与本地化应用的合作越来越深入,基于自家的手机优化常用应用几乎成为‘标配’,这也是国际品牌很少进行的工作。虽然消费者不知道这些,但他会觉得,自己的手机用起来更流畅,更省电。”

中国模式前景可期

一面是国产手机占据手机市场七成以上的利好,一面则是“红海”中残酷的竞争。工业和信息化部信息通信研究院副总工程师陈金桥表示,从行业数据来看,2014年初国内手机品牌还有540多个,但到了年底,已经有140家销声匿迹,“说到底,没有灵魂,不创造价值,不响应消费者内心呼唤,单纯靠硬件堆砌的厂商一定会消失。”

归根结底,对快速响应市场变化、以用户体验优先的“中国模式”的贯彻力度,将决定国产手机厂商的未来,也将为它们带来全新的价值。工信部电子信息司司长刁石京表示,在推动手机产业发展上,工信部也十分重视面向市场和用户的应用创新,“鼓励手机企业围绕城乡消费者的多样化需求,实施差异化战略,在功能设计、工艺外观、服务模式等方面展开错位竞争。”

“国内手机厂商要考虑两个变化:一是未来从4G向5G的演进,二是多个网络的融合发展,从现在的‘三网融合’到未来的‘N网融合’,特别是如何与物联网和智能硬件整合,通过增值服务实现更大的价值。”曾剑秋表示。朱大林同样认为,“互联网+”将给国产手机带来新的机遇:“手机厂商应主动与智能硬件企业和传统家电企业合作,共建完整的互联网生态系统,将此作为自己脱离‘机海战术’的突破口。”

“中国模式”也在帮助国产手机厂商在海外立定脚跟。业内人士认为,无论是营销还是服务经验,国产厂商在国内市场积攒的经验可以以平移到整个行业上来看,过去我们的手机主要销往非洲等第三世界国家,但现在手机厂商们瞄准的则是新兴市场国家甚至欧美等主流高端市场。为什么会发生这个变化?过去我们卖的是性价比,其实就是便宜,但现在国内企业已经可以拿品牌和服务“说事”,国产手机品牌的议价能力也随之提高。

本版编辑 于泳

使用新能源汽车免征车船税

利好政策叠加效应值得期待

本报北京5月18日讯 记者杨忠阳报道:财政部、国家税务总局、工业和信息化部今天联合发出通知,对使用新能源车船免征车船税,免征范围包括纯电动商用车、插电式(含增程式)混合动力汽车、燃料电池商用车,以及符合要求的纯电动乘用车和燃料电池乘用车。同时,对节约能源车船,减半征收车船税。

“这是继去年免除购置税后,新能源汽车发展的又一利好。”中国汽车流通协会常务理事贾新光认为,与购置税不同的是,虽然车船税的税率较低,免除税费的

数额也不会很大,但是随着诸多扶持新能源汽车产业的政策不断出台,其产生的叠加效应还是值得期待的。

受益于国家的一系列扶持政策,近两年来,我国新能源汽车增长较快。中汽协数据显示,今年前4月,我国新能源汽车产量为3.44万辆,同比也增长近3倍,已超过美国的3.24万辆,跃居全球第一。

“但我国新能源汽车销量好的主要原因是政府的补贴较高,并不是消费者喜爱而购买。”科技部电动汽车重大项目监理单位专家组组长王秉刚表示,没有任何一个产

业能够靠补贴长期维持。

为改变这一现状,同时也倒逼企业加快技术创新,今年4月29日,财政部联合科技部、工信部、国家发改委发布的《关于2016—2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》不仅延续了退坡原则,而且提升了退坡幅度。

“面对大幅度的退坡,原本对新能源汽车心存疑虑的消费者,购买积极性必然会受到较大影响。”贾新光表示,要鼓励消费者信心,就必须在推广环节推出更多“接地气”的政策措施,来缓冲“补贴退坡”

所带来的影响。

有关专家表示,前不久北京市针对新能源汽车出台的不限行政策,致使短期内新能源汽车“摇号”数量激增,这说明在使用环节作出政策优惠,将对新能源汽车推广起到更加明显的促进作用。“对大多数消费者而言,购买新能源汽车的初衷并不是考虑节能环保,减少车辆在购买和使用环节的成本才是其最关心的问题。”贾新光表示,如果在新能源汽车推广中,叠加停车免费以及过路费减免等使用环节的利好政策,新能源汽车还会“加速”。

《节水型卫生洁具》新国标有望加速以旧换新,但消费者选购心存疑虑——

节水,不能成为噱头

本报记者 刘松柏



消费者在浙江杭州一家连锁卖场内选购卫浴产品。 远舟摄

透视

此次国家标准委发布的《节水型卫生洁具》新国标对卫浴产品的节水性能提出了新要求。从市场反映来看,消费者对节水卫浴产品非常欢迎,但因为国家并未强制企业进行节水认证,不少产品是否真正节水让不少消费者在选购时心存疑虑。专家认为,实施以旧换新工程,加快卫生洁具的更新换代,节水卫浴行业将迎来更大的发展机遇——

日前,国家标准委发布了新制定的《节水型卫生洁具》(GB/T 31436—2015)国家标准,该标准对节水型坐便器、蹲便器、陶瓷片密封水嘴、淋浴用花洒等8类常用产品提出了具体技术要求。“洁具用水约占家庭或生活用水的80%。新标准的颁布实施,将节约厨卫用水量30%以上。”全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会秘书长王博说。那么新标准的发布实施将给消费者、企业乃至卫浴市场带来哪些影响呢?

节水成卖点看点

在北京集美家居的申鹭达卫浴专卖店,正在选购坐便器的张女士说,“家里的马桶是过去老款的,用水量太大,想换个节水一点的新产品。”

从2014年开始,北京执行阶梯水价,由每立方米4元调整为一、二、三个阶梯,分别是4.95元、7元、9元。水价上涨了,节水卫浴产品也越来越受消费者青睐。“现在消费者的节水意识增强了,越来越多的市民在购买卫浴洁具时都会考虑是否节水。选购坐便器时几乎都会问到冲水量是多少,比较偏好双键冲水功能的坐便器。”申鹭达卫浴店销售经理宁园园说。

节水,是消费者选购卫浴产品的看点,也是经销商的卖点。记者在集美家居大世界卫浴厅走了一圈,发现“超强节水”、“超强冲刷”等字眼随处可见。各商家在向消费者推销时都会主动介绍节水

冲水量。

新标准出台前,我国坐便器执行的是强制性国家标准《卫生陶瓷》(GB 6952—2005)。该标准规定,普通型坐便器、蹲便器、小便器用水量分别是9升、11升、5升,节水型坐便器、蹲便器、小便器用水量分别为6升、8升、3升。卖场工作人员告诉记者,现在的坐便器大多采用双按键控制用水量,更节能环保。

在集美家居大世界,记者也看到,各门店销售的坐便器基本上都是6升及以下的节水型产品,而且4.5升左右的占比较大。据了解,目前东鹏、TOTO、希乐曼等品牌的产品已基本普及节水马桶。

卫生洁具新国标实施后,洁具产品的价格是否会上涨?对此,王博表示,“虽然新国标是现在出台的,但是行业发展已经成熟,多年来行业也都在朝着节水的方向努力,有相当的技术积累。目前很多企业的不少产品已经达到这个标准。我们的目的主要就是节水。”

产品质量参差不齐

很多卫浴产品都贴有“节水”标签,商家的宣传也五花八门,价格也相差很大。记者在某门店看到同品牌的两款产品,尽管外形看起来区别不大,但价格几乎相差1倍,销售人员解释,不同产品的款式、陶瓷釉面、外观不同,价格自然也不一样。

其实,消费者关心的不仅仅是价格,

更多的是节水和冲净度。据卖场销售员介绍,价位在1000元至2000元之间的节水坐便器最受消费者欢迎。

某消费者表示,曾花了2000多元买了个“新型超节水”马桶。购买时导购表示,该马桶小挡用水量为2.6升,大挡为4.8升,比国标规定的6升用水量还小。可实际使用后却发现,多数时候一遍并不能冲干净,如果要冲两三遍才能冲干净,节水马桶岂不成费水马桶?

记者跟随多位消费者选购坐便器,他们基本上都会问,“标示的冲水量,一次能不能冲干净?”而对消费者的提问,大多数商家只是口头承诺能,少数商家会出示出厂检测报告,但没有一个商家能出示权威检验部门的检测报告或者第三方认证报告。

业内人士表示,目前国家并没有强制企业去申请节水认证,申请节水认证程序复杂、费用高,只有极少企业愿意申请认证,这就直接导致市场上节水产品宣传掺水,可信度不高。消费者对宣称的节水卫浴产品能否真正节水也心存疑虑。

产业发展空间巨大

王博介绍,卫生洁具新国标实施后,如按照每户家庭3人,每人每天4次使用来计算,每户每天节省12升水,3亿个家庭每年可节约13亿吨水。

正是因为节水,政策层面大力推广节

辣木:全产业链发展持续看好

本报记者 常理

木综合开发有限公司董事长刘福利给记者算了一笔账,“在才地村,一亩地大约能种植辣木220株,每株一年能收60斤鲜叶,企业收购价为每斤0.8元,这意味着一亩辣木一年的产值有一万多元。”

而在昌江县中农友辣木科技有限公司的示范基地内,记者看到成片的辣木已长成一人多高,而这些辣木仅仅种植了89天,成长速度可见一斑。中农友辣木专业合作社负责人万结红告诉记者,为了让产品质量更加安全可靠,中农友利用超声波提取技术,最大限度地保存辣木的有效成分,提取效率高达94.12%。“在辣木的产业链条中,企业是推动开发的主力。”王守聪认为,一定要把产业链、价值链与现代产业发展理念和组织方式引入产业开发中,在产业链上做高端的事情。

尽管近些年辣木产业发展持续升温,但王守聪也提出了自己的担心,“辣木产

业的开发,一定要稳妥审慎,避免一哄而上、一哄而散。”

在王守聪看来,目前辣木大规模发展时机也还不太成熟。“首先是市场准入问题,除辣木叶外,花、果荚、茎、种子、根等均未通过国家新食品原料行政许可,市场准入问题尚未解决;其次,对辣木的功效评价等研究力度和深度不足,制约产品市场开

链接

辣木,又称鼓槌树,原产印度。辣木作为蔬菜和食品有增进营养、食疗保健的功能;也广泛应用于医药、保健等方面。辣木鲜叶可作为蔬菜食用,嫩叶类似菠菜,可以作汤或沙拉。叶片和果荚富含多种矿物质、维生素等,干种子可以打成粉末作为调味料,幼苗的根干燥后

也可以打成粉末作为调味料。辣木除了药用和食用价值之外,还具有工业用途。其中辣木中含有的聚萜烯类具有杀菌的功效,可用来净水;辣木油可以作为航空航天设备的机械清洗剂。目前中国的辣木市场主要在南方,以广东、广西、云南等辣木的原产地为主。(吉新)

辣木ABC

也可以打成粉末作为调味料。辣木除了药用和食用价值之外,还具有工业用途。其中辣木中含有的聚萜烯类具有杀菌的功效,可用来净水;辣木油可以作为航空航天设备的机械清洗剂。目前中国的辣木市场主要在南方,以广东、广西、云南等辣木的原产地为主。(吉新)

新产业

近日,在全国辣木产业座谈会上,农业部农垦局公布的数据显示,2014年我国辣木种植面积约4万亩,主要分布在云南、海南、广东、四川、福建、贵州等地。“辣木产业正向着全产业链,持续健康的方向发展。”农业部农垦局局长王守聪告诉《经济日报》记者,辣木产业发展前景看好,符合山区作物结构调整、农民持续增收和对外交流合作的需要。

记者实地深入海南省昌江黎族自治县十月田镇才地村采访发现,辣木生长速度快,且十分耐旱,适合在昌江这类干旱地区生长。引进了辣木种植一年多来,才地村的辣木产业已经初具规模,给当地村民带来了看得见的实惠。海南中农友辣