

# 船舶业：困境中发力 逆势中成长

本报记者 黄鑫 杨国民



受全球航运市场低迷影响，我国船舶企业交船难、盈利难等问题突出。但船舶业逆势发力，释放出骨干企业逆势成长、高端设计能力稳步增强、制造模式走向智能化等积极信号。预计到2020年，我国将初步实现由造船大国向造船强国的转变。

在交付国内最大集装箱船“达飞·瓦斯科·达伽马”号后不久，中国船舶工业集团日前在超大型集装箱船制造领域又添佳绩：与中海集装箱运输股份公司签下8艘集装箱船大单，造价共计57亿元。上半年，在外部市场艰难的环境下，我国造船业完工1853万载重吨，同比增长6.3%。但受全球航运市场低迷、油价持续下跌的影响，新承接船舶订单大幅下降，海洋工程装备市场明显萎缩，企业交船难、盈利难等问题突出。

“在新船需求大幅下跌的形势下，国家密集出台系列产业政策支持造船业发展，船舶工业结构调整步伐加快，综合竞争优势逆势提升，经受住了各种困难和考验。”工信部装备工业司司长张相木接受《经济日报》记者采访时表示，到2020年，我国要初步实现由造船大国向造船强国的转变。

## 骨干企业逆势发力

今年以来，我国船舶业面临着更为严峻的市场考验。据统计，上半年，我国承接新船订单1119万载重吨，同比下降72.6%。“自国际金融危机以来，我国新船承接量的国际市场份额首次出现下降。”中国船舶工业行业协会秘书长金鹏说。

事实上，整个国际航运市场上半年都很低迷，全球新船成交同比下降超过一半。但我国骨干造船企业在逆境中尽显优势，顺利交船，并大力开发新船型，抢占国际市场订单，在激烈的市场竞争中占得先机。

我国船舶产业集中度进一步提高，产业组织优化初见成效。据统计，上半年全国造船完工量排名前10位的企业，占全国比重的57.5%，比2014年底提高



有“海上石油工厂”之称的海上浮式生产储油船“玛丽卡”号在广州完工交付，该船改装工程是世界范围内同类型船舶改装中最复杂、工程量最大、功能最先进的项目之一，由中船澄西船舶(广州)公司和广船国际具体实施。新华社记者 王瑞平摄

了6.9个百分点；新承接船舶订单排名前10位的企业，占全国比重的75.4%，比2014年底提高近20%，形成了一批国际竞争力较强的海洋工程装备骨干企业。

同时，从船舶配套设备装船能力来看，我国已能满足散货船、油船和集装箱船80%以上的配套设备装船需求。近年来，骨干船舶配套企业加大科技研发，加强产品研制和市场拓展，自主品牌配套产品取得突破，船舶配套能力显著提升。

“目前，国际船市仍处于产业调整周期的低位，消化过剩运力还需要一段时间。”张相木表示，未来船舶业需求结构将出现明显变化，散货船等常规船型需求乏力，海洋工程装备及高技术船舶将成为未来市场需求的热点。

## 高端设计能力增强

6月底，由上海船舶研究设计院设计，中航鼎衡造船公司承建的37000吨沥青船顺利下水。这是全球最大的独立货罐型沥青船，标志着我国在特种液货船设计领域达到了全球领先水平。

张相木指出，高技术船舶和海洋工程装备是船舶业价值链的高端，也是我国船舶工业未来发展的重点。可喜的是，目前我国船舶业高端产品设计、建造能力显著增强，产品转型成效显著。

世界造船业的主要力量仍将是中国、韩国和日本，而高端设计和技术创新

无疑是未来竞争的关键要素。“到2025年，我国自主研发设计、建造的主要海洋工程装备、高技术船舶的国际市场份额要分别达到40%和50%，部分领域设计制造技术要达到国际领先。”张相木说。

## 制造模式走向智能化

在江苏南通中远川崎船舶工程有限公司船体车间，机器人不停地挥舞着手臂，四溅的火花下，钢材被切割成各种形状，并自动分类摆好。据了解，该公司的大部分车间已实现自动化操作，钢板反复利用率超过95%，自动化生产线让相应工序的生产效率提高了约七成。

“船舶制造正朝着设计智能化、产品

## 链接

**本报北京8月25日讯** 记者曾全华报道：财政部、国家发展改革委日前发布通知，明确自2015年10月1日起，取消7项中央级设立的水运涉企行政事业性收费项目，以减轻航运企业负担，促进长江经济带发展。

这7项收费项目包括：船舶港务费、特种船舶和水上水下工程护航费、船舶临时登记费、船舶烟囱标志或公司旗注

智能化、管理精细化和信息集成化等方向发展。”张相木表示，世界造船强国已经提出打造智能船厂的目标，“中国制造2025”也提出，要顺应世界造船竞争和船舶科技发展的新趋势，以推进数字化、网络化、智能化制造为突破口，不断提高船舶业发展的层次、质量和效益。

“另一方面，我国劳动用工成本刚性上升，与日韩相比，优势逐渐消失，也倒逼我国船舶业转型升级，大力发展智能制造。”金鹏说。

中国船舶工业行业协会会长郭大成表示，智能化制造对我国船舶工业具有战略意义，船舶工业要加强对智能制造技术的研究，加快推进船舶建造智能化进程。

## 7项水运涉企收费将取消

册费、船舶更名或船籍港变更费、船舶国籍证书费、废钢船登记费。

两部门要求，各省(区、市)财政、价格部门要对省级设立的水运涉企行政事业性收费项目进行清理。取消属于政府提供普遍公共服务或体现一般性管理职能，以及主要目的是养人、违背市场经济基本原则的不合理收费项目；坚决取缔违规设立的收费项目。

## 餐饮业拥抱互联网已成趋势——

# 千亿元级“大餐”怎么吃

本报记者 亢舒



互联网浪潮已给餐饮业带来许多变化——我们习惯去餐饮点评网站寻找美食，各式各样的手机客户端为我们描绘出了更加全面的美食地图。某些客户端搭建的厨师平台，让用户选择厨师去家里下厨，更让不少人眼前一亮。

近日，首届中国互联网+餐饮发展高峰论坛公布的数据显示，2014年，我国餐饮O2O市场规模近千亿元，占餐饮行业总体比重的3.5%，预计到2017年，全国餐饮业的O2O市场规模将突破2000亿元。在“互联网+”的大背景下，餐饮业坐拥众多机遇，但也面临众多挑战。

**O2O带来巨大商机**

餐饮行业进入了一个新时代，这样的趋势已经越来越明朗。中国饭店协会会长韩明认为，从组织特点来看，餐饮业进入了一个“小微时代”，企业更加专业化、特色化、大众化，进入到了新的“大众化发展时代”。相关调研显示，目前全国餐饮业3万亿元营业额当中，大众化餐饮占到80%左右。而且，对欧洲一些国家餐饮行业的调查显示，高端餐饮的占比仅有5%，95%左右都是和老百姓及大众化息息相

关的业态。

互联网技术也正顺应大众消费的潮流渗透到餐饮行业，通过定位、支付、点餐、引流、大数据等各个层面来推动餐饮业的升级。“餐饮业与互联网的融合有非常大的潜力，从团购、预订、到外卖、点评，互联网在各个环节都对餐饮业转型发展起到了推动的作用。”韩明说。

特别是在外卖领域，还有很大的潜力可以挖掘。美国餐饮销售中外卖已占到10.5%，尽管这些年，我国的外卖也渐渐火了起来，但外卖市场仅占餐饮业的5%。“我国人口众多，人们生活的内容、方式、方法正在发生变化，外卖市场都还有很大的空间。”韩明表示。

餐饮行业业内人士发现，一些快餐品牌的堂食生意已经开始下降，但外卖业务则一直在增长；一些外卖平台更是在井喷式增长。有业内人士判断，不久后快餐行业的线上销量就会超过线下销量。

**中小餐饮面临挑战**

餐饮行业融入互联网的过程中，遇到的挑战也不小。特别是在全国360万家餐饮企业中，中小餐饮企业占绝大部

分。这部分中小企业在应用互联网技术方面还处于初级阶段，信息化程度普遍较低，成本和人才制约行业发展，以及制约互联网与餐饮业融合的一个障碍所在。

“餐饮企业成本很大，物业、人力、能源等都在上升，而利润空间在下降，企业规模也有限。”韩明认为，让这类中小企业拥抱互联网，目前确实存在一定困难。但在线外卖平台能为这些中小餐饮企业带来更多订单。

在某餐饮管理有限公司董事长吴光团看来，在线外卖平台，就相当于一个个大型商场，餐饮企业就像是到那里去开店，被平台方收取房租。互联网产品和传统产品的最大区别是利益的重新分配。“原来我们支付房租，现在在平台上销售要增加物流费用，以及给平台费用，本质就是利润的重新分配。”吴光团说。

不仅如此，互联网的发展正推动整个快餐行业加速变局。“趣活美食送”联合创始人兼副总裁杨树轶认为，未来，店面职能可能从原来的赚钱、服务、卖产品，转化为品牌展示与服务体验。现在不仅出现了一些没有店面的餐饮企业，很多快餐行业的供应商也都纷纷进军快餐

业，原来需要店面来制作的食品，现在由工厂直接做好，通过物流配送直接送达消费者，这将对整个快餐行业形成非常大的冲击。

**实现共赢是方向**

韩明认为，餐饮业与互联网的融合应该是双向的。一方面是“餐饮业+互联网”，就是把互联网先进的技术、理念、思维、方式等加入餐饮业。传统餐企要重视技术投入，加快信息化建设，挖掘互联网对传统餐饮企业在营销、管理等各个方面的作用；另一方面则是“互联网+餐饮”，互联网企业应从为餐饮企业提高效益、解决信息化难度出发，通过持续创新为餐饮企业提供更有有效的解决方案。应该搭建起一个生态圈，让每个企业发挥不同作用，共同发展。

共赢具体该如何实现？路径之一就是专业的事还是要交给专业的人解决。餐饮的核心竞争力还是产品，通俗而言就是好吃。去年刚刚注册的一个名为“早餐佳”的快餐品牌，创建时间不长，可每天送出去的早餐已达1万多份。其创始人认为，应该只做自己擅长的产品研发和标准化部分，至于加工环节、配送环节等全部委托给其他专业公司。

零点研究咨询集团董事长袁岳认为，当消费者发生改变的时候，意味着餐饮服务提供者需要在各个环节都需要重新设计，未来餐饮业要做“极致产品”并迭代创新，走减法、精品化路线，塑造具有自身特色的品牌、粉丝群体和核心竞争力。

## 汽车销售：转型才有未来

李景

今年以来，受汽车行业下行影响，汽车销售市场逐渐转冷，近期北京、郑州、昆明等地的一些品牌汽车4S店出现了关店、退网、倒闭的情况。

自2011年开始，市场已脱离高速增长，且宏观经济的整体下行对汽车市场的产销产生极大抑制；同时高速增长后的中国机动车保有量也达到了一定高度，购车心理趋于理性；加之各地对汽车限购的政策控制，因而市场需求增速的放缓在情理之中，经销商也将告别“躺着赚钱”的日子。

此次所谓的“关店潮”，事实上也是近几年产能过剩与市场增速放缓的集中爆发。汽车制造商自身产能过剩，且高估了当前市场的容纳能力，新增4S店面过多，区域内竞争激烈。不少车企为了维持市场占有率不愿降低利润预期，继续下达高额销售目标，造成经销商大量压库，经营成本升高，现金流紧张，严重的就演化为了资金链断裂甚至闭店。

抛开宏观环境和上游车企的影响因素，目前品牌4S店在销售市场还面临着来自汽车超市和汽车电商的挑战，且在汽车后市场又有专业汽修、保养O2O服务的竞争。传统4S店可谓腹背受敌，利润被各种新兴业态瓜分。

不过，作为成熟的销售终端，4S店不仅是整车销售的媒介，更具有零配件、售后服务的功能，并有完善的“三包”政策，因此具备可靠的购买资质和信用背书。在没有颠覆性的销售形式诞生之前，4S店仍将是经销汽车的主流渠道。

穷则思变，4S店必须打开思路、谋求转型才能熬过寒冬。事实上，如今的困境一方面来源于市场和车企，另一方面也与自身业务的短板有关，其中汽车后市场的巩固，以及水平业务的开发将是未来盈利的两大突破口。

汽车后市场包括汽车使用过程中的各种服务，而4S店高昂的收费水准给了汽配城、汽修店，以及新兴O2O汽车服务厂商分食蛋糕的机会。而如今的市场低迷正是4S店售后服务去暴利的良机，经销商如果愿意让价格回归理性，有望重新夺回售后服务市场。

在水平业务开发方面，潜能最大的是二手车销售业务。据中国汽车流通协会报告显示，2014年我国百强经销商收入新车销售占85.3%，二手车销售只占2.4%，而同期美国经销商的新车销售只占总收入的54.2%，二手车销售则占到25.4%。可见在新车销售业务增长乏力的情况下，二手车业务还有很大发展空间。由于4S店普遍提供置换服务，因而在控制好二手车来源的条件下，通过翻新维修，可以将低价回收的二手车溢价销售，同样也可获得高额利润，但这块业务在“卖车不愁”的年代并没有引起足够的重视。

如今，回归理性的市场需要经销商们重新审视自己的角色和功能，优化业务和收入结构，积极转型谋求自救。

## 电网企业输配电成本监管启动

有助提升电价科学性合理性

**本报北京8月25日讯** 记者王铁辰报道：近日，国家能源局召开电网企业输配电成本专项监管工作启动会。此项监管将覆盖冀北、黑龙江、陕西、福建、湖南、贵州6个地区，旨在规范电网企业输配电行为，促进输配电价改革和电力市场建设，维护消费者的合法权益。

国家能源局相关负责人表示，通过专项监管，将摸清电网企业资产状况，输配电成本支出范围和构成，成本归集方式，成本管理政策等内容，全面、深入了解电网企业输配电成本信息。这有利于建立健全电网企业成本约束机制和激励机制，提高政府定价的科学性、合理性和透明度，促进独立的输配电价格机制建立，也有利于政府部门、监管机构对电网企业的监管及社会公众对电网企业的监督。

根据监管工作方案，各地区检查时间至10月底。国家能源局市场监管司将对监管情况进行汇总分析，并编制报告向社会公开发布。

## 出口白俄罗斯机车成功落车

**本报北京8月25日讯** 记者齐慧报道：日前，中国中车大同公司出口白俄罗斯的中白货运2型电力机车成功落车，进入调试试验阶段，年内将陆续出厂交付。

该机车根据白俄罗斯铁路运行要求“量身”打造，实现高端智能化设计，机车可靠性、便捷性大幅提升，将成为第二亚欧大陆桥铁路运输新的“中国力量”。

中国中车大同公司总工程师赵明元介绍说，“我们将中国高速铁路制造积累的优秀经验融合到大功率电力机车设计制造过程中，进一步提高了机车性能，并在内部环境智能化、系统安全预警等方面更加优化”。

## 外向型经济促产业升级



山东省东营市着力打造外向型经济，“借船出海”开拓国际市场，鼓励企业通过创新拥有自主知识产权，促进了产业升级换代。图为东营经济技术开发区九泰车轮科技有限公司员工在车间忙碌。崔丽英摄

本版编辑 杨开新