

# 70 城市布局 内陆港风行

## 通过有效的内陆港和海铁联运,可以将综合物流成本降低 30%左右

■ 本报记者 宋笛

随着丝绸之路经济带概念的提出,国内内陆港又迎来了新一波的建设热潮,根据数据显示,截至目前,我国约有 70 个城市的内陆港处于正在建设或规划的状态,仅在新疆就有 4 个地区设计筹建内陆港。

与以往不同的是,在这波建设大潮中,海港运营商的身影却频繁的出现。包括青岛港、宁波港在内的多家港口运营商纷纷布局内陆港,并意图内陆港延伸物流链条,实现从港口运营商向全程物流服务提供商的角色转变。

### 建设风潮 港口商多地布局内陆港

3 个月前,青岛港联合新疆联宇、中铁集装箱新疆乌鲁木齐分公司,计划用 5 年时间建设以新疆为中心,西联西安、郑州,东通哈萨克斯坦等中亚国家的“内陆枢纽港”。据青岛港相关人士介绍,除新疆以外,近年,青岛港已经在临沂、东营、郑州、西安、洛阳 5 个重点城市建立了内陆港,并投入使用。

而在此后,广州港也与郴州市人民政府湖南兴义物流有限公司、浩通国际货运代理有限公司签署了郴州内陆港建设战略合作框架协议,在郴州市开展了内陆港的建设。

从 2014 年年初至今,包括青岛港、广州港、宁波港在内的多家港口运营商都相继布点内陆港建设,而布点的背后,是国内内陆港建设迎来了一波风潮的行业背景。

据统计,目前国内约有 70 个城市的内陆港正处于建设或规划的状态。包括冠县、衡水、安平等多地的内陆港已经在近期投入使用。

在当前的内陆港建设风潮中,中西部地区成为重点地区。

据粗略统计,仅新疆计划筹建内陆港的地区就有 4 个,而在陕西、河南、湖南等多个省份,均有计划筹建内陆港的非省会城市。

内陆港分会会长杨明瑞也曾表示,“内陆港受到越来越多的关注,说明大家已经认识到了内陆港的重要性。”

### 多重推动 内陆港抱团前行

而与以往的内陆港建设不同的是,此次的内陆港建设更乐于“抱团而行”,而不是单打独斗。



一位 2008 年曾参与过内陆港规划的地方铁路局人士告诉记者,内陆港建设涉及多个部门、多个地区,如果没有政策特别推动,筹建内陆港只能说是举步维艰。

当时该位人士参与规划的内陆港,不仅难以与周边其他地区形成联动,而且也并不具备内陆港应有的报关、检验等功能,只能称得上一个物流平台。

青岛港相关人士告诉记者,目前青岛港参与建设的内陆港都由统一的港口运营商管理,形成了联动系统,同时这些内陆港也都具备报关、检验等功能,正常内陆港应有的功能。

宁波港、广州港等海港运营商也纷纷在自身港口辐射的经济区域内部署内陆港,实现港口—内陆港—内陆港之间的联动。

除此之外,地方已有的内陆港也开始自发抱团,在今年 5 月成立了内陆港分会,推动各成员之间的联动协调。

抱团后的内陆港逐渐发挥出了自身的优势,内陆港中的佼佼者西安国际内陆港在上半年港口吞吐量明显增长。西安铁路集装箱中心站累计实现集装箱运量 29.06 万标箱,西安综合保税区进出口贸易额同比增长 38%。

### 串联内陆港 港口商助力海铁联运

在《物流业中长期发展规划》中,多式联运作为重点工程被提出。而在

内陆港建设中,海铁联运则是不可回避的首要问题。

据数据显示,通过有效的内陆港和海铁联运,可以将该港的综合物流成本降低 30%左右,因此,在此次海港商参与的内陆港建设中,海铁联运依然被作为主要建设的物流渠道。

据青岛港相关人士介绍,为了推动各个内陆港之间的联动,青岛港在海铁联运方面投入了很大的精力,目前青岛港拥有的海铁联运线路达到 18 条,其中省内线路 10 条,省外线路 6 条,国境大列 2 条。

“铁路具备运输成本低,受外界因素影响较少的优势,因此,海铁联运是我们在与内陆港链接环节的首要选择。以新疆内陆港为例,从新疆到中亚四国,都是以铁路作为主要的物流通道。”青岛港人士向记者介绍。从 2009 年开始推动海铁联运的宁波港,也通过这一渠道迅速地提高了港口运能和货物集散效率。据数据显示,今年上半年宁波港“海铁联运”箱量完成 5.8 万标准箱,增速达到 17.4%,成为海铁联运南方第一大港。

“内陆港就像是一个个据点,而这些据点必须要通过海铁联运、公路运输进行连接,才能发挥真正的内陆港作用。”青岛港相关人士告诉记者。

### 延伸链条 转型全程物流服务商

在港口运营商布局内陆港的背后,是整体港口业进入微利时代的现

实,而这一布局也正是港口运营商试图转型为全程物流服务商的必行之路。

在 2013 年,受整体经济形势的影响和税收政策的改变,国内各港口的利润均出现了不同程度的下滑,虽然在 2014 年逐渐出现了一些回转,但行业的整体形势依然不容乐观。

而在整体行业受困的情况下,各个港口的物流板块收入却异军突起,增幅在综合业务中名列前茅。以青岛港为例,青岛港 2014 年上半年物流板块的利润增长达到了 20%以上,快于整个集团的利润增长。

“目前在青岛港内,物流板块所占的比重还不是很大,今年增值物流业务大概占总业务的 4%左右。但从长远考虑,转型为物流服务提供商是我们目前比较确定的一个战略,我们有个初步的想法,未来物流板块的增长速度每年要保持 20%以上”。青岛港相关人士向记者介绍。

宁波港集团总裁、宁波港股份有限公司董事长徐华江也曾表示,宁波港要“实现从运输港向商贸物流港的转型”。

要延长港口的物流链条,深度挖掘物流利润增长点,内陆港就是必不可少的一环。

“目前青岛港的主业依然是仓储、装卸,而通过内陆港和海铁联运等项目的建设,可以为青岛港每年吞吐的 4 亿吨货物提供全程物流的供应链,这也同时延伸了可供挖掘的利益链条。”青岛港相关人士告诉记者。

### 资讯

#### 太平洋电信 T3 级数据中心落户天津

日前,亚太区领先综合技术解决方案提供商亚太环通(Pacnet)宣布,其新数据中心落户天津,以满足京津冀地区对数据中心和托管服务不断增长的需求。数据中心坐落于中国天津市武清区京津科技创新园,由亚太环通在中国的合资公司太平洋电信(PBS)和天津市武清区政府共同开发。数据中心能够承载 2000 架机柜,为企业客户提供软件定义网络(SDN)功能,提供全方位的网络控制,使客户可以根据自身业务需求,自行随意提供带宽。亚太环通行政总裁 Carl Grivner 表示,数据中心将会进一步证明我们可以满足国际和本地企业对数据中心的需求。

#### 瑞士峰力全新儿童助听器 Sky 炫狮王上市

作为全球最大听力补偿解决方案的提供商,来自瑞士的峰力听力集团于 10 月 28 日在北京隆重召开了“炫丽绽放王者诞生——2014 峰力 Sky 炫狮王新品上市会”。峰力始终将“创新”和“专业”作为企业发展的核心价值。“14000 多种配色组合”、“电池耳钩安全防护”、“梦平台声音处理技术”是全新儿童助听产品的亮点,也是行业内的独特产品优势,尤其是峰力的“梦平台声音处理技术”,是孩子语言康复的最佳助手,让聆听与沟通变得更加顺畅。

#### 果壳电子智能圆表正式发布

10 月 28 日,中国智能可穿戴领域的领导者上海果壳电子有限公司(果壳电子)在北京举办发布会,正式发布了果壳智能圆表,这也是其 GEAK 品牌旗下的最新一款智能手表。果壳电子 CEO 顾晓斌表示,“在今天的智能可穿戴领域里,智能手表成为一个非常热门的分支。包括 MOTO、苹果、索尼、三星、LG 等国际性大厂都相继推出了智能手表。智能手表有望成为继智能手机以后,智能硬件行业的新亮点。”果壳智能圆表最大的亮点是首次采用完整的圆形屏幕。(郑晓龙)

#### 道达尔助 PSA 集团获评委会特别奖

日前,在法国标致雪铁龙集团(PSA 集团)举办的最佳供应商评选活动中,道达尔集团荣获评委会特别奖(Special Jury Prize),成为 18 家获奖供应商之一。此项奖励的颁发,充分肯定了双方长期稳定的合作关系。道达尔集团与 PSA 集团合作已逾 45 年,领域涵盖研发、售后及汽车比赛等诸多方面。多年以来,PSA 集团高标准的汽车研发需求,助推道达尔集团产品性能的提升,使其能够充分胜任众多高端汽车的原厂润滑油,尤其是法系车原厂润滑油。此外,PSA 集团还将具有优异润滑性能的道达尔润滑油用作其参加各大汽车比赛的赛车用油。而道达尔集团凭借创新领先的科学技术与质量过硬的润滑产品,也帮助 PSA 集团实现了产业优化。(欧赛)

#### 中电兴发突破反恐维稳作战模式

近日,北京中电兴发科技有限公司值中国国际社会公共安全产品博览会开展之际,在国际展览中心盛大召开“反恐处突·全智能实时预警与秒级响应解决方案发布会”。本次发布会在国家公安部、多省公安厅及地方公安局分管科信工作的相关领导,工信部、住建部的相关领导,轨道交通、运输等行业等高端客户、战略合作伙伴及 CCTV、BTV 等五十多家媒体等的共同见证下,中电兴发董事长兼总裁翟洪桂先生全球首发“全智能实时预警与秒级响应解决方案”。

#### “2014 中国国际面料设计大赛”圆满落幕

10 月 16 日,“2014 中国国际面料设计大赛·盛泽获奖产品颁奖仪式”(简称“颁奖仪式”)在“江苏(盛泽)首届纺织品博览会”(简称“盛泽纺博会”)上圆满落幕。经过数月的期盼,颁奖仪式颁出了 2014 年盛泽赛区的白金奖、金奖、银奖、铜奖及优秀奖。其中,吴江市鼎盛丝绸有限公司的“梦之花”和吴江汉通纺织有限公司的“筑梦”除了获得白金奖外,还分别在大赛总决赛中摘得“银奖”和“最佳纹样应用奖”,这足以见得盛泽企业在创新与研发上的显著提升,更是可见盛泽政府和企业家们所做出的努力和开拓创新。

#### 佳平医疗与金鹿航空推出医疗救援会员卡

近日,佳平医疗联合中国最大的医疗专机(“空中 ICU”)企业——金鹿航空救援发布国内首个全方位医疗救援会员卡产品——“致·臻卡”,把日常医疗和紧急救援服务有机结合起来。这是一次医疗行业内的服务新探索,为国内外商旅人士和家庭提供更全面的“一站式”高端定制医疗和救援服务。佳平医疗董事长王维铭先生、CEO 吴媛媛女士、金鹿航空救援董事长兼 CEO 路海宽先生、首席医疗官 Holt 医生在签约仪式上发言,双方均表示会推出更多实用和符合国人消费和生活习惯的健康保障产品。

#### Erioo 发布十五合一智能水杯

近日,睿讯科技在京发布 ocup 智能水杯。这是一场时尚与科技的盛宴,无线充电、手势感应、暖手功能、情感互动、茶颜功能等 15 项智能化功能与特点,在 ocup 身上均成为了现实。

“通过情感互动功能,ocup 还可以通过 app 与其他 ocup 进行互动,相互发送留言和图案,对方接收后就会在 ocup 上即时显示。而无线充电功能则可以让你将的水杯远离电池和充电线的烦恼。”睿讯科技 CEO 尹继圣介绍,“与此同时,ocup 还会针对不同的茶叶,自动调整和提醒冲泡时间。”

在创造一款真正的优秀的智能产品,给用户最好智能体验的同时,errioo 还希望通过自身的产品,倡导一种健康精致的办公室生活节奏。Occup 水杯还具有保温功能、饮水数据追踪功能、震动和灯光提醒、即时测量水温水量等多种效果。此款产品将于 11 月 26 日在京上进行预售。“京东非常重视智能领域的新发展与新产品,也一直在寻找一款出色的产品,ocup 有着强大的技术与精致的设计,在相关领域优势明显。京东有关人士表示。”(杨秀华)

# “去啊”面世 在线旅游上头条

■ 本报记者 彭涵

10 月 28 日,一场类似冰桶挑战的“造句盛宴”席卷了中国在线旅游业。始作俑者“去啊旅行”无疑是最大的受益者。

上午 9 点半,北京金茂万丽酒店三楼,阿里巴巴集团宣布将旗下航旅事业部升级为航旅事业群,“淘宝旅行”升级为全新独立品牌“去啊”——后者将启用全新的 VI 体系和独立域名。

阿里巴巴航旅事业群总经理李少华表示,去啊的目标是成为中国度假市场领导者。这似乎意味着阿里在一直“涉水不深”的旅游板块将加紧发力。

### “去啊”对战“去哪儿”

这引发了旅游行业的集体关注。其直观表现是,一众公司 PR 对“去哪儿不重要,重要的是去啊”的演绎——当李少华在发布会上描述这句话时,被认为是对另一在线旅游巨头“去哪儿”的公开挑战。

此后,24 小时之内至少有 100 家公司在网络上贴出自己的“造句体”

海报,所表达的意思只有一个:去啊或去哪儿都不重要,我的品牌才最重要。

更值得关注的是,去啊为什么选择嘲讽去哪儿——这包含了一个隐形的课题:在在线旅游业被以携程为主的“OTA”与去哪儿为代表的“搜索引擎”两大模式主导的背景下,去啊将选择怎样的发展路径。

劲旅咨询 CEO 魏长仁告诉《中国企业报》记者,去啊面临着两难的选择:如果保持平台本色不变,那么对产品资源的把控力可能就会不足——去哪儿已经证明了这一点;向 OTA 的方向倾斜则需要大量的资金投入,而这取决于阿里对去啊的整体支持力度。

这也许正是此前淘宝旅行一直声色平平的原因所在。据劲旅网统计的 2014 年 9 月国内旅游类 APP 运营商总下载量排名显示,淘宝旗下旅游产品应用均排在 15 名之后。发布会现场甚至有记者抛出了一个尖锐的观点:多家在线旅游公司对“去啊”面世不屑一顾。

李少华并不否认曾经淘宝旅行的劣势,但他同时强调了“去啊”诞生意味着一个新的开始。

然而,一些“去啊”在发布会上强调的产品并没有体现出多少新意:如“酒店后付”、旅游宝、机票套餐等。一位业内人士指出,这些款重点产品事实上在淘宝旅行时期就已经存在。

真正有想象力的地方,在于去啊与阿里系其他资源体系产生的协同效应——如旅游宝与蚂蚁金服、酒店后付与阿里巴巴刚刚入股的石基信息,都在商业模式上与去啊关系密切。

除此之外,阿里生态链中的其他与移动互联网及 O2O 相关的品牌,也有望在未来与去啊平台进行对接,如快的打车、一号专车和高德地图等。李少华认为,这将构成一个特殊的旅游生态圈,并在其他旅游行业巨头的控制之外运转。

### 阿里系的“大蛋糕”

旅游行业垂直媒体“环球旅讯”也为此组织了一场观察者讨论,并得出了有趣的观点。

其中,粤海(国际)酒店集团业务发展副总监魏正环指出,阿里旗下的百程是出境旅游服务商,穷游是出境旅游社区,阿兰是国际旅行数据处