

本届珠海航展上,通用航空展台占据半壁江山——

政策东风频传暖意 通用航空振翅欲飞

本报记者 刘 瑾

透视

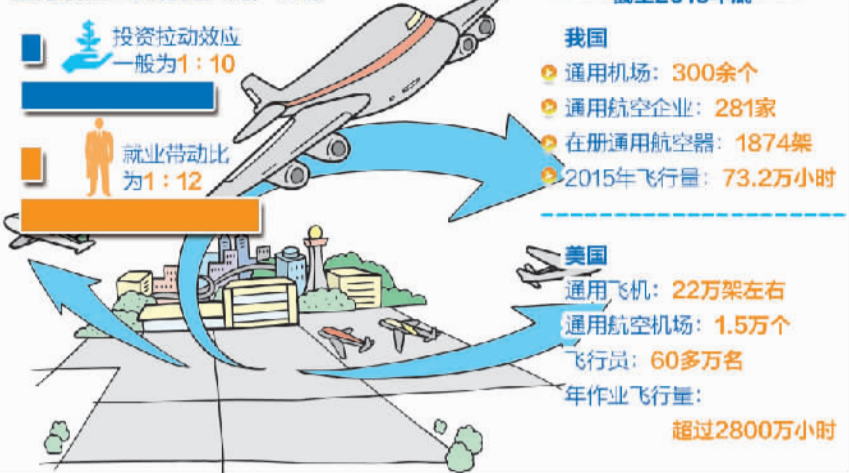
开幕第三天的珠海航展上,依旧人头攒动。由中航通飞研究院自主研发的单发两座轻型运动飞机——领雁AG50,以其靓丽外观吸引了众多爱好者驻足。

本届航展上,中航通飞带来了28架飞机及模型参展。中航通飞董事长曲景文告诉《经济日报》记者,“依托中航工业的技术优势和全社会的生产制造优势,预计未来领雁AG50轻型运动飞机市场占有率将达30%以上”。

通用航空成为本届航展热点之一。通用航空是指除军事、警务、海关缉私飞行和公共航空运输飞行以外的航空活动。今年以来,国家连续出台政策,各省市也纷纷出台“十三五”通航业发展规划。发改委近日专门印发《近期推进通航业发展的重点任务》,从市场培育、机场建设、产业转型、扩大空域开放、强化安全监管等方面明确了一系列重点任务,加快提升通用航空服务保障能力。

与发达国家相比,我国通用航空起步较晚,规模也小得多。截至2015年底,我国通用机场300余个,通用航空企业281家,在册通用航空器1874架,2015年飞行量达73.2万小时。而美国则拥有22万架左右的通用飞机、60多万

通用航空业具有庞大的产业链



名飞行员、1.5万个通用航空机场,年作业飞行量超过2800万小时。

近年来,布局通航产业的资本越来越多,金融资本、大型国企、民营企业、外资企业等不同投资主体纷纷参与其中。比如,民生金融租赁2014年收购中信通航喷气式公务机运营业务,成立了民生国际通航公司,并增加了适合开展包机业务的直升机产品;还有不少资本瞄准了FBO(固定基地运营者)、维修、机场、FSS(低空空域开放必不可少的安全保障基础设施)等产业;一些地方政府也投

资建设通用航空产业园。

在本届航展上,通航企业的展台占据了半壁江山,各种签约合作的消息也层出不穷。一位业内人士告诉记者,大量社会资本看中了通航市场的潜力和盈利空间,希望在产业发展初期捷足先登。

华彬航空就是其中一员。华彬航空董事长郑刚说,“近年来,全国各地对发展通用航空的需求日益强烈,尤其是沿海省份,在发展水上飞机通勤业务和低空旅游项目方面,有着巨大的潜力”。本届航展上,华彬航空与银川市人民政

府宁夏旅游投资集团签署了战略合作协议,计划开展低空旅游、旅游通勤服务,以及航空应急救援等业务。

直升机医疗救援市场也是一些通航企业看中的“蓝海”。正阳集团旗下的金汇通航此次派出医疗构型轻型单发直升机AW119Kx参展,布局全国直升机救援服务网络。

“在美国,通航企业盈利主要在石油钻井平台、医疗救援等领域,而这些需求在国内才刚刚起步。”海航通航总裁丁辉说,这也与国内适合的直升机数量少、机场甚至起降点等配套不多有关。

海航通航是海航集团今年上半年组建的全新板块,也是海航希望加速拓展的新增长点。“未来5至10年,海航通航计划投资建设、改造利用及收购兼并100个通用机场、50个通航产业园区、5000个通航起降点,在全国各重点省份共设立约30家通用航空公司,自有及托管共计500架通用飞机,并开展无人机业务。”海航通航执行董事长刘欣说。

中国民航管理干部学院通用航空系副教授于一说,通用航空业具有庞大的产业链,投资拉动效应一般为1:10,就业带动比为1:12。因此,除机场建设、飞机制造等,人员培训、设备制造和运营管理等领域都具有广阔发展前景。

市场瞭望

11月3日,由科技部、中国贸促会和中国国际商会联合主办的2016年二十国集团企业创新论坛在北京举行。

科技部党组书记、副部长王志刚表示,技术创新与商业模式、金融资本深度结合,持续催生新的经济增长点和就业创业空间。这种形势为工商业的发展带来重大机遇,同时对国际科技创新合作治理,以及企业技术、商业模式创新和管理创新提出了更高要求。“科技创新全球化态势不断加强。我国将积极融入和主动布局全球创新网络,全方位提升科技创新的国际化水平。”王志刚说,在此过程中,需要进一步发挥企业技术创新的主体作用,营造有利于工商业创新的良好环境氛围。

中国国际贸易促进委员会会长姜伟建议,定期举办G20企业创新论坛,建立政商沟通渠道,同时推动成立G20智慧创新基金,扶植创新产业发展。此外,他建议尽快实施青年创新创业伙伴计划,扶植青年创新。

“企业家就是敢冒风险的人。这种风险实际上就是进行创新的风险。美国80%以上的新技术都由中小企业研发。我国中小企业完成了65%的发明专利、创造了80%以上的新产品。”中国科协党组成员、书记处书记王春法建议,G20国家应该积极促进企业的合作发展,过分严格的安全审查不利于企业创新资源的择优配置,要创造良好的营商环境,切实解决企业跨国合作中面临的融资并购、知识产权等方面的问题。经济合作与发展组织副总干事皮拉特认为,国家在支持企业创新方面,不要依靠单一的措施,而是应该整体地、系统地来推动。

企业界代表也根据实践指出了当下企业创新存在的一些难题。“我国应用技术研究存在断档问题。”中国钢研科技集团有限公司董事长才让说,虽然我国科技创新前端基础研究取得了大量成果,但企业在转型升级过程中却面临“无米下锅”的尴尬。原因在于应用技术研发风险高,缺乏专门的独立研究机构,技术转移和扩散的壁垒极高。

“现有国家重点实验室和国家工程技术中心都建在企业或机构内部,技术成果产权不清,技术扩散和转移能力较弱,而企业技术中心实力不足,造成我国应用技术研究与开发整体力量薄弱。”才让建议,应通过新建或者改造方式,培育一批专门机构,致力于应用技术研究和工程转化,跨越从科研成果到实际应用的“死亡谷”。

本报记者

董碧娟

跨界融合重构零售业格局

本报记者 王 晋

面对行业寒冬,零售企业如何转型? 11月3日,在中国连锁经营协会于苏州举办的2016中国零售领袖峰会上,行业领军者们提出,加速变革,研究消费者需求的转变,实体经济才能迎来百花齐放的春天。

“变革的基点在于紧紧抓住消费者需求。”中国零售领袖峰会联合主席、北京王府井百货(集团)股份有限公司名誉董事长郑万河说,未来消费者主体以“80后”“90后”为主,他们的消费行为、价值观念、消费方式等与过去大相径庭,必须研究他们,抓住他们的需求,才能成为未来的王者。

消费者的需求有哪些变化值得重视? 麦肯锡资深顾问陈有钢注意到:其一,由于商品、营销渠道极大丰富,消费者变得越来越“麻木”了;其二,产业链融合加深,以往零售商是“二传手”,把制造企业的产品卖给消费者即可。但如今,制造

商可以直接把产品卖给消费者,消费者参与产品的设计开发,跨界特征明显。他以美国消费者变化的数据为例,在1980年,消费支出流向的58%是购买商品;而在2015年,消费支出中购买商品的比例只占38%,更多的是购买服务。他强调,“零售企业要做好三件事:首先是打好基础,提高商品运营效率;其次是介入价值链上游,做大自有商品;第三是跨界融合,提供增值服务,融入其他业态”。

“门店要做成顾客的接待站而非商品

的分销点。导购员要给顾客带来信任和亲情,实体店客户中心可作为一个核心,通过活动拿到深度的客流信息,开展更多延伸服务,开发增值服务,增强客户黏性。”

跨界融合让更多企业找到了商机。在同日开幕的第十八届中国零售业博览会上,记者看到一些零售商正在推广网购平台。在华润万家的展台上,跨境购的“爆款”吸引了不少观众扫码下单。

华润万家有限公司办公室品牌管理总监姜艳告诉《经济日报》记者,“这次展

会亮点主要是突出我们的生鲜业务、自有品牌和电商。华润万家旗下自有品牌委托专业工厂直接生产,减少了中间环节及广告宣传等成本,为顾客带来高性价比商品。在跨境电商方面,我们着力推跨境电商体验区,让顾客感受到‘家门口的自贸区’。虽然电商在总销售额中占比并不大,但它能把我们物流供应链、商品供应链的优势发挥出来,发展潜力很大”。

变革创新,零售企业正在发力。通过变革,这一行业还将焕发青春活力。

共建森林城市, 共享品质生活

未来几年,我国全面推进森林城市建设,到2020年,建成6个国家森林城市群、200个国家森林城市、1000个森林村庄示范。