

产经观察

2020年我国农村地区收投快件超过300亿件，直投到村比例超过50%

快递进了村 货物送上门

本报记者 李心萍 祝佳祺

观察台

推动银发产业发展壮大，应多从供给侧发力，补上老年用品不好用，老年人不会用、不敢用的短板

银发产业，多从供给侧发力

邱超奕

提起老年用品，你会想到啥？拐杖、轮椅和扶手？没错，但除了这“老三样”，许多全新的高科技产品正在涌现——站立式电动轮椅、人工智能跌倒侦测系统、无障碍可升降厨房……前不久举行的上海国际养老、辅具及康复医疗博览会上，这些创新成果刷新了人们对晚年幸福生活的想象，原来，老年用品还能这么丰富、这么便利！近年来，我国人口老龄化程度加深，在相关企业的努力下，我国老年用品种类更多，市场潜力也更大。工信部等部门预计，到2025年我国老年用品产业总体规模将超过5万亿元。不过，对于老年用品产业的发展前景，一些人依然有疑问：老年人消费意愿可能不强，老年用品市场能火起来吗？

应当看到，未来一段时间，我国老年人口规模越来越大，随着收入水平提高，他们的消费需求、消费理念也会升级拓展，数千万失能半失能老人对老年用品还有刚需，因此老年用品市场增长的“硬支撑”是足够的。2020年，有电商研究报告显示，老年群体消费金额此前3年的复合增长率达20.9%，疫情防控期间消费增速仅次于“00后”。由此可见，“银发族”消费意愿不可谓不强。

推动银发产业发展壮大，要多从供给侧发力。当前，与日益增长的多样化、多层次老年消费需求相比，我国银发产业供给较为滞后，供需不能很好地匹配，集中体现为一些老年用品不好用，不少老年消费者不会用、不敢用。比如有老年人反映，自己的老人手机声音大小、字看不清，坐浴椅不能调整高度，小家电新功能多、看不懂标识，想在墙上安装扶手却担心装不牢靠、缺乏规范，等等。种种不便在很大程度上削弱了老年人的消费意愿。

更多从供给侧发力，推动银发产业发展，至少要围绕三关：在制造端多下功夫，提供“好用”的产品。相关企业应深入研究老年人的特殊需求，贴近他们的使用习惯，加强软硬件方面的适老化改造，比如多采用语音控制替代按键输入、用柔性生产满足个性化定制等，减少老年人在使用过程中的困难和不适，让产品方便好用。

在质量上严格把关，增强“敢用”的信心。老年用品服务于老年人，使用安全性是第一位的。这既需要生产企业引起重视，也需要相关部门加强监管。老年用品种类繁多，不少产品在选材、安装等方面缺乏安全标准，相关部门应尽快完善质量标准规范体系，提升银发产业的整体质量和信誉。

在流通上搭建“桥梁”，创造“会用”的条件。大街上，老年用品超市或专卖店往往难觅踪迹，上电商也几乎找不着老年用品专区。尽管一些新型老年用品功能多、用处大，但不为老人不会使用，甚至根本不知道新品上市。究其原因，并非产品本身不好，而是流通环节等不畅，阻碍着他们知晓、使用老年用品。在线下，应多创造体验场景，比如促进老年用品产业和养老服务融合，在养老机构投入新型产品等，方便更多老年人试用、购买；在线上，应引导电商平台做好推广和分类，畅通老年人了解、获取新产品的渠道。

随着越来越多的老年用品推陈出新，也出现了一些新问题。有些新型老年用品打着健康的幌子，实际上却是“伪科学”，还有些智能产品看似先进，背后却侵犯老年人个人隐私。对于这类新问题，相关部门应及时加强监管，共同维护好银发产业的发展环境。

资讯速递

潍坊北站助力困难群众就业

本报电 在山东潍坊北站，62岁的纪世勇身穿蓝色工作服，戴着橡胶手套，正认真地用84消毒液对卫生间、洗手盆等做消毒防疫工作。对于这份工作，纪世勇格外珍惜。前几年，他唯一的儿子遭遇车祸身亡，留下了一对双胞胎孙女，妻子长年患病吃药，儿媳侍业在家。做过手术的纪世勇干不了重活，只能将家里的5亩地承包出去，自己打打零工，5口人一年收入不到2万元。“现在我每月工资2100元，加上儿媳也有了新工作，去年全家收入4万多元，日子越来越红火！”如今的老纪干劲十足。

据悉，潍坊北站与当地街道共建成立扶贫联系点，为困难群众提供80个保洁岗位，并联合当地街道组成3支结对帮扶队伍，定期到高铁周边村庄困难家庭进行走访慰问，努力帮助困难群众。（梁虹）

本版责编：丁怡婷 制图：张芳曼



833.6亿件、300多亿件，这是2020年邮政快递业在全国、农村地区的业务量数据，农村地区业务量比重达36%。而2019年，这一占比只有24%左右。可以说，农村市场正成为邮政快递业新的“增长极”。

当前，快递下乡进村进展如何？各大快递企业如何发力新“增长极”？快递给农村地区带来哪些改变？记者进行了调查采访。

农村出现新变化 快递进村，消费品下乡有了落脚点、农产品上行通了“专快线”、就地就业机会也更多

“阿达克来了！骑着马进村了！”白哈巴村位于新疆阿勒泰地区哈巴河县铁热克提乡，阿达克进村是村民们最盼望的事情之一。

骑着马的阿达克是送件的快递小哥。进村时，他带来了在外打工者寄回来的衣服、玩具，村民网购的商品；出村时，又捎上了当地的特产。一进一出，白哈巴村与外面的世界有了新的连接。

“从村里到乡里，有30多公里山路，从乡里到县里，还有100多公里，以前上县城取快递得花一天时间呢。”白哈巴村村民杰恩斯古丽说，现在快递直接进村、送到家，真好！

国家邮政局数据显示，2020年，我国基本实现快递网点乡镇全覆盖，直投到村比例超过50%。不断下沉的快递服务网络，给农村地区带来了新变化。

快递进村，消费品下乡有了落脚点。“过去快递不进村，村民只能进城取件，费时费力，网购一点也不方便。”谈起以前的取快递经历，广西东兴市河洲村村民陈锦福眉头紧锁。

可自从快递进了村，陈锦福的网购热情一下子高了。“你看我这一身，全都是网上买的，家里的东西也是。”陈锦福说，从小日化到大家电，从国产品牌到进口产品，便捷的快递正悄悄改变农村居民的生活方式。

“快递服务网络的下沉，支撑信息流、金融流、商品流在农村‘三流合一’，极大地释放了农村的消费潜力。”国家邮政局发展研究中心研究员刘江说。快递进村，农产品上行通了“专快线”。饶河县，位于黑龙江双鸭山市东北部，是国家级东北黑蜂自然保护区核心区。可物流不畅，好东西卖不出，村民们守着“金山”，腰包却鼓不起来。

“村里通了快递，蜂蜜独立包装后在电商平台销售，价格可达20元/斤。现在日子可美了！”养蜂专业户李淑英呵呵地说，以前自家的蜂蜜除了过路人买一点，只能以10元/斤左右的价格批量卖给县里的加工厂，有时产量高了，价格更低，甚至比白糖还便宜。

据测算，在饶河县农村投递一段，共有21户蜂农，产蜜约15万斤，快递进村后可增收120万元。久负盛名的饶河黑蜂椴树蜜借助快递的渠道，插上“翅膀”飞到了全国各地。

“2020年，农产品快递业务量超过100亿件，支撑农产品销售额超过4000亿元，同比增长30%，成为农产品上行的重要通道。”刘江说。

快递进村，农村就地就业的机会也更多。高飞是饶河县一名“邮掌柜”网店店长，村民们有啥特产，都可以寄在高飞的店里卖。“优质大米、林下产品、乌苏里江开江鱼、赫哲族的民俗工艺品等，买家在网上下单，我当天就能用快递发走，开网店有奔头啊！”高飞喜滋滋地说。

2020年，全国共培育出60个业务量超千万件的快递服务现代农业金牌项目，总件量11.77亿件，助农销售总计655.18亿元。

我国光伏累计装机量连续六年居全球首位 光伏产业保持增长势头

本报记者 丁怡婷

在沙漠腹地、在楼宇外墙、在农家鱼塘，一块块光伏“蓝板”，将清洁电力送向千家万户，有的还成为老百姓的“阳光存折”。2020年，我国光伏新增装机规模48.2吉瓦，同比增长约60%，累计装机规模已达253吉瓦；在制造端各环节，多晶硅、硅片、电池片、组件产量同比分别增长14.6%、19.7%、22.2%和26.4%。

“在新冠肺炎疫情肆虐全球、世界经济陷入严重衰退、外部环境更加复杂严峻的背景下，这份‘成绩单’来得非常不容易，可以说是‘逆势而上’，超出了行业预期。”中国光伏行业

全国6.2万个建制村借助合作实现快递进村。在湖北襄阳市南漳县，这里的快递企业选择“抱团进村”，即快快合作。

在自动化分拣线的轰鸣声中，菜鸟网络共配项目有关负责人王伟感慨万千。谁能想到，这是一个整合了中通、申通、圆通、韵达、百世5家快递企业的分拨中心，设备、场地、人员、经营、财务全部合并，所有的快递包裹在这里进行统一的分拣、操作。

“以前，大伙儿也提过共配，就是简单找一些代理点，来派发乡镇地区的快递包裹。可随着农村地区包裹量的增长，这种简单的共配模式效率较低，无法满足消费者的需求。”王伟说。

在此背景下，快递企业探索成立合资公司，建立以县域快递共配中心和乡镇共配网点

为依托的农村共配网络。“在此过程中，菜鸟网络提供技术支持，实现快递企业操作系统统一化，让各大企业的包裹可以在一套信息系统中流转处理，提高快递处理效率，保证快递时效。”王伟说。

多措并举促“进村” 今年年底东部地区有望基本实现快递服务直投到村

经过近年来的发展，快递进村成效显著，但无论是邮快还是快快合作模式，在落地、推广过程中，仍存在不少难点、堵点。调查采访中，不少受访企业表示，派费如何分配是最难的问题。

以加盟制企业为例，网点每揽收一件快件提成在1.5元至2元，每派送一件快件，总部补贴1元左右的派费。但实际工作中，派送快件的成本远远高于1元，特别是在乡镇地区，由于

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。

根据中国光伏行业协会的预测，2021年我国光伏新增装机规模将继续保持增长，可能达到55吉瓦至65吉瓦。“十四五”时期国内年均光伏新增装机规模可能达到70吉瓦至90吉瓦。与此同时，国内电站大基地建设将成为发展趋势，大尺寸高功率产品将进入快速发展阶段。行业专家认为，接下来，“充电桩+光伏”“特高压+光伏”“大数据中心+光伏”等应用，也将给光伏产业带来更多的发展空间。

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。

根据中国光伏行业协会的预测，2021年我国光伏新增装机规模将继续保持增长，可能达到55吉瓦至65吉瓦。“十四五”时期国内年均光伏新增装机规模可能达到70吉瓦至90吉瓦。与此同时，国内电站大基地建设将成为发展趋势，大尺寸高功率产品将进入快速发展阶段。行业专家认为，接下来，“充电桩+光伏”“特高压+光伏”“大数据中心+光伏”等应用，也将给光伏产业带来更多的发展空间。

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。

根据中国光伏行业协会的预测，2021年我国光伏新增装机规模将继续保持增长，可能达到55吉瓦至65吉瓦。“十四五”时期国内年均光伏新增装机规模可能达到70吉瓦至90吉瓦。与此同时，国内电站大基地建设将成为发展趋势，大尺寸高功率产品将进入快速发展阶段。行业专家认为，接下来，“充电桩+光伏”“特高压+光伏”“大数据中心+光伏”等应用，也将给光伏产业带来更多的发展空间。

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。

根据中国光伏行业协会的预测，2021年我国光伏新增装机规模将继续保持增长，可能达到55吉瓦至65吉瓦。“十四五”时期国内年均光伏新增装机规模可能达到70吉瓦至90吉瓦。与此同时，国内电站大基地建设将成为发展趋势，大尺寸高功率产品将进入快速发展阶段。行业专家认为，接下来，“充电桩+光伏”“特高压+光伏”“大数据中心+光伏”等应用，也将给光伏产业带来更多的发展空间。

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。

根据中国光伏行业协会的预测，2021年我国光伏新增装机规模将继续保持增长，可能达到55吉瓦至65吉瓦。“十四五”时期国内年均光伏新增装机规模可能达到70吉瓦至90吉瓦。与此同时，国内电站大基地建设将成为发展趋势，大尺寸高功率产品将进入快速发展阶段。行业专家认为，接下来，“充电桩+光伏”“特高压+光伏”“大数据中心+光伏”等应用，也将给光伏产业带来更多的发展空间。

价格较大幅度上涨，各大企业已经开始签订长单，保障产品供应；其次，新能源配储能力方面，储能盈利模式依然单一，经济性仍有待改善；外部环境错综复杂，非技术成本占比仍然较高等也给行业发展带来挑战。

“目前随着总体成本的下降，光伏行业非技术成本占比越来越高。据统计，大约有15%的成本并非光伏企业自身能够控制，比如土地、税收等，希望加大这些非技术成本的减负力度。”天合光能董事长高纪凡说。