钢铁去产能重点由全国性总量压减转向结构性优化调整

降低京津冀钢铁总量提上日程

经济日报·中国经济网记者 周 雷

行业观察

巩固去产能成果是推动高质量发展的基础和关键。今年，巩固钢铁去产能成果，重点由全国性总量压减转向结构性优化调整。降低京津冀等环境敏感地区钢铁总量已被提上日程，到2020年，河北、天津要将本地区粗钢产能分别控制在2亿吨以内和1500万吨左右

3月30日，记者从“2019(第十届)中国钢铁发展论坛”上获悉，今年，有关方面将努力巩固钢铁去产能成果，工作重点由全国性总量压减转向结构性优化调整。降低京津冀等环境敏感地区钢铁总量已被提上日程，到2020年，河北、天津要将本地区粗钢产能分别控制在2亿吨以内和1500万吨左右。

数据显示，2016年以来，我国钢铁去产能成效显著，提前两年超额完成“十三五”确定的1亿至1.5亿吨上限目标，粗钢产能利用率由2015年的70%升至80%以上，已基本进入合理区间。工信部原材料司巡视员吕桂新在论坛上强调，2019年，要在坚决巩固去产能成效的基础上，进一步优化钢铁工业布局和结构调整，着力“补短板”“强弱项”，推动钢铁工业由大到强。

据悉，钢铁产业转型升级难度大，推进结构优化调整需攻坚克难。京津冀及周边与长三角等地的钢铁产能过度集中，高炉—转炉长流程占比过重。以京津冀地区为例，基于全国2.2%的国土面积，承载了全国25%的粗钢产量，高炉—转炉长流程占比约为98%。单位面积污染排放和能源消耗总量大的问题十分突出，加之地方政府倾向于在省内甚至市县范围内对钢铁企业进行简单化异地搬迁，难以从根本上解决钢铁产能总量和地区环境容量之间的矛盾。

“巩固去产能成果是推动高质量发展的基础和关键。”吕桂新表示，要由全国性总量压减重点转向结构性优化调整。今年，工信部等部门将继续督促未完成“十三五”去产能目标任务的省份加大工作力度，把处置“僵尸企业”作为去产能的重要抓手，加快实施整体退出、关停出清，完成既定的工作目标。进一步研究强化环保、土地、能源、水资源等要素的约束作用，促进京津冀等环境敏感地区钢铁产能向外转移，降低区域钢铁总量，优化空间布局结构。持续推进京津冀等重点区域钢铁工业结构调整，明确能源消耗总量、污染物排放总量随钢铁产能跨地区转移的具体要求。鼓励高炉—转炉长流程企业转型为电炉短流程企业，重点在有环境容量，有市场需求，有废钢资源，钢铁产能相对不足的地区有序引导电炉短流程炼钢发展，最终形成合理的钢铁长、短流程布局结构。

与此同时，仍需严防产能扩张冲动。“随着钢铁行业市场形势的持续好转，在高额利润驱动下，部分地区和企业投资钢铁行业意愿增强，产能扩张的冲动明显。”吕桂新表示，违法违规建设问题时有发生，存在假借铸造、铁合金或循环经济名义生产钢铁产品，试图将停建冶炼项目恢复建设，违规新上电炉钢等违法违规建设问题。“地条钢”死灰复燃的行为更加隐蔽，仍有个别企业铤而走险。此外，还有不严格执行产能置换政策的问题。

今年，有关部门将继续加大工作力度，严禁违法违规新增钢铁产能。吕桂新表示，2019年，部际联席会议将对钢铁产能违法违规行为易发高发的重点省份，组织开展一次巩固化解过剩产能成果抽查，继续利用卫星遥感、电力监测、举报平台等手段，对钢铁产能违法违规行为保持露头就打的高压态势。各地要严格执行产能置换政策，把好产能置换关，进一步加强产能置换审核把关和监督落实，确保产能置换和严禁新增产能既定政策执行到位。

据悉，今年，工信部要在全国范围内，对已公示公告产能置换方案开展“回头看”工作，对存在重复置换、虚假置换、批小上大等弄虚作假行为，以及置换方案落实不到位的企业，依法依规实施联合惩戒，对相关责任人加大追责问责力度，强化负面警示，进一步扩大巩固化解钢铁过剩产能成果。

产业一线

虚拟现实迎发展 哪些行业可受益

本报记者 刘 成

基于技术的不断进步，虚拟现实营造出的仿真系统和模拟环境为不少行业的转型升级打开了新的突破口。

我国也已把虚拟现实产业作为经济发展的新动能，大力发展虚拟现实产业基地，为更多行业创造发展机遇——

“到2020年，我国虚拟现实产业链条基本健全，到2025年，我国虚拟现实产业整体实力进入全球前列，掌握虚拟现实关键核心专利和标准，形成若干具有较强国际竞争力的虚拟现实骨干企业。”近日，在工信部电子信息司于青岛举办的虚拟现实指导意见宣贯培训会上，工信部电子信息司消费电子处处长曲晓杰介绍了我国虚拟现实产业的发展目标。

基于这一目标，工信部提出的虚拟现实产业重点任务是：突破核心技术、丰富产品有效供给、推进重点行业应用、建设公共服务平台、构建标准规范体系、增强安全保障能力等6大任务。“在突破关键核心技术方面，特别要加强产学研协同合作，推动虚拟现实相关基础理论、共性技术和应用技术研究。坚持整机带动、系统牵引，围绕虚拟现实建模、显示、传感、交互等重要环节，加强动态环境建模、实时三维图形生成、多元数据处理、实时动作捕捉、实时定位跟踪、快速渲染处理等关键技术攻关，加快虚拟现实视觉图形处理器、物理运算处理器、高性能传感处理器、新型近眼显示器件等的研发和产业化。”曲晓杰说。

中国电子信息产业发展研究院副总工程师安晖告诉经济日报记者，发达国家虚拟现实产业资金和市场非常活跃，美国、英国、德国、法国等都出台了鼓励虚拟现实产业发展的政策，虚拟现实产业的投资额近年来持续飙升，刺激产业链快速形成。

“我国也已把虚拟现实产业作为经济发展的新动能，特别是多个行业的应用，正成为我国虚拟现实产业的引爆点。”安晖告诉记者，虚拟现实已在我国制造业、教育、医疗、文化艺术、娱乐电影、商务、旅游等多个领域实现了良好应用。在制造业，虚拟现实技术在飞机、汽车、船舶等大型装备的制造中已初步开始应用，全面提升了制造业智能化水平。比如，在研发过程，虚拟现实技术能展现产品的立体面貌，使研发人员全方位构思产品的外形、结构、模具及零部件配置使用方案。

据悉，我国多个城市都在大力发展虚拟现实产业基地，成都、贵阳、长沙等地都各自推出了产业政策。比如，青岛市以崂山区为中心积极打造“中国虚拟现实产业之都”，崂山区出台了“虚拟现实产业政策12条”“人才新政22条”等政策，鼓励企业整合优势资源，积极引进集聚虚拟现实领域高端科研机构、人才团队、产业项目，促进虚拟现实产业发展。截至目前，崂山区已引进山东大学青岛虚拟现实研究院、北航歌尔虚拟现实研究院等虚拟现实高端研发机构11家，占全国同类研发机构的70%以上。

“目前全国已形成十多个虚拟现实产业基地，青岛的VR/AR产业创新创业孵化基地、成都的中国西部虚拟现实产业园、深圳的虚拟现实创客孵化基地、合肥VR小镇等都已初具规模。这为我国虚拟现实产业实现到2025年的发展目标奠定了基础。”安晖说。

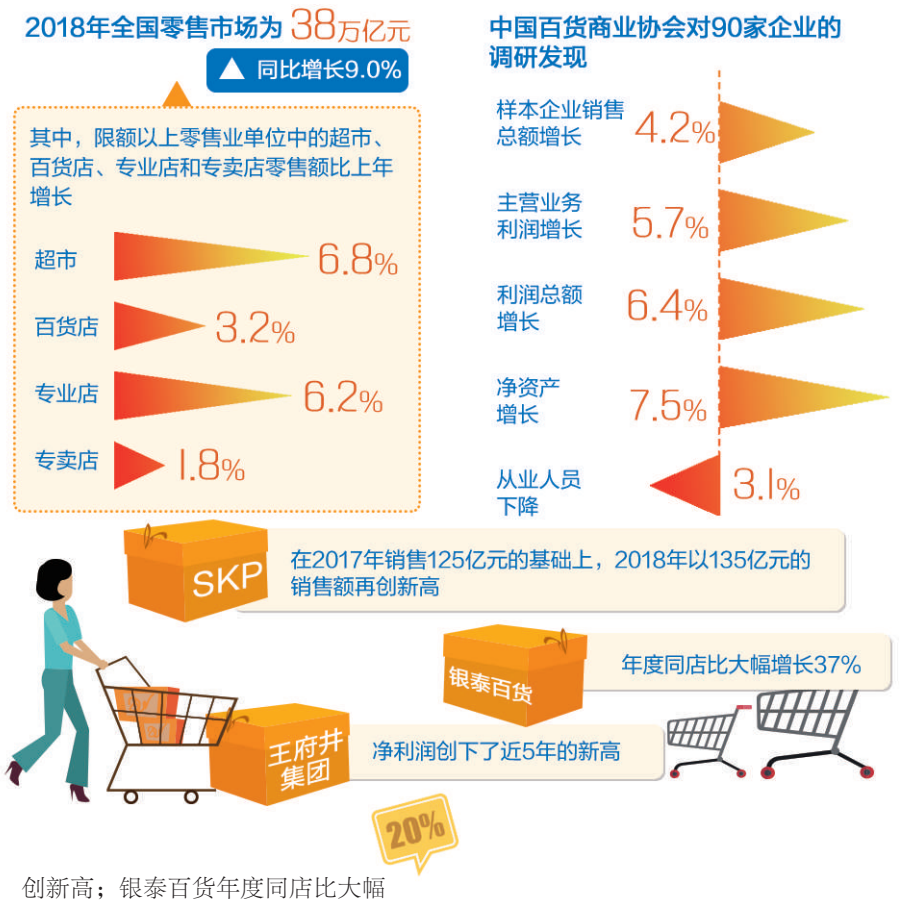
百货业是服务消费的重要载体——

百货业“最坏时候”是否已过去

本报记者 顾 阳

透视

作为零售行业的“老大”，百货业曾风光无限，也一度跌落谷底。如今，业内专家判断，历经漫长冬季的百货业，已整体表现出触底回升现象。通过线上线下加速融合，痛定思痛加速提升自营能力，积极“自救”的百货业是否已告别“至暗时刻”？



百货业曾是零售行业中的“老大”，一度风光无限。近年来，在零售新业态的冲击下，这个曾经的“王者”不得不面对增速放缓、负增长甚至闭店潮带来的阵痛。一方面，电商、超市、购物中心等来势汹汹，不断压缩着传统百货业的生存空间；另一方面，传统百货业自身转型升级乏力，重压之下的百货业亟需找到突围之路。

“但最坏的时候已经过去，百货业整体表现出触底回升现象。”在日前举办的第17届中国百货零售业年会暨商业创新峰会上，中国百货商业协会会长楚修齐作出上述判断。

种种迹象表明，在历经漫长的冬季后，百货业正迎来春天。楚修齐表示，百货业是消费升级的核心渠道，也是服务消费的重要载体，百货业在经过转型提振、数字化升级之后，未来前景仍将是光明的。

“曙光”之下痛点犹存

来自《2018—2019年中国百货零售业发展报告》的数据显示，2018年限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额比上年分别增长6.8%、3.2%、6.2%和1.8%。

中国百货商业协会在对90家企业调研后发现，上述样本企业销售总额增长4.2%，主营业务利润增长5.7%，利润总额增长6.4%，净资产增长7.5%，从业人员下降3.1%。

“从主营业务利润等关键指标看，整体情况还是回暖向好的。”楚修齐举例道，SKP在2017年销售125亿元的基础上，2018年以135亿元的销售额再创新高；银泰百货年度同店比大幅增长37%；老牌百货企业王府井集团净利润创下了近5年的新高；远东百货在大陆业务10年来首度实现盈利；百盛集团2017年扭亏为盈，去年继续保持向好态势。

与此同时，从2018年销售增长情况来看，百货业整体消费升级的趋势也较为明显，以智慧消费、绿色消费、健康消费、服务消费等为代表的新消费业态正成为消费增长的新亮点。

不过，“曙光”之下痛点犹存。在楚修齐看来，当前百货业仍面临着不少问题，首先就是转型的瓶颈与阻力，“比如传统百货店的体量有限，不可能吸引更多体验类的服务项目，有些企业受体制机制掣肘，历史包袱沉重……这些在短期内无法解决”。

此外，运营的成本压力持续攀升、商品价格缺乏竞争力、核心能力有待提升等阵痛，同样让百货企业倍感压力。

上海一家百货企业负责人向记者坦言，这几年商业地产租金、人力成本都在上涨，诸如大数据、营销引流工具等新技术的引入和运用也需要不菲的投入，这些都增加了企业的运营成本。而与天猫、京东等电商相比，百货店缺乏对商品的定价权，市场话语权式微，价格竞争上处于劣势。

线上能力强者将占优

“线上线下融合是零售业发展的趋势，也是行业的共识。”楚修齐表示，百货行业线上线下融合发展，经历了从PC电商到O2O，再从移动电商到社交电商的阶段。目前，百货业融合的手段更多样化，做法更务实、接地气。

早在2014年，银泰百货就与阿里联手探索“线上线下融合”。2017年阿里以198亿港元私有化银泰后，银泰百货在业内尝试成为首个付费会员制百货店，开启利用大数据去重构百货业的人、货、场。

在银泰商业（集团）有限公司执行董事兼CEO陈晓东看来，客流下降不是生意下降的原因，客流下降是生意下降的结果，“现在在银泰店里逛店的人，有90%是通过手机最后完成所有交易链路的。互联网和实体商业之间巨大的区别就是，以前每单交易的付款就是结束，但互联网每单交易恰是下一单交易的开始”。

“物美对商业数字化的态度是两句话：一是全面拥抱数字化，二是彻底回归零售本质。”物美商业集团执行董事兼CEO于剑波表示，会员电子化和数字化是一切数字化的前提，只有带来内部效率提升、改善外部顾客体验的数字化才是真正的数字化。

作为零售业百强企业之一，天虹商场从2015年开始探索商业模式的转型升级。

“我们认为，百货转型的根基是基于这一轮消费升级。”天虹商场股份有限公司副总经理侯毅说，天虹转型提出了“数字化、供应链、体验式”三大战略主题词，即通过数字化构建新的购物场景，通过供应链为消费者提供更好的品质消费，围绕家庭购物、顾客亲密和生活美好提升体验。

值得关注的是，去年以来，与百货业相关的并购重组占据了零售业的一半以上，诸如银泰百货全资收购西安开元、苏宁易购收购万达百货等，引发业内外广泛关注。专家表示，未来百货业发展中，真正具备线上能力的实体企业将越来越占据优势，也将在后续的并购与整合中发挥更加重要的作用。

提升自营能力是关键

对于百货业未来的出路，不同领域专家从各自视角开出了“药方”，但无论是数字化改造，还是供应链重塑，都离不开自营能力提升这一关键环节。

“商品经营能力的丧失，是多年来中国百货业最受诟病的地方。”楚修齐坦言，长期以来百货业主要采用联营出租的经营模式，百货企业自主的商品采购能力和经营能力几乎丧失，自营占比在全行业中不超过5%。

事实上，正是由于大量采用联营出租方式，国内百货企业几乎没有采购部门，失去了对品牌商的控制，也导致了对商品和市场理解的弱化。从这个意义上看，提升自营能力、增加自采比重，将从根本上变革百货业固有的联营商业模式。

对于百货企业来说，扩大自营是民心所向，但重启这一模式也并非易事，它们将面临资金占压、买手人才缺乏、分销体系重构以及利益再分配等诸多困难。但挑战与机遇并存，此举不仅能有效提高企业对商品、价格、服务等要素的把控能力，还将带来顾客体验的提升，从而增强企业的市场竞争力。

近年来，百货企业一直在进行积极探索，除了传统自营较为突出的信誉楼、安德利等百货公司外，百盛的自营业务销售额占比达到20%左右，王府井推出了“梦工厂”内部创业项目、新世界开发了N+系列自有品牌体系、汉光百货的化妆品绝大部分为自营，取得了显著成效。

“没有一种商业模式能长盛不衰，唯有不断适应市场变化才是长久之道。”楚修齐强调指出，当前百货业已步入创新变革的关键时期，要抓住消费升级、进口关税下调、《电商法》实施等一系列政策利好，进一步加快转型升级步伐。

淘宝直播趋势报告显示：

直播平台成电商新“爆点”

本报讯 记者张建军、通讯员王蒙报道：3月30日，淘榜单联合淘宝直播发布《2019年淘宝直播生态发展趋势报告》。报告指出，淘宝直播已经发展成为电商的新产业，随着商家、主播、消费者全方位拥抱淘宝直播，内外部发展条件逐步成熟，将推动淘宝直播持续爆发。

数据显示，2018年淘宝直播平台带货超过1000亿元，同比增速近400%，创造了一个全新的千亿级增量市场。经过3年的积淀，越来越多的行业被淘宝直播“改造”。

报告指出，随着越来越多的消费者通过淘宝直播达成购买，2018年加入淘宝直播的主播人数较此前一年劲增180%，月收入过百万元的主播超过100人。值得关注的是，淘宝直播尤其带动了女性、农民就业，还为各行各业创造了人人可参与的新就业模式。淘宝主播中女性占比超过八成，年龄跨度非常大，涵盖“60后”到“00后”，其中“90后”主播占比最高。城市分布上，来自二线城市的主播占比最高。

淘宝直播带来的巨大商机，让工厂、农村、市场中的优质线下资源，加速进入电商体系。数据显示，2018年淘宝直播的渗透率正在迅速提升，直播已经成为商家越来越重要的销货通路。

上图 淘宝主播王文娟在湖北省荆州市洪湖市青泥巴莲藕基地向网友直播，将优质农产品卖进城里。 杨 晶摄

本版编辑 王薇薇