



出现在上海街头的共享充电宝。 柏可林 摄/东方IC

## 10天,5笔融资,3亿元资金注入 共享让充电宝“老树开新花”

本报记者 徐 潇

共享经济概念持续发酵,似乎一夜之间让“共享充电宝”出现在公众的视野之中。

10天,5笔融资,3亿元资金注入,红杉资本、IDG、金沙江创投等知名机构以及BAT悉数入场,在这个春暖花开时节,共享充电宝完美演绎了“互联网+”时代,在共享经济的加持下,电子产品也能“老树开新花”。

过去半年,手机充电站在一些大型商场、机场、火车站等区域开始出现,用户仅需扫码、注册、交纳押金之后,便可按时间计费使用充电宝。在共享经济火热的当下,历经了民宿、网约车、共享单车这一连串的风口后,资本市场又发现了“共享充电宝”这个新大陆。

事实上,共享充电的商业逻辑是,随着智能手机功能不断增加,有限的手机电池续航能力已不能满足日益增长的待机需要,充电宝顺理成章地成为高频应用。

据公开数据显示,2016年全年,智能手机出货量为14.8亿,预计到2021年,全球手机用户将达到55亿。而共享充电准入门槛低,线下布局容易,只要抓住“流量”和“刚需”,共享充电几乎是一桩可以看见盈利的生意。毕竟,每个智能手机持有者,理论上都是移动充电设备的潜在需求方。

谈起共享充电宝,一些投资人和厂商均表示,现代人已经离不开手机,随着智能手机功能的不断叠加,耗电速度愈来愈快,随时随地充电成为刚性需求,而同时,共享的理念已经拥有了广泛的用户基础。

资本的算盘也打得很明确。一般认为共享充电宝成本低,回本周短,损耗率低,资金见效快,以充电宝每小时租赁费1元起算,每个充电宝每天的租赁时间如果超过4小时,百元以下硬件成本在不到25天的时间内便可回本。

或许是因为戴上了“共享”光环,充电宝租赁市场投资资本纷至沓来。据不完全统计,目前在行业已有10多家创业公司入局,规模较大的包括“来电科技”、“街电科技”和“小电”等,还有电小云、云充吧、Hi电等公司。其中,来电科技获得SIG,红点中国领投的2000万美元A轮融资;街电宣布获得红级别别的A轮融资,IDG资本、欣旺达领投;小电科技获得腾讯、元璟资本等数千万元天使投资。

目前来看,共享充电宝产品主要分为实体充电宝和充电宝租赁柜,在押金和计费方式上各家企业有所不同。实体充电宝是扫码支付后即可使用,但不能带走,主要投放在咖啡厅、图书馆等;而租赁柜的充电宝可以带走,用完归还即可,主要投放在综合体、车站、医院等。

资本蜂拥而至,但质疑声也几乎一边倒,尤其是在关乎盈利前景的讨论:靠充电宝租赁能赚钱吗?随着电池技术的进步,未来还需要充电宝吗?

舆论也普遍质疑,把充电宝冠上共享的头衔,有把共享经济的概念用滥的嫌疑。尤其是就目前的应用场景和体验而言,共享充电的现实还很“骨感”。有调查显示,鉴于充电宝易于携带和成本较低,多数用户并不希望为充电还要装一堆App和交押金买单。

“充电是刚需,是高频次的,但盈利模式不打通,共享充电项目将很难维持下去。”有业内人士说,数亿元的投资却没有为共享充电宝找出一条快速的盈利之路。目前厂商基本都是希望通过低廉、方便的充电宝圈住大批用户,然后再想一个盈利模式出来。

而更让担忧的是,由于共享充电宝刚刚起步,发展前景并不明朗,整个行业面临着技术变革风险、产品替代性危险等问题。尤其是手机电池续航能力不断提升和无线充电技术的发展,移动充电本身市场前景不明。

## 历时13年青特打造一流桥壳产品

**本报讯** (记者杨明清)近日,青特集团又有一批桥壳产品从青岛发往德国。自2004年双方开始接洽到今天,青特一步一步改进提升最终获得世界顶级卡车制造商德国戴姆勒公司的认可。13年的合作交流,戴姆勒专家46次来青特进行现场指导培训,青特12次拜访戴姆勒进行项目沟通洽谈,召开多方电话会议161次,提出并解决各项生产、工艺、技术、质量等问题共1774项。今年1月23日,青特集团戴姆勒桥壳项目首批产品发货,标志着青特集团的产品达到了戴姆勒公司的要求。青特集团正式成为戴姆勒公司供应商。

为了达到对方的工艺设计要求,青特不仅完成DVP&R、包装发运规范、生产准备作业验证表、可视化看板类指导书等SQAP要求的新型文件,还编制了CP、PFMEA、工艺流程图、工艺布局图、检验单等指导书等常规的TS文件。为保证设备顺利交付,他们制定了设备厂家交流表、设备购置进度计划表、设备安装调试进度表等切实有效的进度计划对项目节点进行把控;先后与35个设备厂家进行了技术交流;试生产阶段,桥壳模具大修整、验证6次,桥壳料型更改28版,1774条问题被整改,终于达到了世界顶级卡车品牌的产品质量要求。

## 校地企三方联手学研结合育人才

**本报讯** “一到泉港,我们课题组就着手研究‘离子液体催化非食用植物油制备生物柴油’这个课题。技术攻关后,我们还将申请专利。”今年福州大学石化学院泉港校区迎来了首批入驻的博士、研究生团队,作为团队成员之一的博士生蔡东仁说。

成立于2014年2月的泉港校区由福州大学、泉州市泉港区政府和福建石化集团三方为加强人才培养,跟踪研究石化产业发展的前沿技术而合作创办的。采用“2+2”教育模式,实行校地企三方联手搭建石化高校平台的联合办学培养模式。本科生前两年在福州大学旗山校区接受基础课学习,后两年在泉港校区完成学业。学院依山傍水,环境优美,硬件设施齐全,安静舒适的环境营造了静心学习和科研的氛围。“现在鼓励石化龙头企业发展中下游产业链延伸,泉港地区打造石化产业集群,对人才的需求量增加,给学生们今后的就业提供了一个更大的平台和机遇。”该校负责人说。

(傅乔成 林弘毅 彭育平)

本报记者 吴雪君

海口石山镇施茶村,一排排火山石斛基地内,翠绿茂密的石斛迎风摇曳。

“海口地处火山岩地带,拥有得天独厚的地理位置和气候条件,土壤肥沃、富硒,产出的石斛营养价值高。目前,石斛的市场价约400元每斤,经济效益可观。”火山石斛基地给当地百姓带来了可观收入,也让该村党支部书记洪义乾喜笑颜开,“火山石斛的品质好,现在已经供不应求了,扩大种植面积是必须要走的路。”

然而让洪义乾感到担忧的是,石斛的种植面积一旦扩大,仅靠卖鲜条无法完全解决销路问题,必须延长石斛产业链,发展产品深加工,但海南农产品加工业薄弱,如何将这特色产业做大做强?

洪义乾的担忧不无缘由。经过近30年的发展,海南农产品已形成果蔬、水产、畜禽等为主导的农产品加工业格局,但加工品种单一,基本停留在粗加工上,缺乏精深加工产品、二次增值产品等。

“近两年在中国热带农业科学院加工所技术转让13项中,仅有1项是在海南转化投产的,其他都在广东、浙江等地转化,科研成果转化并走向市场,是农产品深加工,优化农产品产业结构的一个过程,这说明海南农产品加工确实不够理想。”中国热带农业科学院农产品加工研究所研究员、副所长李积华说。

### 农产品深加工滞后

“我们考察过,运用热科院的技术,提取石斛成分加工成护肤品后,市场价格能高出8倍左右。可加工生产一张面膜,需要多个环节和工序,而每道工序的完成用到机器又不同,一套面膜做下来需要的也不止一家工厂。”火山石斛产业链的构建和延长,让洪义乾看到希望,但海南寥寥无几的农产品加工企业让他感到十分无奈。

事实上,作为我国最大的“热带宝地”,海南生产优质的椰子、橡胶等热带农业经济作物。但相对应的农产品加工业却一直发展较为缓慢。在各大电商平台上,一些诸如初榨椰子油护发护肤精油、椰子水、乳胶床垫等“网红”产品,产地多标注为英

|  |                        |
|--|------------------------|
| 高 原  | 在整体家电市场微增的背景下,实现两位数高增长 |
| “在2016年中国家电市场整体微增的情况下,热水器产业却保持快速上升势头,实现了两位数的高幅增长。”4月18日,在北京举行的2017中国健康热水器行业高峰论坛上,发布数据显示,2016年我国热水器行业市场零售额达到749亿元,同比增长13.5%,远高于整体家电市场的增长水平。 | 市场新需求为热水器产业注入新动力       |

### 政策红利及消费升级助推市场

2016年,全球经济依然处于金融危机后的深度调整期。国内经济增长放缓,人口红利走向终结,产品普及接近顶峰,中国家电行业面临着持续的转型升级挑战。在这样的背景下,热水器为何实现如此好的业绩?

国家信息中心信息资源开发副主任蔡莹认为,2016年以来,虽然宏观经济下行压力仍然存在,但是房地产市场却出现了爆发式增长,从而带动了热水器市场的一路上扬。

奥维云网副总裁郭梅德认为,“煤改气”、“煤改电”等政策红利也对热水器市场的稳步增长和均衡发展起了很大的作用。

近几年,“煤改气”、“煤改电”政策相继在各地区落地开花。此外,随着新型城镇化、西气东输工程的不断深入,燃气热水器市场的发展空间将进一步扩大。同时,各地广泛关注的“煤改电”政策也有助于推动热泵热水器市场的进一步发展。

蔡莹认为,消费升级推动热水器产品结构进一步向高端化方向发展。国家信息中心数据显示,2016年中高端热水器产品销售比重持续上升。其中,2500元以上价格段电储水热水器销售占比从2015年的13.78%提升到了2016年的17%;2500元以上价格段



正在生长的石斛。 陈学伦 摄/东方IC

国、泰国等,选用海南原材料、通过海南企业加工走出去的热带作物产品鲜见踪影。

数据显示,从种植与加工对比来看,海南省农产品加工业总产值与农业总产值比仅为0.36:1,远低于全国平均水平的1.7:1。例如,海南胡椒产量占全国的97.7%,但多以提供颗粒为主,深加工滞后。

“2015年,海南省规模以上农产品加工企业数量在全国排名倒数第三;海南省农产品加工业经营性收入总额在全国排名倒数第三;海南农产品加工业总产值与农业总产值比远低于全国平均水平。”李积华坦言,依托资源优势,虽然海南省热带农产品加工业在近些年取得了一定成效,培育出了椰树、春光等一批实力较强的本土化加工企业,但整体来看,大多企业规模偏小,加工品种单一,依然停留在粗加工层面。

记者留意到,不仅种植业、渔业也是如此。目前,海南水产品加工企业有218家,但是加工产品品种单一,雷同性多,仅有罗非鱼、金枪鱼、虾等少数几种。据了解,目前海南水产品加工转化率仅为47%,发达地区为70%,差距很大,特别是海南捕捞的海鲜

|   |                        |
|---|------------------------|
| 电 商   | 在整体家电市场微增的背景下,实现两位数高增长 |
| 燃气热水器销售占比从2015年的42.05%提升到了2016年的48.49%;60升以上电热水器销售占比从43.33%提升到了47.74%;12升以上燃气热水器销售占比从46.10%提升到了62.65%。                            | 市场新需求为热水器产业注入新动力       |
| 蔡莹提醒热水器企业,虽然2016年热水器行业增势喜人,不过2017年一季度市场增幅开始趋缓。而且,近期各地区房地产限购政策的出台,将间接影响新增家电需求的放量。  |                        |
| 此外,热水器品牌市场竞争加剧,节能环保门槛提高,原材料价格持续波动,这些都考验着热水器企业驾驭与化解风险的能力。  |                        |
| 不过,许多与会企业代表认为,近期的房地产调控和原材料涨价未必是坏事,在一定程度上可以削弱部分中小企业的竞争力,有利于提升产品档次,借机将假冒伪劣产品淘汰出局,进一步加快行业洗牌速度,形成健康良性的行业发展大环境。对于热水器行业全年走势,业内人士多持乐观态度。 |                        |

### 电商销售高速增长

在热水器行业的销售渠道中,电商的高速增长为行业的整体发展提供了澎湃的动力。奥维云网数据显示,2017年第一季度热水器线上市场零售量规模达到225.3万台,同比增长39.8%,零售额为28.2亿元,增幅达到41.6%。

此外,京东家电公布的数据显示,2016年京东热水器整体增速达到了73%。13升以上燃气热水器逐步成为主流,占比超过40%。60升电热水器一枝独秀,占比近半。

在京东家电厨卫采购部总经理孙志涛看来,热水器在线上市场的增长还会继续保持,一方面是因为线上的产品结构在不断升级,另一方面,随着电商对三四级市场甚至农村市场下沉力度的加大,也会给热水器行业带来比较可观的增长。



5月1日,在浙江省长兴县的一家纺织企业,工人在经编整车间进行经编原料的上丝工作,加班加点赶制发往俄罗斯的床垫面料。据了解,今年以来,该企业借助“一带一路”倡议,产品远销东南亚、北美、南美、中东及北欧等地。  
新华社发 许旭摄

近两年,国内主要电商企业都加快了渠道下沉的步伐,数字化门店、物流仓储、一体化服务等不断完善,这将帮助热水器行业进一步拓展三四级市场和农村市场。

### 产业升级大幕开启

从整体来看,健康化、舒适化、智能化、艺术化已成为热水器产品的发展趋势。中怡康数据显示,近三年来13升及以上大出水量燃气热水器产品加速扩容,60升及以上的大容积电热水器产品持续放量,超薄机身、钻石切割等艺术化外观崭露头角。此外,随着远程控制、语音控制等模块功能的加入,热水器智能化产品不断渗透。

对此,中怡康品牌中心总经理左延鹄表示,我国居民消费层次正在不断提升,未来热水器产品的发展应该聚焦于用户体验的完善,根据区域环境、消费需求、使用场景等特点进行产品创新和服务的升级。

近年来我国经济快速发展,环境污染事件的频发,唤起了人们对于健康生活的渴望。与此同时,自来水在运输过程中受管道二次污染、社区二次供水等因素影响,含有大量的泥沙、铁锈、余氯、细菌、重金属等物质,而上一代热水器很容易产生水垢造成细菌滋生,给人们的身体健康带来极大的威胁。

随着消费者对健康洗浴体验的关注度不断提升,新一代“健康”类热水器消费需求迅速崛起。奥维云网数据显示,2016年“健康”类热水器零售额比重已经接近40%。在消费需求持续升级下,预计2017年“健康”类热水器将继续增长,市场份额将超过60%。

“用户洗浴诉求已经发生变化,健康舒适正在成为影响热水器市场的新风口。”中国家电网总编吕盛华表示,市场需求的变为热水器产品结构升级注入了全新的动力,市场的扩容也吸引了更多参与者,但随着市场增长放缓,行业淘汰赛将很快拉开序幕。

## 让书香伴随员工成长

在第22个世界读书日到来之际,洛阳供电公司营造书香伴随员工成长的氛围,组织开展了“我喜欢、我推荐、我需要”职工推荐图书、“春风十里,正好朗读”世界读书日及女职工“书香国网、和美家庭”主题活动。来自基层单位的职工围绕“家书传情”、“好书推荐”、“好书分享”讲述了自己的读书心得。活动期间,公司工会广泛征集职工的阅读喜好和意向,并根据职工意愿购买了一批图书供大家阅读。本屆读书日,企业共向职工赠书530册。

该公司员工谢梦思被评为河南省电力“双十佳女职工读书之星”。她把自己的知识转化为文字,用一篇篇论文和文学作品记录学习的体会。仅去年,她在国家核心期刊发表论文7篇,在各类报纸、网站发稿28篇。

该公司十分注重“职工书屋”建设,持续不断营造读书氛围。今年,公司被国网河南省电力公司授予“优秀职工书屋示范点”荣誉称号。下属的偃师市供电公司、孟津县供电公司、栾川县供电公司荣获“全国优秀职工书屋”荣誉称号。

(作建 石玉红 梁德军)

蔬产品及干果产品都很少。如即食式的高附加值小产品至今还是空白,影响了产品的外销。在省外,很多瓜果蔬菜和水产品被加工成零食,提高了产品档次。”夏勇开说。

走访中,记者在中国热带农业科学院香料饮料研究所产品展示厅内留意到,香草兰香水、香草兰酒、艾纳香面膜、艾纳香药膏、胡椒调味油、胡椒油树脂等新产品一字摆开,这些产品很多还是停留在实验室里或者自产阶段,还没有找到企业进行成果转化,正期待走出狭小的展示厅。

“这一系列的原因让感兴趣的企业望而却步。”夏勇开说。

### 如何将优势转化为成果

“所谓现代农业,一定是以加工业为重要引擎和动力的,石斛、沉香等南药是海南特色,做好深加工,打造功能性农产品就可以占据市场份额。”李积华认为,要改善目前热带农产品加工小而散的局面,政府要有清晰的规划,确定打造最海南特色、最适合加工的几大农产品,重点扶持,率先打出效应。

李积华表示,海南农产品加工是有优势的,包括旅游优势、资源特色优势、气候优势等。但要把这些优势转化为成果,海南农产品加工首先应与旅游市场充分结合,走一二三产业融合发展的道路。其次,还应走高值化发展道路,把功能特色发掘出来,做多元化功能特色产品。再次,还应加大政策开放力度,吸引岛外资本上岛创业。

“目前,城镇化、精准扶贫和全域旅游的政策利好,正是海南农产品加工品牌建立的最好时机。”夏勇开则认为,既然大品牌不好引进就培育海南自己的品牌,规划出海南本土的具有竞争力的农产品,既要有品质的优势,又要有适合于海南自然条件的耐性,更要具备规模化种植的先决条件,如此打造的品牌就具备了长足发展的根基。

此外,还应重视科技,重视人才。“从科研成果来看,目前热带农产品加工所需要的技术优势愈加明显,能让不少新技术从‘高阁’中走出,走入市场,为此,政府应重视科技,重视人才,增强对科研成果的认识,找准与市场相对应的科研成果和发展路子,不断培养既懂科技也懂市场的复合型人才,多方努力促进农业科技成果转化运用,加快科技兴农脚步,助力海南农产品加工发展。”夏勇开说。

## 搭建信息直通平台降低安全风险

**本报讯** 现已15点45分,维修106km270m至143km030m处区间及站内线路设备作业天窗点还有15分钟,及时组织作业人员下道。“远在350公里外的白旗工务段调度员王勇利用远程对讲联控系统,提醒多伦线路车间大骠子沟天窗维修作业组负责人天窗时间已临近结束。

集通铁路白旗工务段打造以作业过程控制、灾害预防预控、应急处置指挥、信息收集传递等多职能的“大数据”调度指挥直通信息平台。该段搭建了施工作业过程管控“天网”,落实了过程介入、动态防范管控措施,形成人防与技防互补,有效降低了施工作业安全风险。(谢子鹏)

## 全力以赴完成重载列车开行任务

**本报讯** 中铁十五局集团轨道交通运营公司HXD17138机车牵引的28016次两万吨重载列车日前从朔黄铁路神池南站开出,标志着中铁十五局集团奏响了“做大运输,强企富民”的集结号。

由中铁十五局集团担当7138机车主控任务。为完成开行任务,公司认真布置各项工作完成的节点、技术、检修部门在3月份完成对机车LTE无线联联同步控制系统的改造,加装CIR一体化电台设备,并进行了万吨编组试验。运用部门在机车平稳操纵、非正常行车办法、应急故障处理及看道跟车等业务方面对乘务员进行了专题培训。(赵作建 兴云 伟林)

## 把脉钢轨的“天眼巡捕”

**本报讯** 双眼随着电脑显示屏上蜘蛛网般的波形图不断移动,认真搜寻着伤损钢轨的蛛丝马迹。忙碌在电脑前的郭端是呼和工务段钢轨探伤车间回放员,每天,他都要和工友对探伤仪采集的波形图进行深入分析。他们的双眼被称为把脉钢轨的“天眼巡捕”。

核伤、裂纹、压溃……这些伤损在钢轨上只有几毫米,显示到波形图上位移量更是微乎其微,回放员们不能有丝毫马虎。集中整治期间施工频繁,每天200多公里的线路波形图,让6名回放员在电脑前一坐就是7.8个小时。仅2016年,他们就发现可疑波形33处,经复核确认11处,为铁路运输安全筑起一道坚实的防线。(唐哲 常乐)

## 打造“文体名片”增效促发展

**本报讯** 为迎接“五一国际劳动节”,中铁三局四公司以“提质增效、创新发展”为主题,日前在北京举办第三届职民工运动会。赛事分为群众性竞技项目和群众性娱乐项目,紧扣企业生产经营中心,强化“安全、质量、环保及职业健康”、“促进企业和谐共赢”等文化理念,与行业特色巧妙融合,突出比赛的趣味性、实用性和竞技性,体现了“勇于跨越、追求卓越、知行合一、永争第一”的企业精神。

公司将运动会作为深入开展群众性文体活动,打造自己的体育文化品牌,推动企业各项工作再迈上一个新台阶的一项举措。每两年举办一届的职民工运动会,已形成制度,成为企业的一个“文体名片”。(张晓昕)



第四届中国军民两用技术应用推进大会日前在北京举办。会议聚焦军民两用技术创新应用以及“军转民”和“民参军”产业发展,涉及新材料、电子信息、节能环保、电子电缆、航空等领域。 本报记者 孙喜保 摄