

最大限度发挥石家庄国际陆港战略枢纽功能

□宋东升

近年来,石家庄国际陆港成为我省开放发展的新焦点和新亮点,“支持国际陆港建设”更是被写入了今年的省政府工作报告。为充分调动相关各方面力量支持和参与石家庄国际陆港的建设与发展,须全面认识石家庄国际陆港对我省开放发展的战略意义,以最大限度地发挥石家庄国际陆港的战略枢纽功能。

融入共建“一带一路”的新平台

“一带一路”倡议的最大特色是硬设施的建设与联通,设施联通(硬联通)也是其有别于国际上一般经贸倡议和协定软联通(规则政策等)的突出特点,设施联通及其相关性最强的贸易畅通由此成为共建“一带一路”的优先推进领域。近年来,共建“一带一路”设施联通与贸易畅通的标志性进展当属国际陆港建设与与之为一体的中欧班列的蓬勃发展。中欧班列因其对海运时效的比较优势而成为亚欧大陆经济有效的新型国际货运方式,大大促进了共建“一带一路”国家和地区间的货物流通和贸易增长,国际陆港由此成为深度融入共建“一带一路”的重要平台,建设国际陆港、开行中欧班列已成为国内不少地区通过抢抓共建“一带一路”机遇,谋求开放发展的基础性路径和常规举措。

以往我省融入“一带一路”倡议的主要平台是境外经贸合作区和中国—中东欧(沧州)中小企业合作区,服务于国际产能合作这一优势领域。近年来,随着石家庄国际陆港中欧班列开行线路和数量的迅猛增长,石家庄国际陆港开始崛起为我省深度融入共建“一带一路”的新平台,从而与国际产能合作平台一起构成助推我省深度融入共建“一带一路”的双重开放平台。更为重要的是,贸易畅通是最广泛的经营主体能够融入的“一带一路”倡议



大众化共建领域,国际产能合作则是有力支撑的“一带一路”倡议小众化共建领域,因而国际陆港平台有着比国际产能合作平台更为广泛而深入的开放带动效应。

冀中南地区开放发展的新引擎

出口是经济增长“三驾马车”之一,是开放发展“三外”(外贸、外资、外经)路径中最有力、最基础的引擎式开放带动方式。冀中南地区本属我省内陆地区和开放腹地,缺乏临海临港开放发展的自然区位优势。石家庄国际陆港赋予了冀中南地区以新的开放区位优势,使冀中南地区这一开放腹地一跃为开放前沿,并将通过中欧班列的贸易驱动效应成为冀中南地区开放发展的新引擎。

中欧班列相对海运时效的竞争优势突出体现在大大缩短了国际货运时间,由此构筑了中欧班列外贸货运的交货期优势,而质量与交期是外贸出口最为倚仗的两大竞争利器,中欧班列正是通过外贸交期优势形成了明显的贸易驱动效应。目

前,石家庄国际陆港在冀中南地区已相继开通“邢石欧”“衡石欧”“沧石欧”等多条“+石欧”中欧班列,构建了与邢台、衡水、沧州等周边地区的物流网络联接,形成了陆港通道优势与冀中南地区货源优势的互补与整合,冀中南地区凭借近水楼台的区位优势有望步入外贸出口增长的快车道。

作为贸易驱动效应的延伸与拓展,石家庄国际陆港也开始呈现相关产业集聚效应,进而在贸易和产业两个层面形成对冀中南地区开放发展的双轮驱动效应。目前,石家庄国际陆港已开始落地一些国际物流和外贸服务业项目,包括外贸企业仓储设施、跨境电商中心仓、陆港集装箱受理中心等,与头部电商企业共建跨境电商产业园也在谋划推进中。同时,石家庄国际陆港还在与共建“一带一路”国家大宗原材料进口贸易的基础上谋划贸易加工,将粮食、木材、板材等来自共建“一带一路”国家的大宗进口产品在陆港产业园就地加工,依托大宗原材料产品进口贸

易的空间聚集顺势延伸发展贸易加工产业集群。

京津冀协同开放新支点

协同开放是京津冀协同发展的内在要求。以往京津冀协同开放在我省的支点主要是沿海港口和大兴机场临空经济区,即津冀海港的协同开放和京冀空港的协同开放。随着石家庄国际陆港的建设和发展,其对整个京津冀地区开放发展的辐射带动效应也在逐步显现,有望成为海港、空港之后京津冀协同开放的新支点。

目前,石家庄国际陆港是京津冀区域唯一实现中欧班列常态化开行的核心陆港,发往共建“一带一路”国家的出口货源已通过“京石欧”“津石欧”班列与京津地区物流和产业形成联接,且开始全力创建京津冀中欧班列集结中心。京津冀中欧班列集结中心将填补京津冀地区中欧班列集结中心的空缺,构建京津冀地区面向共建“一带一路”国家的国际货运陆路主通道,对京津冀地区深度融入共建“一带一路”、进一步提升开放发展水平具有里程碑式的意义。

作为陆港型国家物流枢纽,石家庄国际陆港与京津的协同开放还体现在与天津港国际物流网络的陆海联接上。石家庄国际陆港与天津港已形成海铁班列战略合作,是京津冀地区首个实施海铁联运全程单的国际海铁联运内陆港,并以海铁联运为核心构建了公铁海多式联运的区域协同立体运输网络和综合货运枢纽体系,集装箱公铁海多式联运示范工程入选国家多式联运示范项目,两市还就国家综合货运枢纽补链强链协同制定了统一的实施方案。石家庄国际陆港与天津港的协同必将通过货源与市场的双向互促共同提升开放带动效应。

(作者单位:河北省社科院)

供需两端同时发力 构建交通运输发展新格局

□产健 樊亚宾 杨柳

统筹发展和安全是新发展阶段服务国家的重大战略,关乎国家总体安全大局。交通运输业作为国民经济体系的关键组成部分,抓好统筹发展和安全对于稳定经济社会发展、当好现代化“开路先锋”有着重要的现实意义和指导价值。

从实施路径看,推进统筹交通运输发展和安全需要从供需两端同时发力,供给端要加强基础设施、制度、技术等方面的高质量供给,需求端要强化安全绿色可持续的交通运输需求的牵引作用,形成供给和需求相互促进的良性互动,全面推进交通运输高质量发展。

“以发展促安全”,强化基础设施、制度、技术等方面高质量供给,全面提升交通运输业供给水平

“发展是安全的保障”,要进一步深化发展在安全中的动力作用,通过增加有效基础设施供给、制度供给、技术供给,改善供给质量,优化供给结构,打造高质量的供给体系。一是要加强统筹协调,高质量推进规划落地落实。“十四五”时期是推进《交通强国建设纲要》《国家综合立体交通网规划纲要》实施落地的起步期、关键期。要高标准起步,高质量推进,将高质量高标准的要求贯穿到每一个项目里,体现在每一个环节中。一方面,交通强国试点和重大项目建设要在现代化开路先锋的发展定位、互联互通的发展方向、动能转换的发展方式、人民满意的发展目标等引领和指导下做好前期策划。要紧扣重点,务实推进,特别是要加快建立健全促进党员干部抓落实的长效机制,做到事有清单、件件有人干。另一方面,要提升具体项目、工程的规划设计水平,以超前性、统筹性和融合性作为规划设计依据,以打造具有韧性的交通体系作为主要目标,确保各项目有效推进。

二是要坚持以制度创新为核心全面深化改革,提升制度供给质量。当前,我国交通运输面临的许多矛盾和问题,不是周期性的,而更多是长期积累的结构性和体制性和根源性的问题,根本出路在于增强和深化制度创新和制度改革,推进现代化制度体系建设。一方面,要加快运输行业的运行体制创新,形成统一开放、竞争有序的交通市场。要重点健全市场基础性制度,优化提升营商环境,打破区域性、行业性壁垒,强化反垄断和反不正当竞争规制,优化资源要素市场化配置,完善市场监管机制,增强监管效能,推进交通运输与其他产业联动发展,进一步扩大开放,建立健全国内国际一体化市场体系。另一方面,要完善交通运输科技创新

推进统筹交通运输发展和安全需要从供需两端同时发力,供给端要加强基础设施、制度、技术等方面的高质量供给,需求端要强化安全绿色可持续的交通运输需求的牵引作用,形成供给和需求相互促进的良性互动,全面推进交通运输高质量发展

体制机制,健全科技管理体系和政策体系。重点要积极推动科技改革政策在交通运输行业率先落地,特别是要加快落实国家实验室建设和国家重点实验室体系重组的相关政策,发挥其在牵引交通运输领域基础研究、原始创新中的作用,构建有利于科技创新、成果转化、创新服务一体化发展的多元开放平台,全面提升交通运输本质安全水平。要推进新模式、新领域、新业态等方面的相关立法工作和标准规范体系建设,形成既有激励又有约束的制度环境。此外,还要重点围绕加快推进交通运输安全生产体系建设,遏制重特大安全事故发生;围绕完善交通运输应急管理体制,增强行业应急管理能力;要鼓励社会组织参与行业治理,发挥智库、协会等在交通运输信用建设、公共服务等领域的作用。

三是要加强技术研发,积极推动新技术、新产品、新工艺、新材料在交通运输行业的运用。新时代面临的安全发展挑战往往具有综合性、复杂性和全面性,旧技术、老手段在处理这些问题时常常表现出不匹配、不协调和不适应,这就要求统筹发展和安全要以科技作为重要支撑,将科技创新作为打破发展和安全之间矛盾的“撒手锏”。一方面,充分认识科技创新在统筹发展和安全中的重要性,加大交通运输领域的科技创新投入。要从加快建设交通强国的急迫需要和长远需求出发,加强基础研究,强化应用研究,特别要集中对关键核心技术、现代工程技术、前沿颠覆性技术展开技术攻关;强化企业在创新领域的主体地位和作用,弘扬具有创新意识的企业家精神。另一方面要发挥我国强大交通运输市场优势,积极推动5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能、北斗导航、工业机器人等前沿技术与交通运输行业的深度融合。要善于将市场优势转化为创新优势,制定鼓励应用先进安全生产技术装备的政策,建立通过市场培育实现技术沿着从能用到好用发展路径的新机制;积极推进新技术、新产品、新工艺、新材料在与安全密切相关的如监测预警、隐患排查治理、应急救援响应等重要领域和关键环节的应用。此外,还要加强创新人才的高质量供给。对标《交通强国建设纲要》中打造世界前列科技创新能力的目标,大力培养具有国际影响力的科研

平台和具有国际水平的科技人才。

“以安全促发展”,深化需求侧改革,着力疏通需求端的“堵点”,提升需求质量,形成安全发展的需求牵引力

需求和供给相互影响、相互促进,需求端质量不高通常也会拉低供给质量,从而催生风险。当前,交通运输发展中面临的安全风险不仅出在供给端,需求端存在的问题也是重要诱发因素。长期以来,我们在解决交通运输行业发展和安全的矛盾时多偏重于供给侧调节,而忽视需求端的治理和提升,由此引发的效率不足、边际效益递减等问题。因此,交通运输领域推进“需求侧改革”就是希望通过发挥需求牵引供给的作用,实现与供给创造需求相互匹配形成更高水平动态平衡,提升行业运行体系整体效能。深化需求侧改革,需要我们不断疏通需求端“堵点”,提升需求端质量。重点是要紧扣结构性问题通过“补短板”“促升级”做到更加精准有效;通过加快形成现代交通市场体系、现代物流体系,培育完整内需体系;通过实施交通运输安全文化教育提升工程,增强需求质量的安全要素浓度。

一是需求侧管理紧扣结构性问题,通过“补短板”“促升级”做到更加精准有效。对于交通运输行业来说,既要满足系统建设为现代化发展提供支撑,同时也要做好因循施策,做到对需求的精准响应。一方面,投资需求要瞄准制约行业发展的短板和弱项,关系民生实事的重点领域,积极扩大有效投资。重点推进有利于运输行业提升发展效益和安全程度的基础设施建设,对港口码头、内河航道、重要交通枢纽及行船行车危险路段、公路危旧桥梁、生命防护工程等基础性工程进行智能化改造升级,加快推进危险货物运输通道与场站布局、高速服务区停车位等方面建设,深入推进“司机之家”建设,保障行车安全。另一方面,要继续深化交通运输领域“放管服”改革,精简行政审批事项,优化营商环境,提升服务质量和效率,切实降低企业制度性交易成本。

二是通过加快形成现代交通市场体系、现代物流体系,实现行业发展提质增效,以效益提升带动安全管理增强,实现

安全发展由被动重视向主动提升的内生转变。当前,运输行业风险滋生逻辑由过去的高效益、弱监管转变为低效益、强监管,在运输行业市场体系不健全、供需调节机制失灵之下,相较前者,后者更难通过监管的方式从根源上消除风险。因此,只有实现效益明显提升,才能真正塑造企业对安全发展重视的主动性,从而达到发展和安全长期良性互动的关系。从企业发展的需求端看,一方面,要加快形成现代交通市场体系。要从推进交通运输市场要素自由有序流动、完善交通运输市场准入和公平竞争制度两大方向发力,要鼓励各类金融机构、中介机构按市场化原则、按照信用机制提供相关综合服务,加快供给过剩行业兼并重组,构建供需动态平衡、市场有序发展的交通运输统一大市场。另一方面,要加快形成现代物流体系,做强扩大内需战略支点。现代物流体系形成,首先,要利用先进技术加快构建现代物流基础设施网络体系,提升现代物流服务体系实体经济能力,增强现代物流高质量发展的内生动力;其次,要培育多式联运经营主体,积极推进“一单制”,丰富“门到门”一体化联运服务产品,提升物流效率,降低物流成本;最后,要善于借助产业链供应链金融等创新型金融工具,培育形成一批国际一流的现代物流企业,推动行业集约高效运行。

三是进一步推进交通运输安全文化教育提升工程,增强需求侧质量提升中的安全要素浓度。通过安全文化教育提升强化需求端对供给产品和服务的安全要求,是实现需求牵引供给、以需求质量要求提升带动安全生产水平增强的有力举措。一方面,加强社会全员安全教育,提升安全意识、增强安全需求。要把安全生产公益宣传、案例警示教育、安全相关法律法规以及安全应急知识普及作为安全文化教育工程的重要抓手和策略点,持续深入开展“安全生产大讲堂”“安全生产月”等活动。另一方面,强化和健全交通运输从业人员职业化培训体系。要进一步融合社会力量推进和加强在职业教育、高等学校开设相关专业,培育大量高水平安全生产专业人才;要建立健全企业主要负责人和安全生产管理人员能力考核机制,丰富和完善职业后教育培训机构,提升相关从业人员的专业化、职业化水平;要积极开展从业人员安全生产知识竞赛和技能比武,营造良好且具有职业技能激励的安全生产文化氛围。

【作者单位:产健,交通运输部科学研究院;樊亚宾,防灾科技学院、公共经济研究会;杨柳,应急管理干部培训学院(应急管理干部学院)】
(稿件来源:《河北经贸大学学报》2023年第4期)

□张颖 刘丽伟

随着社会的快速发展和科技的进步,消费市场和消费群体的特征也在不断地演变和升级。特别是近年来,随着数字化、网络化的普及和深化,一种新型的消费群体逐渐崭露头角,他们拥有独特的消费观念、购买行为和获取信息的方式,对市场和企业的营销策略产生了深远的影响。

“新消费”群体通常指的是那些出生并成长在互联网时代,深受数字化、网络化影响的一代人。他们拥有高度的信息获取和处理能力,善于利用互联网和社交媒体等工具进行消费决策和交流分享。同时,他们的消费观念也更加开放、多元和个性化,对产品和服务的要求也更加严格和多样化。

面对这样的消费群体,传统的营销策略已经难以适应和满足其需求。因此,研究并制定出针对“新消费”群体的网络营销策略,成为当前企业急需解决的问题。

“新消费”群体的特征

“新消费”群体,主要是指在数字化、网络化时代背景下成长起来的一代人,他们的消费观念具有显著的独特性。新消费群体强调个性化和定制化,他们追求独一无二的产品和服务,不愿意随大流,喜欢展现自己的个性和特色。相较于价格,新消费群体更看重产品的品质、品牌和服务。他们愿意为高品质的产品和服务支付更高的价格。随着环保意识的增强,新消费群体越来越关注产品的环保属性和可持续性,他们更倾向于选择绿色、环保的产品和服务。另外,新消费群体注重消费体验,他们不仅关注产品本身,还关注购买、使用、售后等全过程的体验。

随着互联网的普及和电子商务的发展,新消费群体更倾向于在线上购物,他们熟悉并掌握各种线上购物平台和工具。而且新消费群体容易受到社交媒体、网红、直播等新型营销方式的影响,产生冲动消费行为。同时,他们的购买行为也更加碎片化,可随时随地地进行购买。此外,新消费群体在社交平台上花费大量时间,社交电商的兴起为他们提供了一个全新的购物场景,他们可以在社交平台上直接完成购买行为。

新消费群体主要通过社交媒体、短视频、直播等平台获取信息和产品推荐,这些平台具有信息量大、更新快、互动性强等特点。同时,他们更愿意通过生动有趣的内容来了解产品,因此,内容营销在新消费群体中具有很高的效果。此外,新消费群体在购买前会参考其他消费者的口碑和评价,这些评价对他们的购买决策具有重要影响。

基于“新消费”群体画像制定有效的网络营销策略

全链路数字化的销售渠道。“新消费”群体通常更加年轻、活跃在社交媒体上,注重个性化和体验。因此,企业需要借助人工智能和大数据技术,来深入了解他们的消费习惯、兴趣点、购买偏好等信息,以便进行精准定位。“新消费”群体习惯于通过多种渠道获取信息和购物。因此,企业需要构建一个跨平台的营销网络,整合线上线下的资源,包括社交媒体、电商平台、实体店等,为消费者提供无缝的购物体验。此外,内容营销是吸引“新消费”群体的有效手段。企业可以创作高质量、有趣、有用的内容来吸引他们的注意,如营销视频、直播、社交媒体帖子等。同时,确保内容与目标受众的兴趣和需求紧密相关,以提高转化率。最后,企业需要建立数据驱动的营销体系,收集和分析消费者数据来持续优化营销策略。这包括监测营销活动效果、调整目标受众、优化内容等,以确保营销策略始终与“新消费”群体的需求保持一致。

注重实现娱乐体验感。“新消费”群体对于有趣、新颖、富有创意的内容往往更感兴趣。企业可以通过制作娱乐化的广告、短视频、直播等形式,将产品或服务融入其中,让消费者在娱乐中接受品牌信息。这种寓教于乐的方式不仅能吸引消费者的注意力,还能增强品牌记忆度。企业还可以通过社交媒体、线上活动、游戏等方式与消费者进行互动,让消费者参与到品牌的营销活动中来。例如,企业可以举办线上抽奖、问答、投票等活动,让消费者在参与过程中感受到乐趣,同时增加品牌曝光度。另外,跨界合作是提升娱乐体验感的有效途径。企业可以与电影、音乐、游戏等娱乐产业进行合作,通过联名产品、主题活动等方式,为消费者带来更加丰富的娱乐体验。

结合消费场景开展营销。相较于传统消费者,“新消费”群体对消费体验的重视程度显著提升,他们更倾向于在特定的消费场景中寻找与自身需求和兴趣高度契合的产品与服务。在这类消费群体休闲娱乐时间日益碎片化基础上,从用户角度出发,结合特定时间、固定地点、消费群体三大要素,场景营销显得尤为关键。

场景营销基于客户标签化的画像特征,深入挖掘其在健康、出行、生活等不同时间、地点上的习惯与需求,进而精准衔接相应的美妆、出行工具、外卖美食等产品品牌的场景营销内容。例如,在雨天下班的高峰期,根据画像特征推送拼车、打车等相关的营销链接,实现精准触达和高效转化。

企业还可以运用AR、VR等先进技术,为消费者构建沉浸式的消费场景体验;借助社交媒体平台的定位功能,向用户推送附近的优惠活动和店铺信息。场景化营销措施,提升了营销效果,也增强了消费者的参与感和体验感。

(作者单位:河北民族师范学院)

投稿邮箱:hbjrdll@163.com

强化场景营销 满足『新消费』需求