

我国已获批准的城市轨道交通项目总里程达 1700 公里,总投资逾 6000 亿元,逼近 3 个三峡工程的总投资

四问地铁建设大提速

本报记者 陆娅楠

继国务院推出 4 万亿元拉动内需方案后,31 个省市自治区的投资计划相继出炉,投资计划总额近 18 万亿元,交通基础设施成为重点。这其中,北京、广州、武汉、长沙等众多城市的轨道交通规划引人注目,已获批准的项目总里程达 1700 公里,总投资逾 6000 亿元,逼近 3 个三峡工程的总投资。

城市轨道交通包括地铁和轻轨,具有大容量、高效率、低污染、集约化的特点。无论是建设速度,还是建设规模,目前我国轨道交通发展正经历一个前所未有的发展期,中国已经成为世界上最大的城市轨道交通建设市场。

市场究竟有多大? 40 余座城市的万亿盛筵

实际上,地铁建设的“大蛋糕”远远超过了 6000 亿元。以北京为例,北京市交通委日前宣布,未来两年内将投资 900 亿元建设 100 公里的轨道交通,使北京的轨道交通里程达到 300 公里。预计到 2015 年,北京市轨道交通运营里程将达到 561 公里,轨道运输比重会占到公共交通运输总量的 50%以上。受征地拆迁的影响,地铁建设越晚,成本越高,这就意味着 2010 年—2015 年间新增的 260 多公里的运营里程,至少需要再增加投资 2000 亿元。

将中长期运营里程“瞄准”了 500 公里的远不止北京。上海市日前表示,到 2012 年轨道里程将超过 500 公里,建设总投资逾 1500 亿元;广州也计划 2020 年通车里程要达 500 公里……以此估算,类似的特大型城市的地铁建设总投资都将超过千亿元。

一些中西部城市的地铁项目也是如火如荼。武汉轨道交通线网规划显示,政府将斥资 3000 亿元修建 530 公里的轨道交通网络,其中 70 公里力争于 2012 年建成;重庆则宣布斥资 455 亿元投资轨道交通建设,力争到 2012 年通车里程将达 116 公里。

今年 10 月 26 日,当英超劲旅切尔西队以 0:1 告负,4 年来首尝主场败绩时,作为其赞助商的三星电子却成了当天最大的赢家。球场边每隔十几秒钟就出现一次的品牌广告,让当天到场的 4.1 万多名球迷记忆深刻。

市场调查显示,今年 10 月的第二周,在取得法国和俄罗斯市场占有率第一之后,三星手机在英国这个欧洲最大的手机市场上的占有率已达到了 27.8%,超过诺基亚成为该周第一。业界评论,三星电子能在欧洲市场快速发展壮大,得益于其适时推出符合市场需求的多种系列产品,还针对当地特点利用赞助英超劲旅切尔西展开了有效的体育营销。

体育营销正以其特有的公益性、互动性和成本效益优势成为消费者和商家共同青睐的品牌传播方式。利用体育营销,实现体育文化、品牌形象、企业文化三者的融合,更容易引起消费者与企业的共鸣。美国的一项调查显示,64%的消费者更愿意购买体育赞助厂商的产品;同样的资金投入为体育赞助企业带来的回报是常规广告的 3 倍。

三星将体育赞助视为一种重要的沟通手段,其体育赞助始于 1997 年的长野冬奥会,目前已赞助和支持了奥运会、亚运会等世界级体育赛事,体育运动帮助三星在主要国际市场上迅速提升品牌认知度。切尔西队在英超赛场上被称作“蓝军”,三星的广告标识颜色恰好也是蓝色,当切尔西球员在全世界 9000 万球迷的注视下身穿带有三星标志的队服上场,两种蓝色巧妙地结合在一起,大大提高了三星的品牌价值。

通过切尔西的赞助,三星电子在欧洲市场上的销售增长令人瞩目。2007 年,三星手机在欧洲市场的销售量达 3400 万部,比 2004 年提高了两倍以上,以 17.8% 的市场占有率居欧洲第二;LCD 电视也增长到近 600 万台,以 22.5% 的市场占有率稳居欧洲第一。三星电子欧洲总部有关负责人说,通过体育营销,三星品牌知名度在 2007 年已上升到 48.2%,在欧洲地区实现销售额 235 亿美元,两年间提高了 38.2%。

此外,郑州、宁波、东莞等 30 多个城市也在不遗余力地争抢地铁建设的“入场券”。

如果将运营的、在建的、已获批以及正筹建的项目汇总,今后我国 40 余座城市的轨道线路规模将超过 3400 公里,投资总额将超万亿。“我国城市轨道交通建设已进入快速发展时期。”国务院发展研究中心副主任刘世锦表示。

加快建设有多好? 缓解拥堵、节能环保,使城市更宜居

“现在是加快建设轨道交通的最佳时机。”中国城市规划设计研究院城市交通研究所所长赵杰表示,目前城市拥堵已经成为各大城市的“心头之痛”,其中最重要的原因就是小汽车保有量不断攀升,而公共交通设施改造慢,服务水平低。不断扩大路面,加宽桥梁的建设方式,又引导公众从公交车分流到私家车,造成能源浪费,加剧拥堵。“要解决城市交通问题,必须依靠一种比私家车具有明显竞争优势的公共交通方式。只有轨道交通在时间效益、能源效益上明显占优。”

北京市增资 7000 万元增建的地铁 5 号线天通苑站,使该地区拥堵程度大大下降,成为缓解城市交通拥挤的一个有说服力的范例。尽管如此,北京的轨道交通网络仍不发达。目前,总人口超过 1700 万的北京,轨道交通运营里程为 200 公里,仅占全市公共交通出行比例的 25%。而人口为 1000 万的巴黎拥有 1000 公里城铁,轨道交通占公共交通运输总量的 80%以上。伦敦、纽约、首尔等世界特大城市的这一比例都在 70%以上,东京则高达 90%。

“修地铁不是为修而修,而是我们的城市太需要轨道交通了。最理想的轨道交通布局是 300 米以内,或步行 5 分钟就能找到站口,目前看来,我国地铁的密度太低了。”中国铁道科学研究院首席专家钱立新表示。据介绍,地铁线

路长度居全国亚军,北京,二环以内的轨道线网密度仅为 1.08,而巴黎市中心区线网密度已经是 3.76,纽约和伦敦的市中心线网密度是 3.46。

另外,交通是三大耗能领域中,上升势头最快的。“要解决城市空气污染问题,就必须减少汽车尾气排放,轨道交通是不可替代的最有效途径。”钱立新说。

此外,地铁可以使大量资源向站口聚集,带动周边商业和居住环境的升级改造,对优化城市空间结构,引导土地合理利用,带动城市综合发展具有积极作用。“现在正是城市布局调整最频繁的时期,是中国城镇化最密集的 10 年,修建轨道交通是实现城市合理布局最有效的工具,应当成为中国走新型城市化道路的重要战略举措。”赵杰表示,轨道交通最能体现以人为本,使城市更适合人居住。

拉动作用有多强? 1 亿元将拉动 2 亿至 2.6 亿元相关产业

在目前的经济环境下,轨道交通建设的拉动作用备受关注。据中国铁建第十四集团公司北京地铁黄庄站的项目经理谢晋水介绍,包括设备成本,地铁的线下工程平均每公里造价约 6 亿元,需要消耗大量的水泥、钢筋、石材等建筑材料。“两个半黄庄车站的用钢量就相当于整个国家体育场‘鸟巢’的用钢量,而且这还不包括钢轨和车辆的钢材消耗,”谢晋水说,“所以说地铁工程是拉动内需的发动机。”

地铁建设对汽车装备制造业的带动作用更大。北车集团长春轨道客车厂是我国最早进入地铁列车制造领域的企业,目前我国城市轨道交通车辆市场占有率第一。北车集团轨道客车事业部负责

人介绍,到 2010 年我国城市轨道数量将达到 55 条、1500 公里,配属车辆逾 6000 辆,以目前平均每辆车 600 万元左右计算,车辆投资将达到 360 亿元。如果采购的是技术含量更高的无人驾驶城轨车辆,车价约为 1200 万元,拉动作用更大。

“依托这个市场需求,在国家要求城轨交通设备国产化率不低于 70%产业化政策的引导下,我国轨道交通装备制造行业的生产能力和技术水平都将有极大的飞跃,”该负责人说。据欧洲铁路工业协会预测,2006 年至 2015 年间,国际市场的城轨整车需求以 3.3% 的速度递增,年需求为 500 亿至 600 亿欧元。“以中国地铁建设为竞技场舞台,我国轨道交通装备企业完全有能力‘借势出海’打入海外高端市场。”

研究统计,轨道交通每投入 1 亿元将可以拉动 2 亿—2.6 亿元相关产业的发展,装备制造、工程基建、钢铁、水泥等产业链的重要环节都获得丰厚的订单,还将创造施工、制造等千余个就业岗位。“加大财政投入发展轨道交通,对稳定经济发展有直接作用。”刘世锦说。

此外,乘坐地铁还将节省百姓日常开支,有利于促进消费。以汽车为主的出行方式,交通费占人均月消费的 10%—15%,而以公交出行为主的方式,交通费仅占月支出的 5%,随着能源成本的提升,这部分差距还将扩大。

难点担心有多少? 前期规划最重要,资金引导是关键

针对日前发生的杭州地铁塌陷事故,专家们普遍表示,安全生产重在责

任意识和规范落实,修建技术并不存在瓶颈。在目前这样的大规模地铁建设期中,科学规划和资金引导更值得关注。

“科学规划非常重要,地铁一定要与路面交通实现‘零换乘’,而且必须为城市发展留出余地。”钱立新说,“现在很多地铁站刚建成就不能满足客流,站内站外都拥挤不堪,容易产生安全隐患。”据介绍,地铁站点的规划也需要科学布局,最好能覆盖周边 40% 的居住人口和 50% 的就业人口,这样才有利于发挥轨道交通的聚集效应。

地铁建设融资也成为业内关注的焦点。作为政府提供的基本公共服务产品,城市轨道交通存在着投资巨大、运营成本高、经济效益差等特点。目前我国大部分城市的轨道交通建设采用世界上通行的政府主导的负债融资方式。

显然,这种单一融资的方式,已经难以适应当前大规模建设轨道交通的发展态势。前些年,北京西直门、动物园等大型客运枢纽都曾引入社会资金,但由于模式不健全,导致公共交通枢纽的公益性让位于投资人的利益,“零换乘”枢纽便成了商业地产项目,至今乘客换乘仍需耗时近 15 分钟。可喜的是,在近年来的发展中,轨道交通设施领域投融资体制改革已经拉开了创新大幕。例如,2006 年,北京地铁 4 号线在国内轨道交通领域首次实行了特许经营方式,这不仅大大缓解了政府当期建设资金压力,降低了政府运营期财政补贴,而且有利于在轨道交通行业引入竞争机制,提供更好的服务。

赵杰表示,目前很多城市的公交优先计划仍停留在文件上,建议中央考虑每年拿出 10% 的引导资金来促进落实。“如何发挥政府投资在地铁建设中四两拨千斤的引导作用,合理引入和监管社会资本,已成为考验地方政府管理水平的重大课题。”

当三星邂逅体育



来自“全球时尚管理”专业 EMBA 的 50 名师生日前齐聚梁子·天意深圳旗舰店,研究以中国非物质文化遗产、丝绸中的大熊猫——蓑绸为面料的中国服装及其设计理念。该项目由法国时装学院、美国纽约时装学院与香港理工大学三校合办,是目前世界上唯一的时尚领域 EMBA。这也是该项目首次将中国服装品牌纳入教程,标志着中国服装产业在设计环节有了新的提升。

邢莉莉摄

家电业三、四级市场潜力大

本报记者 朱剑红

由国家统计局中国经济景气监测中心首次发布的 2008 中国家电行业(中怡康)景气监测报告认为,在严峻的国际和国内经济形势下,我国家电业也从超高速增长转向低速增长,未来 2—3 年,我国家电业将遭到巨大冲击。由该中心和北京中怡康时代市场研究有限公司联合发布的中国家电市场分级报告也显示,虽然我国一、二级市场家电拥有率接近饱和状态,但三、四级市场的家电产品普及率相对较低,存在巨大的发展潜力。家电企业应该加大对市场精耕细作的力度,将市场拓展重心逐步下移。

市场有了新分级标准

记者在采访中了解到,在中国家

电行业日趋成熟的时候,迫切需要一个统一的市场划分标准。此次联合课题组,制定了中国家电市场新的分级标准,并对各级市场的不同特征进行了细致的分析和研究。

根据这项研究,我国家电市场分为四级,各级市场行政区划数量呈金字塔分布,不同层级市场经济发展水平差异巨大。一级市场包含 23 个行政区划,由直辖市和经济发展水平较高的省会城市、地级市市辖区构成;二级市场有 136 个行政区划,以地级市市辖区为主;三级市场有 510 个行政区划,以中等发展水平的县级市和县为主;四级市场有 1549 个行政区划,由经济相对不发达的县级市和县组成。

由于各级市场间城镇居民收入差距不断拉大,其消费特征也存在显著

差异。2006 年与 2004 年相比,四级市场的收入总水平和增长速度均只有一级市场的 50% 左右。一、二级市场人口老龄化程度较高,“银发市场”潜力巨大。一、二级市场人均消费能力远高于三、四级市场,在该市场的成败将决定一个品牌的档次和在全国市场所处的地位,市场竞争也最为激烈。

四级市场冰火两重天

从家电消费情况看,一、二级市场家电拥有率接近饱和状态,未来市场需求更多源于更新换代和人口规模的机械性增长。三、四级市场家电产品普及率相对较低,存在巨大发展潜力。

从家电产品的百户拥有量来看,一至四级市场依次递减。如空调在一

级市场的百户拥有量高达 137 台,二级市场为 82 台,三级市场为 65 台,四级市场仅为 42 台。IT 数码类产品百户拥有量以及信息化程度方面,各级市场同样呈依次递减的分布特征。一、二级市场家电产品消费档次明显高于三、四级市场。以彩电为例,以液晶、等离子电视为代表的平板电视已占一、二级市场彩电需求总量的半壁江山;而三、四级市场,CRT 电视凭借其成本优势以及自身技术的不断改进,仍分别占据 64%、85% 的零售量份额。这一特点在洗衣机市场的表现也极为突出。目前一、二级洗衣机市场中,滚筒洗衣机正迅猛发展,尤其在一级市场,其零售额份额已高达 40%;而在四级市场,消费者对价格更敏感,价位偏低的双缸洗衣机还有较大生存空间,其数量份额高达 48%。

从品牌情况看,国内家电品牌以成本和渠道优势在三、四级市场处于垄断地位,国际品牌以技术和品牌为依托,借助全国性家电连锁渠道在一、二级市场展开攻势。

各抒己见

经济这东西颇像跷跷板,这头下来,那头一定会上去。比如,经济过热了,煤电油运等基础产业一定会紧张。而经济景气指数下滑,煤电油运等就会宽松,甚至供大于求。纵观经济发展史,“跷跷板”是常态,而“平衡木”只能是理想。不仅中国,世界各经济体在发展过程中,无不是踩着这样的“跷跷板”忽上忽下。

前一段,煤电油运全线紧张,煤价和油价同时攀升,电力也出现紧张。于是,节能降耗的号召似乎被更多的人所接受,建立节约型社会的理念似乎得到普及。但是,我还清楚记得,前一轮经济偏冷时期,煤矿要玩命讨好电厂,而电厂则千方百计鼓励用户多用电。那时候电力专家最爱比较的就是我们和美国的人均用电量差距,以此来号召大家多用电。后来一些地方被纷纷叫停的高能耗项目以及后来为了节电而纷纷关停的城市“明亮工程”,都是那时候鼓励电力消费的产物。

由此想到今天,当拉动内需又成为当今经济生活中的主旋律时,我们会不会又面临着与前一周期相同的境况?当各个方面都在号召大家消费时,再讲节约、讲节能似乎有点不合时宜。产品本来就卖不掉,你还在那里说“新三年旧三年”,电本来就富裕,你还号召大家少用电,这不是添乱吗?

的确,从需求拉动经济的理论看,过热了适当抑制消费,过冷了鼓励消费没有错。但是,任何一件产品,哪怕是一张纸,生产它都要消耗资源,而地球的资源终归有限。所以,既然我们已经认识到资源环境的承载能力不是无限的,我们就应该有新的智慧来看待消费,用新的对策来鼓励消费。

比如煤炭,一方面是不可再生的资源,一定要节约使用。但另一方面,它又关系着煤炭产业数百万人的生计和饭碗,大家都不消费它,这数百万人的生计就有问题。其它产品也一样,如果大家都一双袜子新三年旧三年,缝缝补补又三年,那么大量林场就会倒闭。所以,从经济发展的层面讲,消费的意义大于节俭,因为客观上正是你的消费行为养活了别人。

但是,承认消费的好处并不能排斥节约,因为消费不等于浪费,靠浪费换来的增长无异于饮鸩止渴。道理很简单,煤炭过剩,我们自然要想办法给煤炭出路,但这出路绝对不是鼓励电厂重新把降低的发电煤耗再升上去。这种行为虽然表面上给煤找到了出路,但带来的浪费对人类社会毫无益处。所以,扩大内需、刺激消费政策其实和节能降耗并不对立。

因此,我们强调扩大内需、鼓励消费一定是鼓励合理消费,而绝不是放任甚至纵容浪费。就国内现实而言,如何扩大八亿农民的消费是关键所在。因为他们的消费水平低,所以才有扩大的潜力。也只有农民的消费能力增强,中国的内需才能真正扩大。相反,如果一说到刺激消费,就只想到城市,甚至只把眼睛盯向富人,效果可能相当有限,而且还很可能导致资源浪费。

我国将推进区域经济立法

本报电 国家发改委副主任杜鹰在“全国发展改革系统地区经济工作会议暨区域合作座谈会”上提出,我国已具备推进区域经济立法的条件,要把推进区域经济立法作为今后工作的重点任务,以保障区域战略的权威性、规范性和连续性。(左 娅)

全国企业文化年会将举行

本报电 企业在当前经济形势下如何化解危机,树立信心?企业文化应当承担起怎样的重任?将于 12 月 21 日—22 日举行的“第七届全国企业文化年会”将就企业如何应对新经济形势进行深入交流,探寻新对策。由中国企业联合会、中国企业家协会主办的本届年会的主题为:加强企业道德建设,推进商业文明进程。(寇 非)

建材机械制造成套能力强

本报电 我国建材机械行业成套装备集成能力已达国际领先水平。中国建材机械工业协会近日公布的数据显示,2007 年行业规模以上企业实现工业总产值 223.28 亿元,利润 12.50 亿元。随着国有企业改制、重组以及民营企业发展壮大,基本形成以民营企业为主的行业多元化格局,目前民营企业比例达 56.97%。(田学文)

康佳 LED 产业布局提速

本报电 康佳与某 LED 蓝宝石衬底开发团队近日达成合作协议,推动康佳在 LED 最上游产业的布局,目前已进入中试阶段。康佳计划在未来 3—5 年内加速完善 LED 应用产业和蓝宝石衬底等 LED 上游产业,从而形成完整的 LED 产业链,年产值突破百亿元,将 LED 打造为第三个业务增长极。(徐 磊)

刺激消费并非容忍浪费

萧然