

# 外高桥保税区将引入铁路线 洋山港铁水联运拟通“最后一公里” 上海铁路提升对接“一带一路”能级



## 财经分析

2015年集装箱多式联运亚洲展今日在沪闭幕。“铁老大”首次派出营销员,向参展商展示上海铁路局全新的中欧班列、中亚班列、铁水联运班列等对接“一带一路”产品。业内人士认为,铁路的主动出击,有望提升上海港集装箱吞吐中铁水联运的比例。上海铁路局副局长刘建堂透露,随着沪通铁路开工建设,外高桥保税区将首次引入铁路线,洋山港铁水联运“最后一公里”也将进入沟通准备阶段。

### 目前铁水联运占比太低

据上港集团介绍,2014年上海港集装箱吞吐量达到3529万标准箱,连续第五年占据世界第一集装箱大港的宝座。其中,水水中转占了45.7%;铁水中转比例没有确切统计,但肯定连1%都达不到;余下来的就是公水中转,占比一半以上。政府、企业多年来想提升

水水中转比例,谋划“激活”铁水中转。

另据上海铁路局上海货运中心统计,铁水联运模式下,铁路从上海发送出去的集装箱2010年只有6.8万标准箱,到了2014年已达到21.3万标准箱,4年内增长了3倍以上,增速是较快的,但依然有两个“软肋”:一是基数本来较小,所以显得增速较快;二是即便是2014年的21.3万标准箱,“扔”进整个上海港的“体量”,只相当于上海港2天的集装箱吞吐量,因此铁水联运只能说还是“任重而道远”。

### 外高桥有望引进铁路线

铁水联运多年来“起色”不明显,很重要的一个原因是铁路运输能力不足,以及铁路与港口之间衔接不畅。虽然上海浦东铁路的设计能力达140万标准箱,但对外通道只有2条——沪宁铁路和沪杭铁路,早年这两条铁路每天除了承担煤炭等资源运输任务,还有繁重的客运任务,如今上海往外已有京沪、沪杭、沪宁等3条高铁线,原有的沪宁、沪杭铁路

货运能力得到了一定程度的释放。

上海铁路与港口之间硬件不连接更是“硬伤”,比如外高桥港区离铁路杨浦中心站有24公里,洋山深水港则离芦潮港站有40公里,这些陆域距离依然依靠集卡短驳,上海港尚没有纯粹的铁水联运,而是“铁公水联运”。

据刘建堂介绍,上海铁路局正与上港集团商讨,围绕上海国际航运中心的定位,加快上海港的港铁联通进程,解决上海港铁水联运“最后一公里”瓶颈。下一步,随着沪通铁路的开工建设,外高桥综合保税区将有望首次引进铁路线。同时,上海铁路局将和上海市政府有关部门、上海港共同研究洋山港铁水联运“最后一公里”问题,利用好相关政策,发挥多方比较优势,降低洋山港铁水联运的综合物流成本。

### 铁路转型物流供应商

上海铁路作为“一带一路”交汇点,管内连云港港、上海港、宁波港,既是海上丝绸之路重要节点,也是连通亚欧大陆重要的东西

陆路出海、上岸通道。2014年上海铁路局发送货物2.06亿吨,位居全国铁路前列。上海铁路局上海货运中心副主任应岚岚说:“铁路正在从传统意义上物流的一个环节,向全面的物流供应商转型。”

据介绍,2014年上海铁路局在连云港、杭州、义乌、宁波、合肥、南京、上海等开行了至阿拉山口、霍尔果斯的多趟时速120公里的铁海联运中亚班列,国内段运行时间压缩近12个小时,降低物流成本每标箱500元。在义乌、苏州分别推出至马德里、华沙的2趟中欧班列。今年2月,马德里至义乌的中欧班列实现双向常态化开行,为中国与西班牙等欧洲国家开辟了全新的铁路通道。上海铁路局优化设计了多条铁水联运班列,包括上海至成都、重庆等市的多式联运班列,连云港至郑州、侯马等中西部城市的铁水联运集装箱班列。今年1月29日开行的合肥至宁波港铁海联运集装箱班列,再为“海上丝绸之路”增添一条内陆到港口的快捷通道。本报记者 金志刚

## 浦发启动“千人千户”小微客户全国培育计划

# 高成长小微客户乐享定制金融服务

本报讯(记者 谈璿)高成长小微客户有了量身定制全套金融服务。浦发银行“千人千户”小微客户全国培育计划昨天启动。通过该计划,银行将分别对处于初创期、成长期和成熟期的高成长型小微客户提供有针对性的免担保融资产品和专属金融服务。

据了解,浦发银行“千人千户”小微客户培育计划,积极响应“大众创业、万众创新”的国家政策。它围绕高成长优质小微企业全程金融需求,整合社会各方资源,通过产品创新、服务创新、资源配套,打造多方共赢、多元

服务的综合金融服务平台。入库的客户范围包含两类:一是入库企业客户,另一类是入库个人客户。对纳入“千人千户”培育库的客户,浦发银行将提供专业化的授信产品和定制化的增值服务,包括提供专门配套的孵化贷、成长贷、税收贷、投联贷等授信产品、专项信贷资源、收费优惠政策、专属增值服务和贵宾服务等。

浦发银行副行长姜明生表示,“千人千户”全国培育接力行的启动,标志着浦发银行聚焦和创新科技小微金融服务的决心与信

心。通过“股、贷、债”三位一体的产品体系,为科技小微客户提供量身定制的优质金融服务,帮助科技小微客户发展壮大,向上可以打通优质大客户的输送通道,向下可为小微企业的企业主、法人代表和高级管理人员做好个人的增值服务和专属培育,提高小微客户的多方面金融服务体验。

浦发银行将历时10个月在上海、苏州、北京、天津、广州、深圳、长沙、西安8个最具科技小微金融特色的分行强化服务,重点培训,扩大“千人千户”产品和服务的辐射效应。

## 北京银行与ING集团续签战略合作协议

本报讯(记者 谈璿)昨天,北京银行与ING集团在上海举行战略合作协议续签仪式。北京银行董事长闫冰竹和ING集团执行董事、首席风险官纳尔登签署合作协议。根据合作协议,双方在零售银行、风险管理领域继续合作的基础上,将在直销银行、创新实验室、公司治理、国际化发展等领域开展新的合作,拓展合作空间,深化合作层次。

在过去的十年里,北京银行与ING集团在公司治理、风险管理、业务创新、技术援助、信息科技等方面展开了全方位合作,结成了开放包容的战略伙伴,开辟了互利共赢的合作局面。

## 首只投资A股指数ETF上市

### 天弘余额宝去年创利240亿元

本报讯(记者 许超声)首只投资MSCI中国A股指数的ETF产品——华夏MSCI中国A股ETF昨天起在上证所挂牌交易,投资者可以像“炒股”一样买卖该产品。据悉,MSCI中国A股指数包含沪深两市521只股票,市值占到A股市场64%,具有国际知名度高、市场代表性强、流动性好的优势。从业绩表现来看,MSCI中国A股指数长期跑赢沪深300,且波动率更低。Wind数据显示,截至3月13日,过去6年该指数涨幅68.69%,振幅73.56%。

货币基金余额宝凭借超强人气,一个季度用户数增长数千万。天弘基金今天公布的余额宝——天弘增利宝货币基金2014年年报显示,截至去年底,余额宝用户数增加到1.85亿人。去年,余额宝为用户创造了240亿元的收益。至此,余额宝上线以来累计为宝粉创收257.94亿元。如果以现有用户数粗略估算,余额宝上线以来为每位用户带来了139元的盈利,相当于为每位“宝粉”剁手包邮10次。截至去年底,余额宝规模5789.36亿元,人均持有3133元。

## 上汽力推新能源车推进充电设施建设

本报讯(记者 叶薇)上汽新能源车的市场发展正从起步期步入加速期。昨天,上汽荣威新能源汽车入驻大型国企首场推介会在上海地产集团举行。上海市新能源汽车推进办公室主任刘建华透露,上海已提前完成1.1万辆新能源汽车的推广目标,今年将着重推进充电设施的建设。

今年,上汽将在数十家大型国有企业举办近百场推广活动,主要展示新能源主力车型荣威550PLUG-IN。这款车续航里程可达500公里,百公里油耗低至2.3升,在行驶中,系统会自动判断油、电力源的输出。目前,购车可享受国家、上海地区、相关区县三重补贴8.15万元,免购置税1.7万元,还可获得免费沪牌。目前,上汽为国资委旗下企业员工购车开辟了绿色通道,不仅有贷款利率优惠还有上门保养服务,上汽还将根据员工购车情况在企业内安置配比合理的充电桩。

据介绍,上汽集团已在新能源车领域累计投入资金近60亿元,自主掌握了新能源汽车电机、电池、电控的“三电”核心技术,并建立了新能源汽车关键零部件体系。在此基础上,上汽集团已推出了纯电动车荣威E50、氢燃料电池车荣威750以及插电式混合动力轿车荣威550PLUG-IN,率先成为国内新能源汽车产品型谱最全的企业。

刘建华介绍,通过国企采购新能源车,能带动全社会对新能源汽车的认同,倒逼生产企业推动充电桩落地,引导汽车市场“绿色消费”,加快新能源汽车的推广应用。

## 本周末,苏宁长宁路店等6家门店推出免费美甲服务

# 苏宁门店免费美甲 深耕女性用户市场

时下正值春光烂漫,五彩缤纷的美甲也与明媚春光相映成趣。如今,美甲已经跟美发一样在女性群体中普及开来。本周末,苏宁将携手58到家在上海、北京、广州等7大城市的40家门店推出免费美甲活动,消费者到店即可体验。

届时,苏宁长宁路店、五角场店、大华店、肇嘉浜路店、田林路店、松江第一店等六大门店将开放免费美甲活动,有5-10名美甲师进驻,现场为消费者进行美甲。消费者可提前通过苏宁易购

购站内论坛或微信进行报名,或现场下载苏宁易购客户端并注册成为苏宁会员即可体验免费美甲。同时,活动期间,还有苏宁美妆优惠券、价值70元58到家美甲全额抵用券免费送出,消费者扫码即可领取。

### 跨界合作提供“惊喜”服务

58到家CEO陈小华表示,58到家美甲品类近3个月订单飙升10倍,整体发展态势持续向好,此次

通过与苏宁的合作,可以与消费者进行大规模的互动,在品牌上实现着陆。此次与苏宁以美甲品类为突破口进行联合落地是一次不错的尝试,后期双方将进一步深入合作,推出更多服务体验。

苏宁新渠道拓展中心相关负责人表示“通过与58到家的合作,可以为消费者提供更多符合实际需求的增值服务,提升消费者购物体验。此次的合作,从春节前便开始酝酿,接下来双方将继续扩大合作范围,将苏宁本身的门店、售后服务、社区等资源与58到家本身的生活服务业务相结合,从而推出让用户“惊喜”的服务,这便是双方合作的初衷。”

### 线上线下用开放迎接未来

苏宁相关负责人表示,从免费贴膜到免费打印照片、免费热饭、开放休息区,再到新奇特产品的开放体验,苏宁门店一直以开放的姿态对待消费者、供应商伙伴,目前苏宁门店内苹果、微软、美图等专

营店已经形成品牌效应,苏宁的生活广场已经接受大批商家的进驻,此次与58到家的合作也是最好的佐证,而后期苏宁希望与更多实体商家、互联网企业进行磨合、碰撞出火花,实现多方共赢。

分析人士指出,此次苏宁与58到家,虽然只是免费美甲服务,但更大程度上是一次针对女性会员市场的深耕营销,通过双方的优势结合,为消费者带来附加服务,可以提高用户对苏宁品牌的认同感,形成用户粘性,形成1+1>2的效果。