

丽江收费利益分割存疑 古镇陷开发难题

■ 本报记者 彭涵

丽江也要收费了？
近期，一则“丽江拟征旅游价格调节基金”的新闻爆出，引发了公众质疑——尽管该方案还未正式向社会公布。据《丽江市设立旅游价格调节基金的基本方案(送审稿)》显示，这是一个向丽江旅游业商户收费的计划，每年预计收取的金额将达6000万元。
可以想见的是，这笔费用最终会被转嫁到游客身上。丽江，似乎即将成为继凤凰之后又一陷入舆论风暴的古镇。

悬在半空的“收费计划”

“要收费了？收什么费？”
这是丽江某客栈老板黄先生，对收费问题的第一反应。他困惑地告诉《中国企业报》记者，自己没有接到任何通知，也没有听同行之间聊起过这个话题。而据相关媒体透露，该收费项目已经名义上通过了丽江市政府常务会议审议，基本成为板上钉钉的事实——只是何时开始征收，政府还没有拿定主意。

黄先生的第二个困惑是：所谓的旅游价格调节基金是干什么的。据丽江市发改委主管价格的副主任王菊秋透露，该基金主要用于平抑丽江当地因为旅游业发展而出现的物价飞涨，比如建立平价商店——这一措施借鉴于黄山、三亚等旅游城市。

“向我们收费来平抑物价，这有什么用？”黄先生对“旅游价格调节基金”仍有着不少疑问；而中国旅游研究院行业分析师杨彦锋告诉记者，这种收费的思路是合理的。

“旅游学术研究中，主客关系的研究已经被关注很久了。”杨彦锋表示，“旅游城市中的非旅游业就业居民受到了旅游业的负面影响，需要承受游客外来消费带来的物价上涨、污染增加的后果；但旅游业带来的收益只有旅游经营者、就业人员和旅游者能够获得。”

“在这种情况下需要一个合理的转移支付，来消弭本地居民内部的收益不均。”杨彦锋说道。作为一个大理人，他对这一点有着更切实的感受：“比如土特产被一扫而空、当地售卖



的商品几乎全都是针对游客的了，这对本地人公平么？”

客观来看，古镇居民确实在某种程度上成为了“受害者”——据公开资料显示，这也是丽江市推出收费计划的初衷；但值得注意的是，质疑声却没有因此消失。

“割肉”补给谁？

在丽江的“收费计划”刚刚为公众获悉的时候，已经不少人下意识地将其与今年4月的一件事情联系起来，凤凰古镇收费风波。

“收费事件对凤凰古镇的不利影响持续到了现在。”青芒果旅行网相关人士告诉记者，“现在本来是凤凰旅游最旺的季节，但与往年相比明显游客锐减。”据其运营中心数据显示，自4月10日凤凰开始收费后，4月、5月、6月、7月份的客栈预订量虽然同比增长30%，但与去年相比已经急剧大跌。

无论是“规范旅游市场”还是“保护古镇发展”，抑或是“为了旅客利益着想”，凤凰古镇的收费最终只造成了一个后果：散客大量流失。“目前凤凰的门票查得很紧。”一家位于沱江边的客栈老板告诉记者，“我们在古城内的客栈每天入住率只有2/3——

这在往年是无法想象的。”

与凤凰古镇客源结构相似的丽江，似乎即将面临同样的考验。“门票是从消费者身上收取，最终商户利益也会受到间接的负面影响；旅游价格调节基金是从商户手中收取，但是间接影响旅游者利益。”杨彦锋表示。

而更容易引发质疑的，还是“旅游价格调节基金”的最终用途——据媒体披露，一份当地发改委的报告中是如此描述：丽江属于欠发达地区、地方财力有限，开征价格调节基金无疑将开辟政府资金来源的新渠道。

“就城市的管理者来说，如果旅游活动造成了城市管理成本支出的增加，从旅游活动本身收取费用是合理的。”杨彦锋说道，“但是这个收支应该‘来得清晰，去得明白’——应该做到收取规定出台有听证，收取支出有章程。”

“它不应该简单归结到财政收支人——这笔钱就是应该补贴‘受害者’的，不能挪作他用。”杨彦锋强调。

困局：富民不富财政

今年6月，《云南信息报》刊登了一篇名为《惊讶！旅游名城竟没设旅游价格调节基金》的报道，详细论述了“旅游价格调节基金”的前世今生

以及在丽江实施的必要性——文章指出“旅游在丽江是一个‘富民不富财政’的产业”。也许，这正是理解中国古镇纷纷走向“收费之路”的关键。

无论丽江还是凤凰，古镇政府对旅游业的思路都有一个共同点：希望引进更高端的旅游资源——一个典型的例子是，相较于于规模小、布局散的客栈类住宿产品，星级酒店能够提供更为丰厚的税收；而因租扩发展而形成的存在众多灰色链条的旅游市场，也令政府逐步坚定重建秩序的决心。

这一问题最终促成了古镇开发思路的分流——目前古镇的商业开发大致有两种模式：一是原住民外迁的“纯商业化”模式，二是保留原始住户的“原生态”模式两种。

“乌镇是分区进行开发的。”杨彦锋说道，“东栅还保留着原住民，而西栅则迁出了所有住户，进行了纯粹的商业开发。”据2012年报显示，乌镇为其开发者中青旅贡献了四成的净利润。

但杨彦锋不认为这样的模式可以简单复制，并解决凤凰与丽江遇到的问题。“古城内的生活气息本身也是一个富矿。”杨彦锋表示，“而且两种模式都有成功案例，不能断言哪种是以后的发展趋势。”

煤价跌破5%预警线 电价下调窗口开启

煤电双方均反对下调电价

■ 本报记者 蒋皓

煤炭行情跌势很猛，最新一期环渤海动力煤价格指数已经跌破600，报收于592元/吨，跌幅达6.47%，创下5年来新低，已经达到国家发改委指定的5%的政策预警线。

从目前已经发布业绩预告的8家A股煤炭开采类上市公司来看，有6家公司净利润同比大幅降低。反观电力企业，截至7月12日，16家发布业绩预告的电力上市公司全部预喜，5家发布业绩快报的公司也全部盈利。其中，国投电力预计今年上半年实现归属于上市公司股东的净利润超过11亿元，同比增加5662%以上。

按照发改委的规定，煤价波动已经超过5%的预警线，上网电价应该做相应的调整。以年度为周期，相应调整上网电价，同时将电力企业消纳煤价波动的比例由30%调整为10%。

全国电价酝酿降2分 煤电企业集体反对

据核算，此次电价下调幅度每度最少将超过2分钱。按照煤电联动的规则，电价进入下行通道是应有之义。一家煤电负责人却对此深表忧虑，“电价下调并不能挽救煤企。”由于电企库存高、电力需求疲弱，采购煤炭本就不积极。如果电价再次下调，电企肯定会进一步压低煤价，不

但不会减轻压力，可能还会进一步增加煤企的压力。

反对电价下调的煤企并非个例，他们纷纷表示，“调低电价不利于亏损中的煤企。”电价调整仅影响电企的盈利能力，但调低电价显然会促使其进一步压缩成本，而占七成成本的煤炭自然会首先中枪。

有专家担心电价下调，可能会招致反向的降价恶性循环。煤电联动机制本是在煤价狂涨年代为了保护电企利益而生，所以基本都是在上调，值得注意的是，每一次上调电价后，又推动煤价继续上涨，形成了循环涨价的恶性机制，而这一次，电价如果下调，很可能会招致反向的降价恶性循环。

而“电价下调”压力也会导致煤企自身陷入恶性竞争。神华、中煤等煤业巨头就曾为了争市场竞相降价，致煤价指数下跌。如果电企受电价下调所迫再压低成本，煤企处境将更不乐观。

“刚刚扭亏的电企也不会同意调价。”华能集团技术经济研究院市场研究室主任韩文轩表示，“电力企业长期承受政策性亏损，现在煤价刚降一点，不太可能马上就要下调电价。”目前五大电力集团的资产负债率均超过70%。这极可能是电企阻止调价的一个有力说辞。

发电企业的另一个顾虑则是，尽管发电企业利润向好，一些企业赚得

盆满钵满，但不容忽视的状况是社会用电量增速放缓，正限制发电环节利润的持续攀升，调低电价不利于电厂投资积极性。

据统计，上半年，全国社会用电量24961亿千瓦时，同比增长5.1%，增速持续放缓。自2010年至今，这一增速分别是21.57%、12.2%、5.5%、5.14%。用电量增速从两位数的轨道回到个位数，这一趋势让日子好过起来的火电企业心生疑虑。一个煤企和电企同时无法回避的现实——宏观经济减速造成的电力需求下降。这一根本局面使得双方不得不在日趋缩紧的盘子中抢占利润。

市场煤与计划电的矛盾 建机制比调电价更重要

发改委原副主任、国家能源局局长张国宝对《中国企业报》记者表示，目前中国电价的总体水平处于世界第三档次，处于中等偏下的位置。他指出，“国内电费构成中有许多补贴在里面”，比如，随着今年政府积极发展太阳能、风能等新能源，因为这些新能源发电较贵，在网上过程中政府就会有一些补贴，而这些补贴还是从电价里面出。张国宝说，“补贴就是从大家的电费里面，每度电加了八厘钱。”

西部省份，由于经济增速放缓，地方政府已经公开或半公开地通过财政

补贴方式为工业企业降低电价。比如，甘肃、宁夏和内蒙古已经先后出台了针对能源化工产业的电价补贴政策，而陕西则在这些常规的补贴政策之外，通过一揽子政策将陕北地区打造成为国内首个“低电价区”。陕西省政府的政策计划是，在加速推进落实煤电价格联动等常规政策的同时，鼓励发展园区、企业自备电，推行直购电交易、开展发电权交易等。

电价下调的时机成熟吗？如果煤炭价格持续走低，电价的相应下调也应当只是时间问题。对于“煤电联动”，人们更为关注的或许是这个机制能否真正解决“煤电矛盾”，理顺电价形成机制。

目前的“煤电联动”与其说是一种机制，倒不如说更像是一种行政行为。相关部门将电价分为统一电价和浮动电价，统一电价对任何发电企业都一样，但浮动电价却是以原料煤价格变动为依据，由政府核定。当煤炭价格上涨后，以煤炭为原料的电力价格相应上涨，但煤价上涨成本的一定比例必须由电力企业自行消化。

《关于深化电煤市场化改革的指导意见》下发后，煤炭价格将完全市场化。但电力价格依然执行政府定价，所谓“市场煤”与“计划电”的矛盾就更加突出。在不开放市场的前提下调整电价，电力行业还是难以从体制上取得突破，也就难以取得更多的“改革红利”。

简讯



“台湾正品网”正式上线

“台湾正品网”上线启动仪式于2013年7月18日在“福州海峡电子商务产业基地”举行。“台湾正品网”是由福建省对外经贸合作厅、台湾资讯工业策进会与福州市海峡电子商务产业基地联手整合两岸资源、分阶段推进实施的“闽台电子商务合作工程”的重点项目之一。董事长陈鸿彬说，“台湾正品网”将把台湾15个城市的上万种产品向大陆推广，为大陆民众提供更多的安全绿色、种类繁多的台湾商品。目前已有食品、日用品、化妆品、茶叶、工艺品等五大类，2000多个品种上线。（李丹）

广州众葵源牵手瑞士奶粉

日前，全国50多家媒体代表、100多家渠道商齐聚北京钓鱼台国宾馆，出席中国广州市众葵源贸易有限公司与瑞士HOCHDORF Nutricare AG举行的“雅睿”品牌瑞士奶粉总代理签约仪式新闻发布会。瑞士HOCHDORF Nutricare AG的牛奶和奶制品已经进入欧洲和亚洲20多个国家市场，公司一直都是以纯天然、高品质闻名于世。中国广州市众葵源贸易有限公司在国产奶粉信用出现危机时刻，引进瑞士HOCHDORF Nutricare AG高品质奶粉进入中国市场，为国内奶粉市场新添曙光。

爱奇艺视频推出全个性化首页

日前，爱奇艺PC客户端“爱奇艺视频”全面改版，在视频行业率先依靠大数据分析实现了“千人千面”的首页全个性化的内容推荐。改版后，用户翻找和搜索感兴趣内容的行为将大幅降低，取而代之的是在爱奇艺为其量身推荐的页面中点击观看。“目前，我们为推荐内容的命中率已经超过35%，推荐带来的播放量在总流量中的占比超过50%。”爱奇艺CTO汤兴指出。据悉，凭借来自百度、爱奇艺、PPS三大平台的大数据优势，“千人千面”的首页个性化趋势还将覆盖更广泛的爱奇艺其他所有平台和终端。

第二届农业科技创新创业大赛启动

由科技部、教育部、农业部、中国证监会、北京市人民政府、山东省人民政府、陕西省人民政府、深圳市人民政府、比尔及梅琳达·盖茨基金会指导，中农科创新资产管理有限公司和北京国家现代农业科技城承办的第二届中国农业科技创新创业大赛启动暨官网开通仪式7月15日在北京举行。本届大赛以“创新创业创未来，融资融智融天下”为主题，将运用基金的形式对获奖的优胜项目进行定向投资，并对其他投资机构进行有序开放。大赛官网(www.caastical.com)于2013年7月15日正式上线，并开通报名系统，报名截止日期为9月14日。

恒信远大集团发布五年千亿战略

“未来5年内，在全国10个重点城市完成10座中华梦幻谷的推广与复制，实现产值1000亿”。这是四川恒信远大集团近日在京发布的公司发展战略，其意图直指迪斯尼、欢乐谷等国内外主题公园，并欲开创中国文化旅游产业链经营品牌的新纪元。恒信远大集团是由80后农民工企业家杨诚领导综合型民营企业集团。恒信远大集团以中华梦幻谷为核心战略品牌，深入三四线城市，目前已经落户青海、四川、湖北、河南四地，第一座中华梦幻谷将于今年国庆节期间在青海彩虹之乡——互助亮相全国。

雀巢在华落成世界一流咖啡工厂

日前，雀巢在山东省青岛市的莱西举办了世界级咖啡工厂落成典礼。新工厂建设和调试历时13个月，投资总额为8.8亿元人民币，工厂占地面积为22.6万平方米。该项目包括雀巢咖啡萃取和喷雾干燥生产线以及所有必需的工业服务设施。工厂最初生产咖啡粉用于雀巢东莞咖啡工厂和上海饮料厂生产以及加工咖啡混合饮品，同时具有未来产能扩展和成品生产的潜力。新工厂紧邻1996年建成的雀巢莱西液态奶制品工厂。莱西新工厂的建立充分显示了雀巢公司对中国的持续承诺。

华泰宝利格双T动力成市场亮点

华泰汽车推出的宝利格车系搭载独有的汽柴油“双T动力”完美组合，提供源源不断的动力输出。再搭配上ESP和TCS系统、TIVITM3车载智能决策系统等丰富配置，11.97万元起的亲民价格，性价比优势显著。综合实力宝利格自上市以来，受到市场追捧。作为华泰汽车的明星SUV车型，宝利格搭载汽柴油“双T动力”完美组合，即分别搭载Kavachi 1.8T汽油发动机和欧意德2.0T清洁柴油发动机，性能更强悍、排放更低。除了“双T动力”外，全尺寸为4618x1858x1754mm，长达2620mm的轴距，也让其拥有更宽敞的驾乘空间。

中国首个住宅健康测试正式启幕

7月21日，“鉴证金茂暨中国首个住宅健康测试”在广渠金茂府正式启幕。据悉，检测结果将于8月3日正式对外公布。据了解，这是北京首例房企自发组织的健康公测，在国内亦属首例。清华大学建筑室内环境检测中心有关负责人表示，该中心将本着公开、透明、权威、公正的原则，进行本次健康公测。而本次健康公测之所以选择广渠金茂府作为检测样板，主要基于广渠金茂府作为方兴地产在京的成名作，自入市以来，影响力与日俱增，它不仅仅是方兴地产在北京的标杆性产品，更是整个高端市场的品质标杆。

日上打造木门行业首条跨领域生产线

近日，由北京日上集团举办的“日上双门战略发布暨日上中国木门生产基地生产线达产15万樘新闻发布会”在北京日上集团中国木门基地召开。会上，“首都防盗门第一品牌”北京日上在河北文安投资16亿元，建成占地700亩的亚洲最大木门生产基地，并投入上亿元从德国引进全自动生产设备。日上集团董事长赵艳丽表示，木门市场的竞争非常激烈，但是究其背后的原因，就是规模化。日上集团投入16亿元打造占地700亩的中国木门基地，就是考虑从规模化入手解决问题。