

着力改善沿海沿河区域和港口城市环境空气质量

船舶排放将在三大区内水域受严控

本报北京12月7日讯 记者齐慧从交通运输部获悉:我国将首次在珠三角、长三角、环渤海(京津冀)水域设立船舶排放控制区,控制船舶硫氧化物、氮氧化物和颗粒物排放,改善我国沿海和沿河区域特别是港口城市的环境空气质量,为全面控制船舶大气污染奠定基础。

据介绍,排放控制区覆盖珠三角地区广州、深圳、珠海等9个城市周边水域及内河通航水域,长三角地区上海、南京、杭州、宁波、舟山等16

个城市周边水域及内河通航水域,以及覆盖环渤海(京津冀)地区大连丹东大陆岸线交界点与烟台威海大陆岸线交界点的连线以内海域和大连、秦皇岛、天津、烟台等13个城市内河通航水域。同时也确定了天津港、秦皇岛港、唐山港、黄骅港、上海港、宁波-舟山港、南通港、苏州港、深圳港、广州港和珠海港等港口为核心港口区域。

根据交通运输部印发的《珠三角、长三角、环渤海(京津冀)水域船舶排放控制区实施方案》,自2016年1月1日起,有

件的港口可以实施船舶靠岸停泊期间使用硫含量≤0.5%的燃油等高于现行排放控制要求的措施;自2017年1月1日起,核心港口区域的船舶在靠岸停泊期间应使用硫含量≤0.5%的燃油;自2018年1月1日起,船舶在排放控制区内所有港口靠岸停泊期间都要使用硫含量≤0.5%的燃油;自2019年1月1日起,船舶进入排放控制区后,必须使用硫含量≤0.5%的燃油。

同时,《方案》指出,在排放控制区

作业的船舶可采取连接岸电、使用清洁能源、尾气后处理等与排放控制要求等效的替代措施。2019年12月31日前,我国将在评估船舶排放控制区实施效果的基础上,进一步确定更为严格的控制措施,包括船舶进入排放控制区使用硫含量≤0.1%的燃油和扩大排放控制区地理范围等。

经初步测算,船舶排放控制区计划实施后,到2020年,珠三角、长三角、环渤海(京津冀)水域船舶硫氧化物和颗粒物将比2015年分别约下降65%和30%。

专注干线运输的运满满和同城配送的领导者云鸟配送12月7日宣布达成战略合作,将共同打造国内最大的互联网联运网络。

运满满创立于2013年,是国内首家基于移动互联网技术开发的免费手机APP智能配货平台。运满满直击物流空返率高、运力利用率低的痛点,利用云计算和大数据等技术,打造为车找货配货、为货找车托运的精准车货匹配系统。截至2015年11月,运满满平台上已汇聚350万司机、50万货主,成为干线货运O2O第一品牌,市场占有率达到70%以上。云鸟配送成立于2014年11月,专注于同城配送,一端连接同城中有运输需求的企业,另一端则整合了在同城中能够提供运输服务的个体运输力量、司机和车辆等。目前,云鸟平台上拥有超过3万名专业司机,配送车型从最初的小型车扩展到大型的厢式货车、冷藏车,企业客户覆盖了70%的O2O实物配送类企业。

两家运输公司的联姻,实际上起源于同城货运行业的快速发展。从业务模式来看,同城货运和“滴滴打车”这样的打车软件颇为类似,用户在手机客户端上发布货物运输需求,系统定价,并进行就近派单,附近的货运司机通过司机端收到订单通知后进行抢单。而在同城货运的基础上再延伸产业链,就有了互联网联运网络的出现。快狗速运创始人林凯源坦言,“对于小商家来说,找车难、漫天要价的确是痛点。但货运司机为什么要漫天要价?主要是传统的‘趴活’方式效率低、空驶率高,好不容易拿到一单必须多赚些。把物流业和互联网结合,能通过网络平台来协调货物和运力间的配比关系,既提高了司机的接单量,又降低了每一单的价格。”

除了将过去不能做的事做好,互联网技术特别是大数据技术的应用还在帮助行业进一步转型升级。58到家CEO陈小华告诉记者:“货运司机已经开始学会从订单中寻找信息,比如七夕期间会有很多单子从花卉市场出来,那他就可以去附近的花卉市场等候。此外,我们还为司机建立了数据库,可以为验货、代为安装,就能为用户提供更多增值服务。”另外,互联网还在提升货运的服务水平。林凯源表示,就像滴滴打车一样,保险、奖惩机制和客户反馈机制与评价体系三管齐下,能够迅速建立起车主与货主之间的诚信机制。陈小华介绍说:“在58到家的速运平台上,每个司机都要先交一笔保证金,每个订单还要抽一元钱的保险费。出了问题,就用这些赔付用户。”

不过,随着越来越多的货运应用进入市场,“蓝海”也在逐渐成为“红海”。投资机构兰权资本总经理薛康表示:“目前货运O2O应用较为同质化。随着资本的密集介入,此类应用已开始洗牌,估计到明年只有几家能留下来。究竟谁能成为‘货运版滴滴’,要看平台增值服务能力、补贴力度、易用性等在内的综合实力。”

德国工业4.0试点项目落户中国

本报讯 记者沈慧报道:近日由工业和信息化部工业文化发展中心、德国机械设备制造业联合会主办的“中国制造2025”高峰论坛发布消息,首家德国工业4.0中国试点项目落户江苏常熟。

“当前,全球制造业正处在转型发展的关键时期。”工业和信息化部总工程师朱宏任表示,“中国制造2025”与“德国工业4.0”在指导理念和诸多领域有异曲同工之处,两者都强调新一代信息技术与制造业的深度融合,把智能制造作为突破口。此次试点项目的实施是中德积极顺应全球新一轮科技革命和产业变革大势,推动中德制造业持续健康发展的一次积极尝试。

德国机械设备制造业联合会人士表示,试点项目选择江苏隆力奇生物科技股份有限公司。目前,隆力奇已在全球成立八大研发机构,在智能化的发展上,斥资6亿元建造了国际一流、国内最先进的“智能化新工厂”。

本版编辑 于泳 李景

本报记者

秦海波

陈静

来了

消费者多元化需求逐渐占据主导地位——

服装产业链重构进行时

本报记者 许红洲

透视

随着模仿型消费基本结束,多元化、个性化消费需求渐渐成为服装产业的发展主流。当前服装产业链上消费者、生产者和市场的关系正在重构,消费者占主导地位的特点日趋明确。服装企业只有顺应消费变革趋势,抓住消费者的核心需求,不断提升消费者的体验感受,才能走得更好更远



近日,2015中国(江西)国际麻纺博览会在江西新余市举行。本届博览会以“生态江西 时尚麻艺”为主题,吸引来自新疆、河北、浙江等10余个省份及日本、韩国、埃及等国的麻纺企业参展。图为服装模特展示麻纺服装。

新华社记者 周 密 摄

国务院日前印发的《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》中明确提出,以传统消费升级、新兴消费蓬勃兴起为主要内容的新消费,特别是服务消费、信息消费、绿色消费、时尚消费、品质消费、农村消费等重点领域快速发展,将引领相关产业、基础设施和公共服务投资迅速成长,拓展未来发展新空间。

“随着模仿型排浪式消费阶段的基本结束,个性化多样化消费渐成主流,特别是年轻一代更加偏好体现个性特征的时尚品牌商品和服务。”中国服装设计师协会副主席兼秘书长、中国国际时装周组委会副主席张庆辉近日接受《经济日报》记者采访时说,时尚消费、品质消费将引领和推动服装产业的转型升级向更高层次和更大空间迈进,与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关领域将加速发展。

设计师品牌顺应新需求

在2016春夏系列中国时装周上,71场设计师品牌时装周发布会依次上演。精彩纷呈的时装盛宴传递出明确的行业信号——创意自我、风格迥异的设计师品牌正在迎接个性化多样化的消费者需求。

“我喜欢我自在的样子”是清一品牌

创始人郑清儿发布会的设计主题,她从中式审美出发,纯棉材质的长衫裙装廓形宽松、舒适优雅。GIOIA PAN品牌设计总监潘怡良延续传统精致的手工织品技术,多款少量,强调为消费者提供高级量身定制的个性化设计。

“个性化多样化消费时代的来临,为中国的设计师品牌带来了巨大机遇。在服装产业转型升级过程中,我们应该更加有效地利用设计的力量,来提升产业链各个环节的附加值。”张庆辉说,只有这样,服装行业才能符合生活方式消费变化带来的新需求,才能健康持续发展。

从本届时装周上也可以看到,不论是资深设计师还是新生代设计师,在时装设计创新的道路上,已经把视野扩展到整个产业链上。设计师们不单是以色彩、面料、造型、纹样、搭配作为设计的重心,而且开始关注纤维材料的创新应用、染色的环保节能等。

“成长于这个日新月异时代的年轻设计师们,将通过他们与时代合拍的设计节奏,为中国的服装产业时尚产业增添更加精彩的内容。”张庆辉说。

柔性制造成就“快时尚”

近几年,国际国内服装市场整体减速放缓,但快时尚品牌却逆势上行,在H&M、ZARA和优衣库等国际知名快时

尚品牌的带领下,国内快时尚品牌也开始突围发力。

“厌倦雷同追求个性的服装消费理念,越来越成主流。”一位服装业内人士说,快时尚品牌的快速反应机制正好满足了当前消费者的这种需求。

当然,快时尚成功的背后是“小批量、多品种、快交货”的按需生产、灵活高效的柔性生产制造模式的创新。以网店韩都衣舍为例,其独创了基于互联网的“单品全程运营体系”。在这个体系里,员工2到3人组成小组,每个小组都是独立的利润中心,自主全程运营一个品牌单品。公司根据业绩完成率、毛利率、库存周转率等制定“业绩提成公式”,业绩达不到要求的小组自然淘汰重新组合。

“公司管理层的作用就是制定规定,让这些小组之间形成良好的竞争局面,以确保整个体系顺利运营。”韩都衣舍副总经理贾鹏说,韩都小组已从最初40个裂变成280个,保证了线上店铺每周上新速度,全年上新可达30000款。

目前,柔性制造模式在服装行业已被普遍认可,更加智能化的服装柔性生产系统,不仅能降低生产成本,也能满足个性化的消费需求。

渠道融合提升消费体验

近日,互联网知名女装品牌茵曼与

上海零售巨头新世界百货达成合作,“茵曼+百货”的O2O模式将入驻新世界旗下各大百货旗舰店,实现客流、商品流和消费体验的贯通。

茵曼服饰是一家典型的线上企业。7月份,茵曼开启线上线下全渠道的战略布局“茵曼+”。截至10月底,该公司已经在全国各地开业实体店70多家,签约开店140多家。在茵曼的实体店,线上线下同款同价,支持现金和移动支付两种方式。茵曼总裁方建华表示,虽然茵曼“双11”销售额超过1亿元,但线上企业的局限也很明显,比如衣服不能试。“电商的客户体验做得再好,也会有15%左右的退货率,不是因为质量问题,而是尺码、颜色、身材或视觉效果差异等造成的。”方建华说。

体验店解决了这一消费者网络购物的最大痛点。另外,体验式营销能更好地“圈”到客户。以茵曼在上海的体验店为例,其试穿成交率达到65%的转化率,而在网上即便是“双11”期间,也仅有6%的转化率。“线上线下二者有机结合,能极大提升客户转化率。”方建华说。

业内人士认为,这种将线上购买与线下体验合二为一的体验式购物,在电商购物模式上融合了线下视觉、触感和试衣的体验环节,又在常规购物中增加了线上付款、快递到家的便捷功能,很好地满足了不同人群的各种消费需求。

冶金工业规划研究院预测今年全国钢材需求量同比下降4.8%——

钢铁业进入减量发展阶段

本报记者 周 雷

12月7日,冶金工业规划研究院发布的预测报告显示,2015年我国钢材实际消费量为6.68亿吨,同比下降4.8%。这是自1995年以来我国钢材消费量首次出现下降。

“我国钢铁市场发生了重大转折,钢铁业开始进入减量发展阶段。”冶金工业规划研究院院长李新创表示,2015年,钢铁下游行业发展增速有所放缓,我国钢材消费量也出现下降。其中,建筑行业全年钢材消费量预计同比下降7.2%,机械行业全年钢材消费量预计同比下降6.5%。

由于我国钢铁业产能严重过剩,伴随着钢材消费量的下降,市场供大于求问题更加突出,无序竞争愈演愈烈,钢价创出历史新低。数据显示,今年前10个月,全国大中型钢铁企业亏损面接近50%,钢铁业重点地区河北省钢铁业亏损面高达60%。随着我国经济进入新常态,钢铁

业企业数量过多、产能过大、产量过高等状况已不适应。按照冶金工业规划研究院的预测,2016年,我国钢材实际消费量将同比下降3.0%;2030年,我国钢材消费量将不会超过5亿吨。这也意味着,钢铁业减量发展的过程将会持续十几年。

按照中钢协近期公布的信息,保守估计2013年末全国粗钢产能在11亿至12亿吨左右,当年粗钢产量7.79亿吨,产能利用率低于70%,明显低于国际通常水平。显然,钢铁业化解产能严重过剩矛盾的工作依然艰巨,推进供给侧改革十分必要。

有关专家认为,钢铁业的当务之急是把过高的产能、产量减下来。切实发挥市场机制的作用,避免无实际需求的产量增长,促使环保不达标、经营不善、资金链断裂的企业下马。继续支持优秀企业的发展,对于仍有发展价值的企业则推进联合重组。

同时,钢铁业要转向创新驱动,更加重视质量、效益与效率,切实提升市场竞争力。数据显示,我国每年仍需从国外进口1000多万吨钢材,主要满足高端市场需要。为更好适应新常态,我国钢企要加快升级,努力在高端领域实现进口替代,而对于量大面广的产品也要稳步提升质量和性能,跟上市场需求变化。此外,钢铁业要大力推进绿色发展、集约发展、国际化战略。

李新创表示,钢铁业实现减量发展,有赖于市场发挥配置资源的决定性作用,企业着力攻坚克难,也需要政府更好发挥作用。比如,当前钢铁市场存在着不公平竞争问题,为避免“劣币驱逐良币”,有关方面应加大执法力度,切实维护公平合理的市场秩序。另外,在钢铁企业关停、去产能的过程中,面临大范围的职工安置难题,政府应发挥托底作用。

中国银行业监督管理委员会青岛监管局 关于颁发《中华人民共和国金融许可证》的公告

根据《中华人民共和国外资银行管理条例》(国务院令第657号)、《中华人民共和国外资银行管理条例实施细则》(中国银监会令2015年第7号)和《中国银监会外资银行行政许可事项实施办法》(中国银监会令2015年第4号)的有关规定,中国银行业监督管理委员会青岛监管局批准韩国产业银行青岛分行开业,颁发《中华人民共和国金融许可证》。现予以公告:

韩国产业银行青岛分行

机构编码: B0100B237020001

许可证流水号: 00607416

经营范围: 许可该机构经营中国银行业监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务,经营范围以批准文件所列的为准。

批准成立日期: 2015年11月12日

住所: 山东省青岛市延安三路234号海航万邦中心(写字楼)43层01-06单元

电话: 0532-82887700

发证机关: 中国银行业监督管理委员会青岛监管局

发证日期: 2015年11月12日

以上信息可在中国银行业监督管理委员会网站(www.cbrc.gov.cn)查询