

陕西打造千亿级特色产业 构建特色现代农业体系

□ 杜晓文 卜亮

陕西省立足区域资源禀赋和产业比较优势,以实现高质量发展为主线,以增加农民收入为核心,着力打造最具竞争优势和发展潜力的苹果、奶山羊、设施蔬菜等特色主导产业,扎实推进特色现代农业建设。

设施农业 做好“加减法” 快速上水平

在杨凌职业农民创业创新园,一种新研发的大跨度设施大棚,因为实现了四面采光,节省了传统大棚所必须的土壤和采光带用地,土地利用率高了一倍。走进棚内,甜瓜、南瓜、西红柿正茁壮生长,但土地却在休养生息。

杨凌职业农民创业创新园职业农民马新世:“你把这个营养枕拿起来,完全和土地隔离着呢。让土地在休养中进行农业生产,咱们生产不间断。”

马新世告诉记者,他们用的这种“营养枕”是按照农作物生长需求科学搭配的营养肥,经过高温发酵后没有病菌和虫卵,农药的使用量能减少三成,再

加上水肥一体化的精准施肥灌溉,肥料利用率提高了四成。

西北农林科技大学设施园艺学教授李建明说:“比方说番茄,农民传统种植方式的产量是2万斤,我们的产量可以达到3万斤。”

奶山羊产业 “全产业链”发展 规模迅速扩大

在宝鸡市陇县,一种从伺草种植、奶山羊养殖、机械化挤奶到乳品加工的“全产业链”发展模式,正推动着当地奶山羊产业快速扩规模、上档次。村民刘让存去年放弃了近20年的货运营生,安心在家养起了奶山羊。去年,他家养的100只羊,净挣了10万元。

宝鸡市陇县温水镇苟家寨村养殖户刘让存说:“把这个小羊养到到能挤奶的时间,往规模场一卖,政府补助200元一只羊。像新建羊舍,也给5万块钱补贴。”

据刘让存介绍,奶山羊一旦发展成规模养殖场,加工企业就会上门安装机械化清洁挤奶设备,卖鲜奶的效益会更高。

陇县永盛奶山羊养殖专业合作社负责

苹果产业 高标准生产 推动品质提升

有着30多年苹果种植历史的白水县,去年成功创建了全国绿色食品(苹果)标准化生产基地,这得益于当地政府发挥财政杠杆作用,撬动全县新建果园高标准建设。渭南市白水县新农田农业科技有限公司负责人焦锋说:“像新品种的苗木、还有扶直杆、防霉网、地布国家补贴一半,我们自己出一半。”

焦锋告诉记者,按照县上的要求,他这个果园和县上近几年新建的20万亩苹果园一样,整个生产过程都严格按照国家绿色、有机食品的标准进行管理。

左右 观点

不知何时,红火的网购市场上,悄然兴起“电商专供”的时髦货。在诸多电商平台,什么“线上特供”“网络专供”“电商定制”等广告贴纷纷占据醒目位置。而据报道,随着“6·18”年中促销日临近,各路商家亦是脚足了劲,在“专供”商品上做起文章。许多不明就里的买家,冲着其方便和价廉而加入抢购行列。

同样的品牌,同样的商品,“网上便宜很多”,电商们信誓旦旦,消费者与线下价格一比,也果然如此。于是,“网上东西便宜”便如新商业信条般口耳相传,蔚然流行。但也有精明买家,多了个心眼,拿“电商专供”与实体店货实物对比,很快就发现了猫腻。同品牌的卫生纸,网上购的较轻,且品质相异;同款服装,布料不尽相同;号称打折的羊毛衫,手感与保温、耐磨等就差许多……

而浙江宁波市场监管局与消委会从线上线下线购买了40组对比样品,委托专业机构检测。最终的结果也是,“电商专供”并非如人们所想像的那样同货同质。如同品牌同款电磁炉,外观、功能标示均一样,但网购商品拆开后却比线下少一些电器元件;网购的吸尘器吸口也比线下买的尺寸小……

总之,官方检验与民间的实物对比,都无情地揭露出一个不太为人所关注的事实:所谓的“电商专供”并非如广告吹的那样美妙,有的或缺斤短两,有的涉嫌偷工减料,有的甚而可能以次充好!诱人的“网上实惠”说穿了多是忽悠和套路,是鲜花虚掩着的“坑”。

“一分价钱一分货”,这是商品社会的行规。假如商家如广告之线上线下商品的差异,买家愿打愿挨,任谁也无法好说。但若商家故弄玄虚,以所谓“营销策划”编造出个噱头,诱买家上钩,那就不只有违商业伦理,也涉嫌消费欺诈,侵犯消费者权益,要受到消法与市场监管的惩处了。

如今,网购俨然已成我国新“四大发明”之一。据商务部日前发布的《中国电子商务报告2017》显示,去年我国电子商务的总交易额达29.16万亿元;全国网上零售额达7.18万亿,约占全球的50%。一国之网购就占到了全球市场的一半,这确实是件值得骄傲的事。而网购市场的勃兴,除了借助现代互联网技术之利外,政策环境的宽松与消费者的追捧无疑都居功至伟。对商家而言,理应珍惜这一新兴市场。

或正是窥到网购的巨大商机,各路商家纷纷出奇招,抢占电商市场。但综合观之,现今许多商家的“电商专供”实属阳招损招。轻了说,是抢快钱,只图眼前利润;重了说,则完全悖逆诚信原则。对自身的品牌形象,亦是一种无形伤害。长此以往,一旦“网上是劣等货”“专供就是专坑”的口碑形成,要想挽回就难了,这势必造成电商的利益整体受损。作为商家,不可不防。

给消费者挖坑的「电商专供」能走多远

聚焦

□ 况云儿 撰



6月13日,石泉水电厂组织全体职工进行“水淹厂房”应急演练,考验职工在面对突发状况时的应对能力,通过实战考察,实现了提高全员熟悉应急预案,提升基础业务水平及应急处置能力的目的。

新能源汽车补贴新规实施 续航150公里以下乘用车取消补贴

□ 王政

在经历了4个月的政策过渡期之后,2018年新能源汽车补贴政策从6月12日起正式实施。续航150公里以下的新能源乘用车将不再享受国家补贴。

除燃料电池汽车补贴标准不变外,过渡期间按照2016年新能源汽车财政补贴标准0.7倍申领补贴的新能源乘用车和新能源客车,0.4倍申领补贴的新能源货车和专用车,申领补贴都将按照全新标准执行。

2月12日,财政部、工信部、科技部和国家发展改革委共同发布《关于调整完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》,对2016年版补贴政策进行了大幅调整。补贴新政的重大变化主要体现在以下三个方面:一是进一步提高纯电动乘用车、非快充类纯电动客车、专用车动力电池系

统能量密度门槛要求,鼓励高性能动力电池应用。二是调整优化新能源乘用车补贴标准,合理降低新能源客车和新能源专用车补贴标准,燃料电池汽车补贴力度保持不变。三是为彻底杜绝骗补,对私人购买新能源乘用车、作业类专用车(含环卫车)、党政机关公务用车、民航机场场内车辆等申请财政补贴不作运营里程要求,其他类型新能源汽车申请财政补贴的运营里程要求调整为2万公里。车辆销售上牌后将按申请拨付一部分补贴资金,达到运营里程要求后全部拨付,补贴标准和技术要求按照车辆获得行驶证年度执行。

“新的补贴政策意图十分明确,就是要引导整车厂和动力电池厂商加快技术升级步伐,推动我国新能源汽车产业向前发展。”工信部有关负责人解释说,2016年补贴政策规

定,续航100公里以上的新能源乘用车可以享受到最少2万元国家财政补贴,而新标准明确规定,续航150公里以下的新能源乘用车将不再享受国家补贴。

补贴标准和技术门槛的提升,向行业发出了清晰的技术升级信号。据了解,国内主流新能源汽车企的主流纯电动乘用车,续航里程均迈入了300公里时代,其中,腾势500、即将上市的上汽荣威MARVEL X,最大续航里程都达到了500公里。国内主流动力电池厂商提供的电芯能量密度也提升很快。据悉,目前,宁德时代大批量供货的方壳电芯能量密度在190-210Wh/kg之间,今年年底将提升至210-230Wh/kg。而今年年底,比亚迪也将大规模量产220Wh/kg的方壳电芯。

政策 吹风

西安高铁新城综合开发扬帆起航

西安高铁新城是围绕西安北站打造的城市新区,同时也是西安最重要的城市窗口。随着国家“一带一路”倡议的实施,以及西安主城区北拓、西咸一体化进程的深入推进,高铁新城已成为西安市未来发展潜力最大的重点区域,吸引了新闻媒体和社会各界的关注。6月14日,由陕西省网信办组织发起的“让世界倾听陕西声音”主题采访活动走进高铁新城,对其巨大的发展潜力给与关注和报道。

高铁新城北临渭河、东至西铜高速、南起北三环、西到机场高速,总面积大约19.4平方公里,其中核心区域面积3.2平方公里。在产业布局方面,围绕高铁经济和滨河经济两个片区优势,发展居住配套、公共设施配套以及滨水休闲娱乐、滨河产业开发、特色文创小镇等六大板块,达到“以站建城、以住构城、以益启城、以娱乐城、以业兴城、以文营城”的效果和目标。在交通网络方面,高铁交通网络是围绕西安北站来打造的。在轨道交通网络方面:共

规划5条地铁线,是全国规划地铁线路最多的高铁站。目前,地铁2号线已运营,4号线、城际铁路机场线正在加紧建设中,将于2018年年底通车运营,14号线已经开建,19号、22号线正在规划。高速路网方面:已经与绕城高速、西铜高速、机场高速实现了便捷联系。市政路网方面:主干道路已建成了14条,形成了“回”字形的市政路网。最终,该区会通过高铁、地铁、市政路网、长途客运枢纽、公交枢纽、出租车场、大型复合式公共停车场等多种交通设施的无缝对接,使各种交通方式之间实现“零换乘”。在生态环境方面:高铁新城借助渭河的自然资源优势,通过“增绿”“引水”“通风”三大方面建设提升整个区域的生态品质。在配套设施方面:高铁新城辖区内的水、电、气、暖这些基础设施已经随着道路建设同步实施到位;变电站、公园、供热中心以及1所小学和2所公办幼儿园已建成投用,医疗、教育等公共服务设施正在按计划加紧建设。

□ 文锋

延安7处矿井被责令停建停产

延安市责令停建停产矿井7处,榆林市发出重大隐患“提醒函”,省交通厅从源头加强危化品运输车辆监管……今年3月7日,省政府召开安全生产电视电话会议,对全省道路交通、煤矿、危险化学品三大领域安全生产攻坚行动进行了安排部署。目前,全省“三项攻坚行动”进入关键期,各地市和省安委会成员单位认真贯彻落实任务,成效显著。

在煤矿安全攻坚行动中,延安市全面实行专家排查隐患,8个专家

排查组先后排查矿井18处,发现一般隐患368条,已整改268条,重大隐患6条,已整改5条,责令停建停产矿井7处,执法处罚612.06万元。加大隐患惩处力度。采取一矿一档、一矿一策的方式,重点整治油煤气共生区管理、油型气治理、应急救援等方面存在的安全隐患;对一处新建煤矿存在的四条重大安全隐患,实施挂牌督办,联合铜川煤监局罚款268万元,并在市级门户网站曝光。

□ 张维

不断的烧钱和融资:共享单车将走向何方

□ 张晓莉 张羽

共享单车这门生意被“骑”到哪?从美团并购摩拜到近期ofo“黄了”的舆论风波,再到滴滴“复活”小蓝车,哈罗单车不断融资前进,共享单车的创业故事即将走向终点。

但回顾此前两年的行业发展历程,围绕共享单车的话题是不断的烧钱和融资。如股市一般,“散户”纷纷倒闭、退场,留下一地废品。主力们不断注资、划分势力范围,引导着行业走向。在整个资本漩涡中,新经济、新行业和创业明星们无一幸免。看着眼前共享单车这个年轻“生意”,我们不禁疑问,它将走到哪里?

A 想说“赚钱”不容易

共享单车是一桩“好生意”吗?到目前看来,答案不尽如人意。

两年前,共享单车正式“上路”,在带起一批创业公司的同时也将所谓的“共享经济”带进大众视野。套上“共享”二字就好像走上风口,一时间似乎什么东西都能被共享了。不少人也质疑,这真的是一种“共享经济”吗?

通常意义上的共享经济指转移物品暂时使用权以获得一定报酬的经济模式,目的在于整合并利用闲置资源,过程中出现的第三方企业充当中介平台。以目前各共享单车企业将自行车划归为企业动产的模式,相比共享经济,本质更像一种租车服务,有关部门的规范文件中也多次出现“互联网租赁自行车”的命名。

从盈利模式上,共享单车行业也仍然没有找到持续、稳定

的途径。在明确租车服务的本质后,共享单车企业的主要收入来源可以确定为“租金”,也就是单次骑行产生的费用。而自行车、电子锁等硬件均是企业资产,大批的车辆投放和运营维护使得成本居高不下,寻求多渠道收入是必然选择。

首先自然是广告。第一类是自行车车身、APP开屏等位置的广告招商。其投放逻辑在于共享单车每天上千万次的打开、使用频率带来的传播效应。但因部分城市明令禁止车辆设置商业广告而举步维艰。如去年9月,在北京市出台的《北京市鼓励规范发展共享自行车的指导意见(试行)》中就明确提到这一点。第二类广告投放可能在于骑行路线中的定位商家推荐,比如根据出行积累下的数据为用户推荐周边餐饮、购物等服务,这一点在ofo官网上也有所体现,基于LBS投放实现“引流到店”,官网定价为“1000元起投”。

另一种途径是通过与景区、园区等封闭环境合作进行单车投放。哈罗单车相关负责人表示,目前已在200多个景区实现合作投放。“景区业务目前是哈罗单车实现盈利的重要业务之一,也一直是企业深入布局的重要细分市场,在深化产品垂直竞争力上起到了十分重要的作用。”在景区的选择上,只要场地适合骑行游玩,均在其景区业务的合作范畴内。同时负责人还表示,“会与各地景区采取‘共赢单车’模式,景区也参与盈利分成。目前景区业务已实现盈利。”

B 终究是资本的游戏

共享单车是一桩“好生意”吗?对互联网巨头们来说,或许值得考虑。

回顾此前的两年,理想中的共享单车行业发展应该是这样的:通过前期不计成本的投放、宣传和发放补贴,增加用户对这一出行方式的认知以抢占市场份额,“活到最后”的企业合并成为寡头实现盈利。类似的“戏码”也上演过很多次,只不过这次,投资人未能如愿。

“彩虹大战”中陆续倒下的共享单车创业者是行业发展的第一批牺牲者,原因无非是融资不到位、资金链断裂,被迫退出。ofo与摩拜是暂时的胜利者,因为运营时间够长、背后资本支持足够充足。即便被传多次,但最终双方并未合并,行业竞争远未结束。

今年4月,摩拜被美团全资并购,二者将在出行与消费场景形成联动,但“出售价”相比过去最高估值已大大缩水。另一边,近期ofo遭遇轮番“舆论轰炸”,先是被曝大批裁员,后有媒体称其押金余额不足。虽已公关澄清,但处境确实艰难。

今年3月,ofo通过动产抵押获得来自阿里系旗下公司近18亿借款。根据国家企业信用信息公示系统显示,在此次交易中,ofo通过上海奥佛合盛网络科技有限公司将位于北京、上海、广州、深圳四个城市共计约444.76万辆共享自行车抵押给上海云鑫创业投资公司,债权数额5亿元。随后又将浮动数量的共享自行车抵押给浙江天猫技术有限公司,两次动产抵押登记中被担保债权数额合计17.66亿元。其中,第一笔交易的债务期限为今年6月7日,如未能如约履行债务行为,阿里或将获得ofo在北上广深四地超过440万辆的共享自行车资产。

以上两家创业公司的背后,分别站着腾讯、美团与阿里系,共享单车行业的走向也早

已是巨头和资本的力量角逐。此外,与今年年初“复活”的小蓝单车披上了滴滴的标识,并在各地铁站开始了扫码骑行的推广活动,并雇有兼职者进行宣传。当被问起共享单车的选择时,不少正在扫码开锁的“小蓝车”用户表示,“就骑一段路,有什么车就扫什么吧,而且现在也不用专门下APP,微信就能搞定了,很方便”。

在丰富平台生态和支付工具使用上,互联网巨头们从不吝啬资本。

C 免押金和市场下沉是必然

共享单车是一桩“好生意”吗?可能是,但入场券不多了。

此前,押金的“难退还”和“被挪用”让共享单车走进了“免押金”时代。无论是从二三线城市布局并向一线城市尝试“进攻”的哈罗,还是在近期大力进行线下地推的滴滴小蓝车,都以免押金骑行作为宣传重点。头部企业摩拜与ofo也有尝试,但过程并不顺利。

去年3月,ofo与芝麻信用合作尝试免押金骑行,据其官网透露,实行一年间累计免押金近3000万人,节省押金超40亿。但自6月起,ofo取消包括武汉、石家庄、长沙等25个城市的免押金计划。目前仅有上海、杭州、广州、深圳和厦门继续采用信用免押金模式。而摩拜单车在近期宣布,免押金将从最初5月开始的合肥、杭州等城市,扩大至扬州、绍兴等百座城市,二三线城市成为核心。值得一提的是,去年11月,摩拜就曾尝试与腾讯信用分合作,在信用分达到一定额度后用户可免押金骑行,但因腾讯信用分功能的下线,这项



计划也随之暂停。

免押金已是大势所趋,而资本面对即将饱和的共享单车市场,想进入也是有心无力。被阿里重点扶持、日骑行订单量翻倍,哈罗的“追击”被业内人士看做战略上的成功。避开一线市场的投放竞争,从二三线开始布局,哈罗方面表示,三四线城市也将是未来渗透选择,“在北上广深等一线城市我们也有所布局,像深圳开始实行动态监管,对共享单车企业打分来达到优胜劣汰,这个将是来自一线市场的机会”。

除了免押金与二三线城市下沉,各地共享单车市场也已经接近饱和,“废旧车辆”遭到清退,同时新的投放资格也越来越难获得。如杭州今年开始对共享单车实行总量控制,计划由77万辆减少至50万辆。此外,摩拜与ofo也在近期于深圳分别回收了4万与5.3辆废旧车辆,共享单车市场容量已经“触顶”。

“单车们”在跑着,跑不动了就如那些废旧车辆被清退出场,而跑得快的看到终点了吗?

商海 观潮