

辽宁红沿河核电站3号机组具备商业运营主要条件

# 我国核电机组数量居世界前列

本报大连8月16日电 记者苏大鹏报道：今天18时26分，辽宁红沿河核电站3号机组结束168小时试运行试验，具备商业运营主要条件。

据介绍，加上这一机组之后，我国大陆地区在运或具备商运条件的核电机组增至26台。目前我国在运、在建核电机组数量51台，位居世界第三。

通过168小时满功率试运行是新建大型发电机组进入商业运营的必备条件之一，辽宁红沿河核电有限公司后续将依据国家有关规定为这一机组办理发电业务许可及转入商业运营等手续。

辽宁红沿河核电站投资方之一的国

家电力投资集团公司也同时宣布，其投资的发电总装机突破1亿千瓦，达到10015.22万千瓦，清洁能源装机比重达到39.41%。国家电力投资集团公司由原中国电力投资集团公司和原国家核电技术有限公司合并重组组建，是全国唯一同时拥有水电、火电、核电、新能源资产的综合能源集团，是我国三大核电开发建设运营公司之一。

国家电投集团董事长王炳华表示，国家电投担负着完成国家战略任务、核电自主化发展的重任，核能发电是公司的特色、核心业务的重中之重，未来，国家电投要加快推进在建项目建设，全力开发新核

电厂址，探索大核电基地建设。

辽宁红沿河核电有限公司由中国广核集团有限公司、国家电力投资集团公司、大连建设投资集团投资组建，负责红沿河核电站的建设、运营、管理，其中前两个投资方各占45%的股份。红沿河核电站是中国东北地区第一座大型商用核电站，一期工程建设4台百万千瓦级核电机组，二期工程建设两台百万千瓦级核电机组。

红沿河核电站6台机组全部建成后，年上网电量可达450亿千瓦时，约为大连市2014年用电量的1.5倍。与同等规模燃煤电厂相比，红沿河核电站6台机组每

年可减少标煤消耗约1500万吨，减排二氧化碳3600万吨，综合减排效应相当于造林9.9万公顷，占大连森林面积的21%。

据介绍，红沿河核电站的建设，进一步提升了我国核电自主化、国产化水平，其一期工程综合国产化率达到了80%，反应堆压力容器、蒸汽发生器等核岛主设备均已实现国产化。

红沿河公司总经理廖伟明表示，红沿河公司将借鉴1、2号机组的运行经验为基础，进一步科学组织3号机组的安全生产，确保3号机组安全稳定运行，为辽宁及大连经济社会发展提供安全、可靠的清洁电力。

新疆全力打造纺织服装制造基地——

# 政策红利持续激发产业活力

本报记者 许红洲

## 透视

新疆具有发展纺织服装产业的先天优势，且正处于难得的政策机遇期。把新疆打造成为我国重要的纺织服装制造基地之一，有利于巩固和提升我国纺织服装产业的竞争力。



工人在新疆阿克苏华孚色纺有限公司工作。阿克苏纺织工业城已成为当地吸纳就业、培育产业集聚的重要平台。

新华社记者  
金良快摄

上半年，新疆纺织工业经济运行走出“逐步回升”的上升曲线，实现工业增加值12.04亿元，同比增长9.8%；规模以上工业企业累计实现盈利0.96亿元，同比增长183.48%。前不久，国务院办公厅下发《关于支持新疆纺织服装产业发展促进就业的指导意见》，对推动新疆纺织服装产业健康发展、促进就业创业作出部署，并提出明确的发展目标和重点任务。

## 政策带来宝贵机遇

“《意见》为新疆纺织服装产业带来重大发展机遇。随着政策措施的逐步落实，也将会对全国纺织产业结构调整和产业升级产生重要影响。”徐文英说。

### 科学承接产业转移

日前，洁丽雅集团新疆新越丝路有限公司纺织基地项目在新疆阿拉尔市正式投产，该项目年产能5万吨毛巾、50万锭纱锭，给当地提供了1500个就业岗位。

产业发展专项资金、实施税收特殊优惠、低电价优惠、纺织品服装运费补贴、使用新疆棉花补贴、加大对南疆地区支持力度、加大金融支持力度等。”徐文英介绍说。他表示，国家和产业政策明确提出，要采用先进工艺技术装备，禁止淘汰、落后工艺设备入疆，而目前新疆纺织企业新建产能的生产设备在全国范围内都属于领先水平。

“政策的扶持效应正在逐步显现，新疆棉纺行业全面扭亏为盈，正在吸引越来越多的疆外企业进入新疆推动纺织服装产业快速发展。”新疆维吾尔自治区经信委副主任谢青说。

### 合理规划产能布局

“新疆纺织服装产业要按照国家政策导向，做好合理规划布局，突出重点和特色，构建可持续发展的产业体系。”徐文英表示，中纺联正与自治区政府及相关部门紧密联系，制定详细具体的产业

规划。

在产业区域布局上，有重点、有区别。重点支持阿克苏纺织工业城、石河子经济技术开发区、库尔勒经济技术开发区、阿拉尔经济技术开发区等园区打造综合性纺织服装产业基地；着力扶持南疆人口集中区域特别是少数民族聚居区发展服装服饰、针织、地毯等劳动密集型产业。

在推进产业进程上，充分利用现有棉纺产能，高水平、高起点适度扩大棉纺产能，着重提高混纺纱线比重，提升产品质量、档次和生产效率，防止棉纺产能无序扩张；重点发展服装服饰、家纺、针织产业，着力开拓本地、周边省份及国内市场，稳步提升出口比重。

“新疆纺织服装产业发展一定要落实到终端，要加快和提升有民族地域特色的服装服饰、地毯、刺绣等终端产品的产量和质量。同时，要充分发挥新疆向西开放的地缘便利和口岸、文化优势，加快拓展国际市场。”徐文英说。

医改持续深化的影响逐步显现

# 药品流通业利润增幅下滑

本报讯 记者李子阳报道：商务部日前发布的《2015年上半年药品流通行业运行分析及发展趋势预测》报告显示，上半年药品流通行业销售增幅趋缓，利润增幅下滑。预计下半年行业将加速进入微利化、中低速发展的常态。

该《报告》显示，上半年全国七大类医药商品销售总额8410亿元，比上年同期增长12.4%。其中，药品零售市场销售总额为1682亿元，扣除不可比因素比上年同期增长8.7%。药品流通直报企业（1200家）主营业务收入6581亿元，同比增长12.8%，增幅回落2.1个百分点；平均利润率为1.6%，扣除不可比因素与上年同期相比下降0.2个百分点；平均毛利率为6.4%，与上年同期相比降低0.6个百分点。

由于医院药品零加成挤压药店药品价格、医院药房社会化低于预期、医药电商快速增长，使得传统业务增长空间收窄，药品零售市场规模扩张放缓，低于整体药品流通行业的销售增幅。药品零售业态面临经营体系重建、多维竞争的局面。面对市场挑战，不少重点企业力求多元化、多渠道深耕拓展药品零售市场，以专业化服务和大健康市场为立足点探索新型药店经营模式，如设立专业药房，开展直接向消费者提供高值药品的直送业务；开设健康馆、名医馆，向消费者提供个性化的医疗保健服务；开办现代社区药店，开展以消费体验为主导的服务模式。

《报告》预测，“三医联动”系列改革持续深化，招标新政、医保控费、药价放开、市场监管趋严等政策，将会影响医药市场药品销售结构产生重大影响。虽然药品市场刚性需求仍将持续，但药品临床需求及零售市场销售已进入“量增利减”阶段。受用量增加、销售价格降幅的影响，药品流通行业将出现成本增加、毛利率降低局面，企业的经营结构面临深刻变化，行业的赢利空间收窄。相关企业应加速组织结构、经营结构及品种品类结构的调整，创新药品经营和服务模式。

## 企业家说



天狮集团董事长

做企业就像做人一样。

首先要讲诚信，诚信就是责任，包括对社会、对国家以及方方面面的责任。其次，要不断创新，与时俱进。第三，到任何国家和地区，都必须按照当地的法律法规，依法治理企业，这才是真正的国际化企业。第四，人才是企业发展和社会最大的财富，而人才靠教育。第五，要有团队意识，要树立人人互相爱护的观念，发挥正能量。第六，要遵循“源于社会、奉献社会”，投身公益事业。这些是企业发展必不可少的六大要素，也在为企业的发展保驾护航。

告别了第一次创业的“摸着石头过河”，告别了第二次创业的“摸着石头过海”，现在我们响应“大众创业、万众创新”的号召，进行第三次创业，提速增量，提升产品质量。接下来，我们将重点发展电子商务，构建电商全球化的布局，互联互通、环环相扣；另一方面，我们使用从多国赚取的利润为启动资金，与欧美发达国家合作办学，培养适应发展所需的人才。

本版编辑 杨开新 李景

**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

调等大家电也首次试水众筹模式。6月，小天鹅智能变频滚筒I-Bigger智能洗衣机、美的智能冰箱、美菱云智能冰箱、格兰仕悬浮式美学空调“普罗旺斯”等众筹产品在京东、苏宁等平台举行首发，获得了消费者的青睐。

随着电商渠道向三四级市场下沉，物流、售后等问题逐渐显露出来。不少电商企业纷纷加快了线下服务店的建设，通过体验店助推O2O闭环，力图打通“最后一公里”难题。前不久，京东首个智能娱乐体验馆“JD Space”在北京蓝色港湾商业区正式开业，消费者可以在线下体验最新的智能家电产品并在网上下单；天猫与工贸家电联手推出智能家电体验馆，通过线上为入口的O2O模式，使消费者在线上付款后到线下获得实物体验和服务。

# 上半年家电网购规模增六成

本报记者 崔国强

## 走市

目前，由中国电子信息产业发展研究院主办的“第五届中国家电网购高峰论坛”发布了《2015年上半年中国家电网购分析报告》。报告显示，上半年我国家电网购市场（含移动终端）规模达到1361亿元，同比增长64%，高出全国网上零售平均增速25个百分点。

工业和信息化部运行监测协调局副局长高素梅介绍，今年上半年，信息消费和应用市场更趋活跃，成为经济增长的新亮点，我国家电网购市场增长强劲，市场规模再创历史新高。“经过激烈竞争，家电网购市场初步形成了京东占据六成‘天下’，天猫、苏宁易购、国美在线竞相追赶，其他平台机会较少的‘一极多强’局面。”

工信部电子视听司产品处副处长周

海燕表示，上半年线上、线下家电市场继续呈现“冰火两重天”格局，电视、冰箱、洗衣机、空调四大家电的线下销售量和销售额均出现了不同程度的下跌，而其线上市场均有大幅度的增长。“上半年大家电线上销售额达359亿元，同比增长56%；小家电产品约252亿元，同比增长57%；手机等移动终端产品约750亿元，同比增长70.4%。家电单品的线上销售量占比纷纷突破或逼近20%。”周海燕说。

该《报告》认为，2015年是农村电商家电网购正式落地第一年。从年初开始，各大电商企业加快了渠道下沉的步伐，例如“京东帮”服务店当前数量已达800家，覆盖26万个村；苏宁于年初开始在全国三四线城市推出苏宁易购服务站。电商企业在农村市场的布局进一步加大，来自

三四线市场的订单量增加，其中空调、平板电视和冰箱销售额位列农村市场家电网购产品前三名。

今年上半年，家电产品线上市场的高端化、大尺寸（容量）化、智能化的趋势更加明显，智能家电经历了2014年的市场培育，各品类的渗透率得到了提升。在洗衣机线上市场，滚筒、变频、大容量洗衣机以及全自动消毒洗衣机、干洗机等高端产品保持了良好的增长态势，而在价格战频频爆发的空调线上市场，5000元以上高端空调产品的增速最快，同比增长35%。

《报告》显示，今年上半年，众筹模式在家电市场悄然兴起，平台从京东一家扩展至苏宁、天猫、国美等多家电商企业，空气净化器、智能盒子等小家电产品成为线上众筹热度最高的产品，洗衣机、冰箱、空

调等大家电也首次试水众筹模式。6月，小天鹅智能变频滚筒I-Bigger智能洗衣机、美的智能冰箱、美菱云智能冰箱、格兰仕悬浮式美学空调“普罗旺斯”等众筹产品在京东、苏宁等平台举行首发，获得了消费者的青睐。

随着电商渠道向三四级市场下沉，物流、售后等问题逐渐显露出来。不少电商企业纷纷加快了线下服务店的建设，通过体验店助推O2O闭环，力图打通“最后一公里”难题。前不久，京东首个智能娱乐体验馆“JD Space”在北京蓝色港湾商业区正式开业，消费者可以在线下体验最新的智能家电产品并在网上下单；天猫与工贸家电联手推出智能家电体验馆，通过线上为入口的O2O模式，使消费者在线上付款后到线下获得实物体验和服务。

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

