

突破结构短板 实现质量效率变革

——中国快递业发展前瞻

□ 赵君君

“全世界年快递量约1000亿件,中国占了一半,相当于两件快递中有一件在中国。”在近日召开的全国邮政工作会议上,国家邮政局局长马军胜这样形容中国快递业的规模。

马军胜说,回首2018年,快递行业规模和收入再创新高。展望2019年,快递业必须突破目前产业结构等方面的短板,实现质量变革、效率变革。

快递行业规模再创新高 结构亟待优化

据国家邮政局统计,2018年,全国快递业务量完成505亿件,同比增长25.8%;业务收入完成6010亿元,同比增长21.2%。新增社会就业20万人以上,支撑网上零售额6.9万亿元,支撑跨境电商贸易额超过3500亿元。

在快递基础设施建设方面,去年新增直接通邮建制村1.6万个,直接通邮率超过98.9%,全国24个省份实现全部建制村直接通邮。实施西部

和农村地区邮政基础设施建设项目,推动网点改造1280处。

在服务现代农业方面,全国乡镇快递网点覆盖率达到92.4%。全年农村地区累计收投快件120亿件,支撑工业品下乡和农产品进城超7000亿元。快递扶贫作用进一步显现。邮政企业依托邮乐网建成线上扶贫地方馆709个,推出“一市一品”农特产品典型项目655个,带动18万户贫困人口增收3.4亿元。快递企业打造服务农业“一地一品”项目905个,覆盖国家级贫困县34个。

马军胜说,去年快递行业不断深化“放管服”改革。全国完成快递末端网点备案12.1万个;进一步优化许可流程,邮政服务5项行政审批时间缩短至法定时限一半,快递许可平均办理时限压缩至12.7个工作日;国际快递业务(代理)经营许可权下放至天津、广东自由贸易试验区;积极探索新业态监管方式,开展对智能快件箱寄递服务和专业末端收投服务企业的省内许可工作。

马军胜认为,中国快递行

业虽然规模大,但是结构不优,70%是电商件、30%是散货件。比照发达国家的快递业,主要服务于制造业,电商件占少数。这是目前中国快递业的短板,今后要推动制造业与服务深度融合,使之成为快递业未来的增长方向。

解决快递企业发展瓶颈 从三方面着力

目前,中国快递业还有不少短板:价值分配不合理、末端基础不牢、快递员权益保障不足等问题未得到根本解决;行业发展方式粗放、快递包装废弃物等问题日益突出,绿色发展任务艰巨;在提升供给体系质量、优化行业生态体系、深化部门、区域协同治理等方面需要创新思路和举措。

马军胜表示,2019年,要制定支持民营快递企业发展指导意见,着力解决制约民营快递企业发展瓶颈。加大关于规范快递末端服务车辆管理和使用工作指导意见落实力度,力争80%以上市地出台车辆通行政策。开展快递从

业人员职业满意度调查,着力保障快递小哥合法权益,改善工作环境。

在提升末端服务方面,出台推广智能快件箱、信包箱建设指导意见,推动各地将智能快件箱、信包箱建设纳入地方民生实事。推动快递末端综合服务站建设,全年新增1万个,总量达到8万个。城市快递自营网点标准化率达到93%。推广智能投递设施,箱投占比达到10%。

在科技创新方面,引导企业应用物联网、大数据、北斗导航等技术,创新提供即时下单、电子报关和跟踪查询等便捷服务。推动研发智能安检系统,利用人工智能提升安检效率和准确性。

在绿色发展方面,到2019年年底,电子运单使用率达到95%。推动电商平台共商共治,力争一半以上电商快件不再进行二次包装。推动1万个邮政快递网点设置塑料制品、纸箱等包装废弃物回收装置。推动快递业绿色包装指南落地实施。



河南省濮阳市检察院组织“服务乡村振兴战略助力平安建设基层行”活动

1月10日,河南省濮阳市检察院经开区检察室迎来自多省市人大代表、政协委员调研“服务乡村振兴战略助力平安建设基层行”活动。2018年6月份以来,该检察室成立5个检察工作站,检察干警立足于130多个行政村、30余所学校、120多家企业,组织下沉,一岗双职,有效倾听群众呼声、切实了解群众诉求,开辟检察机关延伸法律服务、接受群众监督新渠道,实为改革创新检察机关服务窗口、机构融合的地方实践。图为调研活动座谈会现场。(本报记者 韩振峰 摄)

经济动态

我国快递业将打好“三大攻坚战”

快递业务量今年预计突破600亿件

本报讯 2019年全国邮政工作会议近日在北京举行。该会议预计,2019年中国快递业务量完成600亿件,同比增长20%;业务收入完成7150亿元人民币,同比增长19%。

国家邮政局局长马军胜说,2019年将扎实有效打好三大攻坚战。一是坚守寄递安全底线。2019年,建立安全生产信息报送分析制度;落实实名收寄管理办法;做好邮政业反恐、禁毒、扫黄打非、打击侵权假冒、濒危野生动植物保护等专项工作。据了解,目前,邮政快递行业实名率达到98.9%,安检机配置累计超过1.3万台。

二是助力精准扶贫和乡村振兴战略。2019年基本实

现全国建制村直接通邮;推广“农产品+大同城”寄递服务模式,全年新增邮乐购站点3万个;推动农村地区自提网点、公共取送点、县级快件分拨中心共建共享共用;2019年年底全国乡镇快递网点覆盖率达到95%;重点扶持老少边穷地区培育特色农产品品牌。

三是建设绿色邮政,降低快递封装胶带、传统塑料袋平均用量。到2019年年底,电子运单使用率达到95%,循环中转袋使用率达到70%;推动电商平台一半以上电商快件不再进行二次包装;推动1万个邮政快递网点设置塑料制品、纸箱等包装废弃物回收装置。(刘育英)

信息消费成为经济增长新动能

信息消费规模约5万亿元

本报讯 中国互联网协会近日发布了《中国互联网产业发展报告(2018)》(以下简称《报告》)。(《报告》显示,2018年,我国信息消费市场规模继续扩大,信息消费的规模约5万亿元,同比增长11%,占GDP比例提升至6%。信息服务消费规模首次超过信息产品消费,信息消费市场出现结构性改变。

随着新兴消费群体规模不断壮大,消费能力持续增强,消费习惯逐渐改变,消费需求转型升级,我国信息消费市场各个细分领域与新技术持续深度融合,新模式、新业态、新产业不断涌现,信息消费成为推动

我国经济增长的重要力量。

据了解,目前,信息消费已经渗透到居民衣食住行的全服务过程中,有力推动了我国经济由高速增长转向高质量发展,促进我国经济实现更高层次、更高层次的供需新平衡。

此外,根据《报告》,2018年国内5G测试进入第三阶段(系统组网验证)关键时期,中国移动、中国电信、中国联通分别于试点城市进行了5G规模及商用实验,设立开放实验室并开展垂直领域研究,涵盖了工业互联网、智慧城市、智慧冬奥、智慧医疗、智慧教育等众多5G新领域。(王鹏)

2018年国内手机出货量超4亿

同比下降15.6%

本报讯 中国工业和信息化部下属中国信息通信研究院近日发布数据显示,2018年,我国国内手机市场总体出货量4.14亿部,同比下降15.6%,其中4G手机3.91亿部,同比下降15.3%。

在出货量下降的同时,新上市机型也在减少。2018年,上市新机型764款,同比下降27.5%,上市新机型中含2G手机171款、3G手机3款、4G手机590款。

国产手机虽然出货量下降,但在市场中占比接近九成。信通院数据显示,2018

年,国产品牌手机出货量3.71亿部,同比下降14.9%,占同期手机出货量的89.5%。

2018年,智能手机出货量3.90亿部,同比下降15.5%,占同期手机出货量的94.1%。智能手机市场的集中度在提高。2018年,排名前10的厂商合计出货量份额达到93.0%,较上年同期提高7.9个百分点。

目前全球手机品牌进入调整期。近日,苹果下调2019财年一季度营收预期。中国国产手机品牌金立、锤子等也遭遇经营困境。(刘育英)



童装之都 新年迎来产销旺季

新年伊始,浙江省湖州市吴兴区织里镇的大批童装企业已经开完了童装订货会,接到了大批春装、夏装的订单,企业迎来了新年产销旺季。素有“中国童装之都”之称的湖州市织里镇共有童装类企业1.3万家,童装电商企业7000余家,2018年年产童装14亿件(套),年销售额550亿元。图为织里镇一家童装企业在按照订单加紧生产童装。

新华社记者 徐显 摄

转型升级 提质增量

——中国丝绸业70年“蝶变”之路综述

□ 王优玲 林红梅

新中国成立70年来,我国丝绸业在改革开放中“蝶变”,竞争力增强,品质提升。在“互联网+”、消费升级的趋势下,丝绸业焕发新的生机,迎来黄金发展期。

“茧丝绸产业是我国具有深厚文化底蕴的历史经典产业。丝绸业的兴盛,和中华民族的复兴紧密联系在一起。”中国丝绸协会名誉会长杨永元说。

繁荣背后蕴藏危机 曲折之中艰难前行

中华民族在历史上,一直对丝绸产业处于绝对的垄断地位,诞生了著名的丝绸之路。但伴随鸦片战争后中国的积贫积弱,中国丝绸产业一路衰退,1949年丝绸产量仅约2.5万吨。新中国成立后,丝绸产业重新崛起为国家出口换汇的支柱产业,由国家进行全链条的丝绸专营。

“丝绸是国家出口换取美元的拳头产品,是国家的‘宝

贝’,一年为国家挣回10亿美元,占全国外汇的1/10。”杨永元沉浸在回忆里。

改革开放后,由于丝绸具有能够换汇的强大利润能力,国家放松计划管控后,地方政府大干快上,丝绸产业迎来了1984年~1994年的10年黄金期。

繁荣的背后蕴藏着危机。在价格双轨制,出口创汇鼓励和利润刺激下,1986年爆发了持续3年的蚕茧大战。在混乱的市场秩序和错误的市场信号刺激下,出现大量丝绸产品以次充好,以假乱真、坑蒙拐骗等现象,破坏了丝绸在国际上的信誉,中国丝绸在国际上卖不动了,全面亏损。

民营企业品牌崛起 丝绸业焕发新生机

在困境中找出路,在逆境中求生存。专营体制轰然倒塌,丝绸产业作为受冲击最重的行业率先转型。经过改制转型,中国丝绸业从国家专营、国有经济为主,转变为民营、国有

混合,以民营为主的格局,企业成为市场自主经营的主体。

中国丝绸协会副会长、丝绸之路集团董事长凌兰芳说,2018年是改革开放40周年,也是中国丝绸业重新跃上世界第一宝座30周年,还是国内蚕茧大战结束30周年。在改革开放中,中国丝绸重新焕发出新生机。

来自商务部市场运行和消费促进司的统计数据显示,在蚕茧产量上,我国茧丝产量占世界总产量的比例持续上升,近几年稳定在75%~80%,稳居世界第一。

在工艺上,我国丝绸业拥有当今世界上最先进的丝绸制造工艺技术。由中国主导的第一个生丝电子监测国际标准最近获得国际标准化组织通过。数码印花、电子图案设计等新技术在行业大量运用,适应市场对丝绸产品短平快的变化需求。

在产业水平上,从以出口生丝、绢纺为主的初级产品转型升级为生丝、丝绸、服装等全

链条产业。丝绸产品的消费品档次、质量、花色实现了国际、国内接轨。据商务部数据显示,全国2017年真丝绸商品出口达35.6亿美元,同比增长23%。

同时,社会各界对丝绸传统文化元素深入挖掘,“丝绸+旅游、丝绸+文化、丝绸+创意”等快捷融合迅速发展,蚕桑科普基地、丝绸小镇等新业态冒出。一批民营企业丝绸品牌崛起,湖州的丝绸之路、翔顺;杭州的万事利、绍兴的巴贝、南通的鑫缘、广州的丝丽、苏州的华佳等。企业以市场需求为导向,不断满足消费者对丝绸品质的需求,工匠精神体现明显。

丝绸业还成为“一带一路”中率先走出去的先锋产业。据商务部蚕茧办有关人士介绍,近年来,中国丝绸企业加大了在乌兹别克斯坦、缅甸、非洲等国家和地区蚕茧产业的投资力度,蚕种、桑苗远销希腊、中亚等国家和地区,中国蚕茧丝绸企业全球布局更趋活跃。



社会各界对丝绸传统文化元素深入挖掘,丝绸+旅游、丝绸+文化、丝绸+创意等快捷融合迅速发展,蚕桑科普基地、丝绸小镇等新业态冒出。企业以市场需求为导向,不断满足消费者对丝绸品质的需求,工匠精神体现明显。