

养成习惯、补齐短板，县城居民网购体验再升级——

# 西藏江孜 网络消费更方便

本报记者 徐驭尧

## 构建新发展格局 县域消费观察

刚拿到手的包裹，拆了包装，打开折叠的平衡车，试了一下，小伙子便心满意足地把这个新鲜玩意儿装回箱子里，拎着回了家。这一幕发生在海拔3700多米的西藏自治区日喀则市江孜县快递点门口。

“县里网购的人越来越多，大家经常购买些新奇玩意儿——光是这个平衡车，县里都有好几台。”快递点的工作人员说。

在网购大潮中，像江孜这样的偏远县城，也出现了消费的新亮点。

### 习惯改变

“我们也能买到天南海北的商品”

江孜县冈行中学教师巴片有着10多年的网购经历。哪怕之前在江孜县下辖的乡镇工作，她也时常通过网络购买商品。“我从拉萨来，刚到江孜的时候，很不适应这里的线下商业，很多喜欢的东西都买不到。所以就会网购一些衣服和生活用品。”巴片说。

江孜县机关干部央吉的网购习惯，养成得更早。在河北石家庄读书期间，她就学会了网购。“像我一样的西藏青年很多都在东部地区求学和生活过，那边网购发达，等我们回到家乡，也会带着网购的习惯回来。”

消费习惯改变背后，还有商品种类的变化。打开巴片的手机，电商平台购物车里满是各类时髦的服饰、新奇的玩具和进口的零食。“如今家里买东西，最先想到的就是网购，只有急用的生活必需品才会去线下的超市购买。”巴片说。

随着网络和智能手机的普及，年轻人接受外界信息的速度加快，也让他们有了更开阔的视野，愿意尝试更多的商品和销售模式。巴片说：“看直播的时候了解到一款商品，我觉得好，就直接下单；明星带货，我会去搜索同款；看到微信里公众号、朋友圈的推荐，我也愿意来试一试。”

当然，像江孜这样的偏远地区，网购对于一些文化水平不高的农牧民来说，还是有些困难。不过，这部分消费热情并没有减弱，而是通过“代买”的形式得以释放。

走进江孜古堡脚下的拉则社区，在且增

### 核心阅读

快递物流所需时间越来越短，身边的电商服务越来越到位，在海拔3700多米的西藏自治区日喀则市江孜县，网购已经成为不少人的购物选择。

消费亮点的背后，不仅是物质生活的丰富，也是生活习惯的养成。通过互联网，偏远县城的人们连接上了更大的世界。

扎西的小店里，堆着及腰的包裹，这都是乡亲们购买的商品。且增扎西在开店的同时，也经营着社区里的电商服务中心，周围不会网购的乡亲们来他的小店通过网络购买商品，快递送到且增扎西的店里，再由邻居们自取。

“江孜虽然相对偏远，但是通过网络，我们也能买到天南海北的商品。”说起如今买东西的体验，巴片露出了满足的笑容。

### 物流改进

“这些年，包裹量增长了一两百倍”

2012年，杨重运从外地来到江孜，做起

了快递服务，儿子杨鹤在2017年也到了江孜，成了父亲的同行。一晃快10年，父子俩见证了快递业在这里的发展。

曾经，邮政是江孜唯一的快递企业。但随着像杨鹤这样的从业者的到来，如今江孜已经基本被主要快递物流企业所覆盖。

“2012年的时候，江孜快递业务刚刚起步。我听爸爸讲，一天正常三五个快递，多也就10个。”杨鹤回忆，“现在，我经营的加盟营业点一天三五百个包裹是常态。保守估计全县的包裹数量能达到一天近千单。这些年，包裹量增长了一两百倍。”

转折出现在2017年——那一年，快递点单日包裹数量第一次达到了100件。在和顾客的交流中，杨鹤发现，4G网络的开通和普及，是网购得以推广的重要动力。“有了更快更好的移动网络，购物的体验逐步提升，大家愿意在网上浏览信息、订购商品。网络不但是购物的渠道，也是了解商品的渠道。”

与网络提速同步，物流服务的提速也改善了县城居民的购物体验，让他们更乐于网购。杨鹤介绍，2015年起，通往江孜的道路逐步升级，往日需要在各种颠簸路面上行驶多日的大货车可以平稳快速地开进县城；2018年，日喀则机场开通物流直达，机场高速也在不久后修通，很多空运件不用途经拉萨等地转运；日喀则的物流集散地信息化和自动化程度近年来也不断提升，分拣、配送效率大大提高。

“10年前，一个包裹路上需要十几天，我们还不跟客户保证时效。现在陆运7天左右，航空件3到4天，物流环节改善是电商消费体验提高的重要保障。”杨鹤说。如今，网购的人越来越多，有些还是“网购大户”。“有

个年轻人一次网购了37个包裹，把我们吓了一跳，一车包裹几乎都是她一个人的。”

### 模式改良

“打造更多细分化、有特点的电商新模式”

“电商消费蓬勃发展，但却依旧有‘成长的烦恼’。江孜县委常委副书记、上海援藏干部张毅说，“商品种类丰富了，物流速度也比原来快了，但是整体来说成本依旧比较高——物固然美，价却未必廉。”

在张毅看来，县域消费的增长不仅指县城居民的消费，也应该包含周边乡镇村庄在内的全县群众消费。利用好县城的辐射效应和服务效应，才能以县城为龙头带动县域经济的发展。

“比如，江孜县一些乡镇希望在县城建设一个面向本地的电商平台，以聚合本地居民需求的方式向商家进行议价。一方面可以降低商品价格，另一方面也能通过大量采购压低物流成本。”张毅说，“这是一种针对偏远地区的新尝试。”

除了本地消费者主动聚合需求，电商平台也可以通过规模效应降低成本。有电商行业从业者表示，目前随着一批主攻下沉市场的电商兴起，大家都在思考，这个领域应该如何拓展业务。“这块市场大，但是消费者分散购买给平台带来的利润并不高，主要是物流成本过高。”一位从业者说，“随着这些地区人群购买行为数据的进一步丰富，电商平台可以通过大数据等方式对一个地区的消费行为进行预判，进而通过搭建本地仓的方式降低物流和配送成本。”

“偏远地区基础设施底子薄，同时群众消费需求分散，利用线下消费来满足多样化的本地需求难度更高，由此看电商消费的蓬勃发展是一种必然。”上海财经大学电子商务研究所所长崔丽娟说，“下一步，电商平台有必要向县域特别是偏远地区区域进一步探索、发现新市场，打造更多细分化、有特点的电商新模式，让电子商务的生态更加丰富和健康，也给群众带去更多的消费选择和发展红利。”



图①：当地群众在快递点取货。  
图②：快递点工作人员从车上取下快递。  
李攀昊摄(人民视觉)

## 消费带动生产，也带动发展

对于偏远县城的消费者来说，电商扩大的是消费，扩展的是见识。一次次消费购物，不仅提升了生活水平，也让他们有机会与更广阔的世界连接。

观念一变天地宽。消费多了，“这些东西我们为啥不能做？”这个念头在一些人心里生根发芽。特别是对于年轻人来说，潮流和时尚在手，机会之门也就打开了——找到具有比较优势的商品，县城也能成为创业的热土，那些熟悉电商、紧跟潮流的年轻人，就是产业成长的重要力量。

进一步看，随着生产日渐兴旺，很多问题也会随之解决。就物流而言，生产规模扩大

意味着物流成本会在规模效应下被摊薄，县城的物流配送也会变得更为顺畅。在中西部地区，一些地区孕育的电商村、电商镇等都帮助当地降低物流成本，也惠及了当地群众。这是一个正向反馈的过程，产业的规模越大，物流的成本越来越低，消费的便利程度就会越来越高。

消费带动生产，也带动发展。构建一个健康的经济循环，需要生产和消费“双轮驱动”，帮助消费者走向美好的远方。

### 记者手记



## 推进网贷存量风险出清 4676家网贷机构停止开展业务

本报北京4月26日电（记者欧阳洁）记者从日前召开的网贷风险专项整治工作电视电话会议上获悉：中央部门和地方建立常态化监测机制，及时取缔违规机构。截至2020年末，4676家纳入专项整治的网贷机构全部停止开展业务，3210家网贷机构存量业务已经清零，对存量尚未清零的机构，建立跟踪机制定期通报督导。公安机关缉捕外逃犯罪嫌疑人近百名，累计追缴涉案资产价值约860亿元。会议指出，网贷专项整治工作的重心已转入存量风险处置和长效机制建设，要求持之以恒做好网贷存量风险处置工作，坚决维护人民群众合法财产利益。

会议要求，加大正常退出机构风险化解力度，持续加大监测力度，严禁停业机构开展新的网贷撮合业务，并加强对重点平台监测。同时要依法加快刑事立案机构资产处置进度，切实做好“阳光办案”，及时公布案件处置进展，回应出借人关切。对于难以良性退出、出借人反映强烈的机构以及停业后转入线下继续经营的机构，要尽快将线索移送公安机关。

会议同时要求，要健全网贷风险监管长效机制，对任何非持牌从事互联网放贷业务的平台，一律按照非法金融活动进行查处，坚持鼓励金融市场依法公平竞争，着力破除垄断，防止资本无序扩张，及时制止“伪创新”“乱创新”。



近日，重庆一家商业综合体在两江新区开业。在这座商业体内，拥有高达42米的立体垂直景观，20米高的室内景观瀑布飞流直下，近300种、7万株植物还原自然风貌，让消费者享受沉浸式购物体验。图为4月25日，市民在购物、休闲。

孙凯芳摄(影像中国)

## 我国农村集体资产『底清账明』

清查核实农村集体资产六亿五千万

本报合肥4月26日电（记者常钦）记者从安徽省凤阳县小岗村召开的农业农村政策与改革工作会议上获悉：截至目前，我国清查核实农村集体资产6.5万亿元，集体土地等资源65.5亿亩，确认集体成员9亿人，完成了农村承包地确权登记颁证，将15亿亩承包地确权给2亿农户，完善承包合同并颁发2亿份证书，基本实现“底清账明”。

着眼于农业现代化，加快构建小农户与现代农业有机衔接体制机制是深化农村改革的一项重要任务。据介绍，目前，纳入名录系统的家庭农场超过300万个，依法注册登记的农民专业合作社225万家，带动1亿小农户，农业社会化服务组织90万家，服务7000万农户。

今年要基本完成农村集体产权制度改革阶段性任务。各地要认真抓好成员界定、证书发放、登记赋码、资产管理、资料归档、总结表彰等关键环节，层层压实责任，规范有序推进，确保年底前如期保质完成各项任务。要稳步推进二轮承包试点。去年，农业农村部在16个省、20个县开展了以村组为单位的二轮承包试点，今年还要继续扩大试点范围，在有条件的地区开展整乡试点，进一步摸清可能遇到的各种问题，探索切实可行的解决方案。要扎实推进新一轮宅基地制度改革试点。

### 推动绿色转型与智能升级

## 国产新能源汽车 营造出行新体验

本报记者 马原

“这两年身边买新能源车的朋友越来越多，单位和小区也都有了充电桩。”北京青年小叶结婚后的第一件事就是以家庭为单位申请北京小客车新能源指标。

国务院发布的《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》指出，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。

工信部数据显示，我国新能源汽车产销量连续6年位居全球第一，累计推广超过550万辆。国产新能源汽车正踏着中国智造的产业升级阶梯不断前进。

### 电池技术革新推进绿色转型

“2020年，中国汽车市场成为全球车市为数不多的亮点，年销量占世界汽车总销量的份额提升至33%。”中国汽车工业协会有关负责人说。以电力、氢能源为动力的新能源汽车正成为重要交通工具。

新能源汽车之所以被寄予厚望，是因为国产品牌在核心技术上有“换道超车”的可能。近年来，以三元锂电池、磷酸铁锂电池为攻坚方向，国产品牌在包括动力电池、驱动电机、电控系统等在内的核心零部件领域处于国际先进水平。

“高温和碰撞会打破锂电池内部的化学物质平衡稳定。”业内人士解释。作为自主研发动力电池同时生产整车的国产品牌，威马汽车自主研发的电池包技术，能够确保电芯温度始终保持在安全范围内；电池包由高强度钢结构层层分隔包裹，可有效抵御碰撞和挤压带来的冲击。

通过研发安全、可靠、耐用的全球领先的电池包平台化技术，国产品牌可实现电池质量安全可控，同时加快推进能源绿色转型，助力实现碳达峰、碳中和目标。

### 大数据赋能优化出行体验

随着智慧道路、通信网络、云端技术等科技融合发展，新能源汽车产业将传统汽车在零部件、整车研发生产及营销服务企业之间的工业链条逐步演变成汽车、能源、交通、信息通信等多领域多主体参与的“网状生态”，网联化趋势将加速全行业的信息化发展。

3月11日，工信部组织召开智能网联汽车相关座谈会。有关人士在会上表示，智能网联汽车是未来产业发展的战略制高点，当前正处于技术快速演进、产业加速布局的关键阶段。得益于卫星遥感技术、5G通信基础设施建设，国产新能源汽车在智能网联化的研究上成果颇丰。

“网联化背景下，卫星通信、高分遥感卫星、人工智能等技术除了落地在新能源汽车的自动驾驶等应用上，也可实现网上检修汽车、车家互联，人在车里就能远程控制智能家居产品。”威马汽车创始人沈晖说。

立足自主研发，国产新能源车企打通了汽车研发、生产制造、新零售等各个环节，利用移动端大数据为消费者量身设计最佳出行体验。据悉，截至2020年10月，威马汽车已获国内专利868项。

### 新能源汽车将高度智能化

“新能源汽车的智能系统让我提前感受到科技感和未来感。”来自广州的李妙知话语间都是赞赏。这位“80后”购买威马汽车已经3年，他十分看好未来新能源汽车的无人驾驶、自动驾驶、疲劳检测等功能。

智能化为什么总和新汽车联系在一起？一位汽车从业者说，车载智能设备需要很多电控器件和传感器，燃油车的节气门、变速箱等复杂部件都会增加智能化控制的难度和成本。而对新能源汽车来说，经电脑处理后的数据可以直接传给电机、电池、电控三大部件，能在短时间内实现精准控制，成本更低。

当前，多个国产品牌的新能源汽车已达到高度智能化。以威马汽车为例，用户可使用自然语音交互、语音控制、自动驾驶和自动泊车功能。

“未来新能源汽车的智能属性会越来越强。”沈晖分析，“安全、舒适、高效节能都将成为新能源汽车智能化的发展方向。”