

# 中铁特货上市 铁路市场化的那些新可能

铁路企业股份制改革又有新动作。北京商报记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)获悉,9月8日,国铁集团下属中铁特货物流股份有限公司(以下简称“中铁特货”)在深圳证券交易所主板成功挂牌上市,这是去年以来继京沪高铁、铁科轨道、金鹰重工成功上市之后,铁路市场化改革取得的又一重要成果。业内专家表示,铁路部门的改革方向是放开竞争性业务,进一步引入市场竞争机制,建议按照国企改革三年行动的要求,循序渐进实施改革。



## 主板上市:发力全程冷链

9月8日,中铁特货在深圳证券交易所主板成功挂牌上市,股票代码为“001213”,每股发行价3.96元,累计发行4.4亿股。至收盘,首日股价上涨43.94%。

中铁特货成立于2003年,是国铁集团旗下的专业物流服务供应商,设有16家分公司、2家全资子公司和3个机械保温车辆段,营业网点遍布全国各地,目前有商品汽车、冷链和大件货物物流三大主营业务。

通过此次上市,中铁特货募集资金17.6亿元,这些资金主要用于收购物流仓储基地、购置冷链物流专用车辆及设备、建设信息化平台。国铁集团经营开发部负责人表示,这有利于公司扩大商品汽车、冷链货物运输网络整体布局,提升特货运输能力和服务品质,不断扩大市场份额,提高企业经营质量和效益。

随着我国生鲜电商快速发展,人们对冷链物流提出了较高的要求。预计到2025年,我国冷链物流市场规模将突破5500亿元,冷链物流无疑已成为公司下一个增长极。近年来,中铁特货冷链物流业务收入规模呈现逐年稳步上升趋势,2019年度和2020年度分别实现

收入4.11亿元、4.37亿元,占主营业务收入的比重分别达到了4.81%和5.36%。

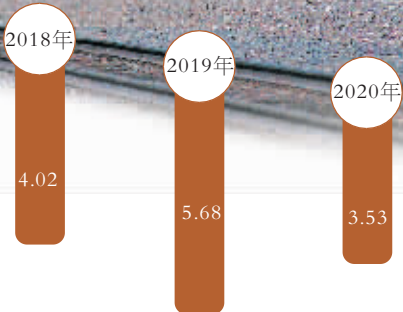
上述负责人介绍,公司多年来深耕冷链运输业务,积极转型发展“门到门”全程冷链物流,建立了科学完善的安全保障体系和风险控制体系,配置了先进的铁路冷藏运输装备,提供全过程温控、高品质、长距离、大批量、全天候的冷链物流服务,客户覆盖蒙牛、伊利、双汇等大型食品企业。

然而,冷链运输行业还处于发展初级阶段,总体竞争格局分散,整体呈现出小、散、乱的特征。知名评论家、中国物流学会特约研究员解筱文对北京商报记者表示:“铁路企业在冷链物流市场占有率不高、冷链设施设备投入不足、零散冷链产品运输条件受限、冷链业务专业化程度不高。但是,冷链物流将是铁路物流企业发展的增量市场和新蓝海。综合运用高铁、普铁、航空、公路等运力资源,开

## 我国铁路货运改革历程



## 中铁特货近年净利润(亿元)



展小批量、多频次、高附加冷链业务的中铁快运公司,将是铁路冷链业务发展主力军”。

## 货运改革:资产股权化加速

此次中铁特货上市是推动优质铁路资产资本化、股权化、证券化的重要举措,国铁集团上述负责人表示,这对于持续提高国铁企业治理体系和治理能力现代化水平,增强国铁物流企业核心竞争力,实现高质量发展具有重要意义。

“中铁特货公司上市后,将加快建设安全有序、专业高效、服务优质、布局合理并与其他运输方式有效衔接的现代物流服务体系。”该负责人强调。

解筱文表示,铁路货运改革就是要加快推进铁路运输企业向现代物流企业转型,在适应物流市场新变化新需求中不断扩大市场

份额,增强国铁企业服务经济社会发展的能力,持续提升新时代铁路发展质量。

近年来,铁路企业放开市场竞争的步伐正在加快。2017年,我国18个铁路局完成公司制改革。2018年,京沪高铁开启IPO,中铁特货15%的股权挂牌转让,中铁快运与顺丰成立合资公司。2019年,京沪高铁正式启动A股上市。2020年以来,京沪高铁、铁科轨道、金鹰重工先后成功上市,大秦铁路也成功发行可转债……在这密集的举动之后,中铁特货如今也圆了上市梦,国铁集团旗下3家专业化运输公司中,中铁集装箱子公司铁龙物流早已上市,目前仅剩一家中铁快运还未走上“资本化”之路。

“通过资本化、股权化、证券化,铁路企业可以借助资本市场力量,整合社会资源,融合各方优势,推动战略发展。此外,可以进一步提高铁路企业市场化发展水平,加快体制机制创

新,释放企业发展活力和新动能。”解筱文称。

“货运业务与客运业务相比,竞争属性更强,市场化经营的难度更小一些。”中国企业改革与发展研究会研究员吴刚梁在接受北京商报记者采访时表示:“资本化、股权化、证券化,有利于相关部门转变监管方式,从过去管理实物形态的铁路资产为主,过渡到重点管理价值形态的资本和股权,有利于提高监管效能,促进国有资产保值增值。”

## 市场竞争:由垄断到放开

过去,铁路运输一直是关系国计民生的垄断行业,由于铁路系统体制不够灵活、市场化程度低,导致了铁路系统生产效率较低。而近年来,铁路企业放开市场竞争的决心越来越坚定了,中铁特货是浪潮中的一个缩影。

2013年,我国撤销铁道部,组建中国铁路总公司,成立国家铁路局,隶属交通部,铁路企业市场化改革逐渐加速。

“铁路部门的改革方向是放开竞争性业务,进一步引入市场竞争机制;同时,促进铁路运输业务主体多元化,探索整合铁路集装箱、特货、快运等专业运输企业。”吴刚梁表示。

国铁集团相关负责人介绍,近年来该公司充分挖掘铁路资产资源优势和潜力,推动高铁主营业务板块、专业运输板块和铁路工业及科创板块优质企业股改上市。积极推动国铁资本和社会资本融合发展,分层分类组建了“国铁吉讯”“中铁顺丰”“中铁京东”等混合所有制企业,促进了产业链新业态加快发展。

“十三五”期间,国家铁路资产证券化规模增加4732亿元,资产证券化率由1.3%提高到5.4%。

吴刚梁建议,按照国企改革三年行动的要求,循序渐进实施改革,先从整合竞争性业务、股改上市入手,探索“央地合作”模式,再择机推进混合所有制改革。

北京商报记者 陶凤 吕银玲

## 西街观察 Xijie observation

### 流量不灵了

汤艺甜

“在明天,每个人都能当上15分钟的名人。”

上世纪70年代,美国波普艺术家安迪·沃霍尔的预言早已照进现实。但15分钟就像是黄粱一梦,如今的镁光灯之下,剩下一地狼藉。

就在日前,广电总局出手:坚决抵制炒作炫富享乐、绯闻隐私、负面热点、低俗“网红”、无底线审丑等泛娱乐化倾向,一纸明文终结了那些低质量网红的成名路。

靠“集美”“耶斯莫拉”等热词走红的郭老师、火出圈的“人类高质量男性”徐勤根、“吃个蜜桃好凉凉”的风小逸等,无一幸免。

五年前,2016年第一网红“Papi酱”的一条广告拍出2200万元的天价,此后短视频和网红经济的大门被无限开启。平台添砖,用户热捧,网红和MCN如雨后春笋,以各色面孔、各式姿态霸占着16.9的手机屏幕。

这是最好的时代,高压的现代生活中,博君一笑的套路屡试不爽,一夜爆红的故事接二连三,行业以一种不可思议的速度膨胀。

镜头一端,是荒诞的表演,镜头另一端,是笑到流涕的围观者。有人觉得不必小题大做,类似小丑的行为能解压;有人对此嗤之以鼻,认为网红文化的泛滥是一种病态。

当发展初期的红利吞噬殆尽之时,对流量的争抢进入白热化,网红们的姿态也越发猎奇,从整蛊到装疯,从卖丑到低俗,为了有限的眼球,踏破了

底线,甚至越过了公序良俗的边界。

流量幻境顺势包裹了产业链上的每个人。于网红而言,数据是内容的唯一评判标准,能否从名到利,皆系在点赞评的数字上;站在观众的角度,注意力经济靠15s取胜;两相权衡,一拍即合。周而复始,恶性循环。

顶着百万甚至千万级别的关注度,网红已不只是网红,在镜头之外的公共领域,一举一动能引来全社会模仿,一言一行都打上了极强的社会议题标签,不健康的、媚俗庸俗的内容不仅是对观众智商的侮辱,更是对社会文明不自觉的冲击。

网红还是网红,当审丑的潮流退去之后,只剩千篇一律的躯壳。而一旦跨越道德甚至法治的底线,注定将从顶端跌落。

网络包罗万象,但加了滤镜的数据代表不了真情实力,无底线的唯流量论已经走到了拐点,时间不会容忍裸泳者。在观众日复一日的围观中,靠装疯卖傻造就的流量神话,如同风雨中大厦,坍塌也分外容易。

尼尔·波兹曼在名作《娱乐至死》里直言,将毁灭我们的,可能不是单调乏味的底层生活,而是那些喜闻乐见的“美丽新世界”。

郭老师不是新时代的堂吉珂德,窃格瓦拉也绝不等于对主流的反叛,完全消解严肃的同时,最终也将被时代消解。即便追逐娱乐是人的天性,但人之所以为人,在于那株草草理性的认知。

## 租号玩网游曝光 腾讯网易等被约谈

8月30日,国家新闻出版署印发通知,要求所有游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日的20时至21时向未成年人提供1小时服务。但近期,未成年人通过租号、买号等途径绕过监管乱象曝光,游戏账号租卖已形成灰色产业链。9月8日,中央宣传部、国家新闻出版署有关负责人会同中央网信办、文化和旅游部等部门,对腾讯、网易等重点网络游戏企业和游戏账号租售平台、游戏直播平台进行约谈。

### 禁止向未成年租售账号

防未成年人沉迷网游持续引发关注。据悉,此次约谈的主要内容是要求各网络游戏企业、游戏账号租售平台、游戏直播平台将近期有关要求落到实处,切实保护未成年人身心健康;同时,各网络游戏企业和平台应严格执行向未成年人提供网络游戏时段时长限制,不得以任何形式向未成年人提供网络游戏账号租售交易服务。

与此同时,各网络游戏企业和平台被要求加强网络游戏内容审核把关,严禁含有错误价值取向、淫秽色情、血腥恐怖等违法违规内容,坚决抵制拜金主义、“娘炮”“耽美”等不良文化。

针对游戏“氪金”、直播打赏等问题,约谈也要求各网络游戏企业和平台强化“氪金”管控,杜绝擅自变更游戏内容、违规运营游戏等行为,坚决遏制“唯金钱”“唯流量”等错误倾向,改变诱导玩家沉迷的各类规则和玩法设计。

在游戏宣传推广方面,规范限制明星代言游戏广告,不得为违规游戏提供推广途径。同时还需加强游戏直播管理,高额打赏、未成年人打赏等情况将被禁止。

公开资料显示,国家新闻出版署2020年共检查游戏上万款,会同各级出版管理部门约谈处理企业50多家,查处问题上千条。

随后,腾讯对此回应称:腾讯将认真学习约谈精神,在相关主管部门的指导下,从严落实未成年人防沉迷的相关规范和要求,强化内容安全与合规,坚持正确的价值导向,切实保护未成年人身心健康和茁壮成长。

值得一提的是,在腾讯最新发布财报中披露了未成年游戏玩家贡献的流水比例。2021年二季度,16岁以下玩家对腾讯在中国游戏流水的占比为2.6%,其中12岁以下玩家的流水占比为0.3%。

### 买卖账号争议一直存在

日前,国家新闻出版署下发通知,要求所有游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日的20时至21时向未成年人提供1小时服务,未成年网游防沉迷迎来最强监管。

然而,“上有政策下有对策”,部分未成年人玩家利用身份识别漏洞,钻“实名制”空子等问题也时有发生。

据央视新闻报道,在各大电商平台、二手交易网站,有大量网游“租号”店铺。此外,在手机应用商店,还有“租号”App。未成年人在这些平台“租号”无需核实年龄,通过卖家提供的“上号器”App可直接跳转进入游戏。

事实上,关于买卖游戏账号的争议一直存在,其中账号的使用权与所有权问题是关键因素。部分游戏公司在《用户协议》标明

用户只拥有游戏账号、虚拟物品的使用权。并明确提出,用户有保护自己的账户义务,否则因此造成的损失,游戏厂商不负任何责任。游戏厂商还可以依据《用户协议》对此进行违约处罚,包括封号、冻结游戏账户等。

有业内人士表示,平台、买卖双方需从协议、规则、流程等层面不断完善,减少交易风险发生。而打击未成年人冒用成人账号以及第三方平台买卖成年账号等行为,还需游戏厂商、政府相关部门、家长们共同承担相应责任。

针对游戏账号买卖现象,腾讯游戏官方微博称9月6日晚发布消息称,账号租卖严重破坏游戏实名制和未成年人保护机制,截至目前,腾讯已向超过20家账号交易平台和多个电商平台起诉或发函,要求停止相关服务。

### 将迎来国家标准

在利益的驱使下,黑灰产从业者规避认证的方法也是不断更新,甚至有人为未成年人提供过“人脸验证”的服务。针对网游监管,今年6月1日起正式施行的新修订的未成年人保护法提出,网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者,应针对未成年人使用其服务,设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。

据专家介绍,新修订的未成年人保护法明确,国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。同时按照规定,今年6月1日前所有上线运营的游戏须全部接入这一国家层面的实名认证系统。

另外,根据国家新闻出版署今年7月28日发布的一项公示显示《网络游戏防沉迷实名认证技术要求》拟列入新闻出版业2021年第一批行业标准立项计划。这意味着,网络游戏防沉迷实名认证将迎来国家标准。

北京商报综合报道