网上中国

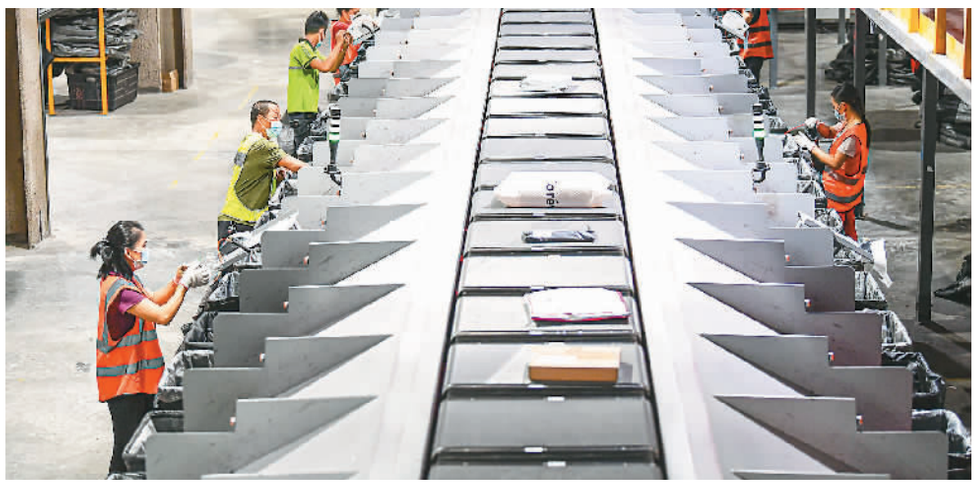
勾建山作（新华社发）

"复兴号"装运、机器人分拣、大数据调度

今年"双11"，快递在提速

海外网 李雪钦

今年"双11"有了新玩法，电商平台纷纷拉长促销战线，在10月末就开启"双11"预售，促销活动从数日延长至半个月。超长"双11"的背后，不仅是电商平台的竞争，也是快递速度的较量。物资储备、车辆调配、人员增补……多家快递公司铆足了劲应战"双11"。



11月8日，在顺丰速运海南省海口市美兰中转场，工作人员正在进行快递分拣、打包。

新华社记者 蒲晓旭摄

更迅速——"下单送达"效率高

"这是我网购七八年以来，收快递最快的一次。"家住郑州的薛女士11月1日凌晨付完"双11"预售尾款，25分钟后就收到快递，这让她惊叹不已。跟往年相比，今年"双11"快递到货速度明显变快了，不少人睡前下单，第二天醒来就能收件。

为何这么快？原来，许多快递公司推出了"预售极速达"服务，通过预售前置仓模式，将已付定金的预售商品提前送到距离买家最近的快递站点和社区，待买家付完尾款后即可就近发货、快速送达。此外还有一种更快的"分钟达"，快递公司提前将预售商品投递到快递柜，买家付完尾款会收到验证码，凭码就可以立即取件。

对此，清华大学互联网产业研究院副院长兼物流产业研究中心主任刘大成说："这实际上是以提前布置仓储的形式代替运输，实现了物流各环节的资源优化配置，预售制还可以通过大数据分析来指导配送，让供需之间更精准地匹配，可以有效减少成本、提高效率。"

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受采访时说，抢先购将"双11"购物进行分流，很大程度上缓解了物流压力。同时，采取预付模式能够给快递充分的准备时间，相当于提前根据买卖情况进行商品布局，可以让消费者享受下单即送达的美好体验。

国家邮政局相关负责人近日表示，今年快递业务旺季范围自11月初至2021年春节（2月12日）前夕，共计103天。"双11"期间会出现快递旺季峰值，全行业处理的邮（快）件业务量将达57.8亿件，预计日均快递业务量达4.9亿件，约为日常业务量的2倍。

面对如此庞大的快递量，快递企业该如何保障高效收发及配送？据悉，全国快递企业已新增49万临时用工人员、10万辆汽车和539万平方米处理场地，以此加大运能储备。铁路部门也加强与电商、快递企业合作，首次试点用"复兴号"动车组整列装运快件，为适应物流市场需求，铁路部门把电商黄金周运输期从往年的10天延长为20天，并推出"高铁极速达"等服务，覆盖全国80余个大中城市。"这意味着中国快递行业愈加成熟，运营管理愈加科学。"盘和林表示。

更聪明——智能装备应用广

快递企业能应对包裹数量的高速增长，电子面单的普及应用发挥了关键作用。"过去我们邮政快递的面单是用手写的，现在基本上不需要了，都是电子面单，比重几乎达到了99%以上。通过这个，一是环保了，二是运转效率提高得很明显。过去我们处理一个快递，光是写面单就要10分钟左右，现在处理一个不到2分钟。按照一年处理800亿件快递计算，此举每年能为社会节约大量的资源。"国家邮政局局长马军胜说。

随着大数据、人工智能、无人车、无人机等技术的运用，快递越来越有"科技范儿"，分拣机器人、大数据AI调度等智能化装备应用广泛，让分拣效率大大提升。据悉，近5年中国新增了313个配备全自动分拣设备的枢纽，有效提高快递的整体自动化水平。中国科学院大学经管学院教授吕本富说，从电动车到无人机、无人车，物流的运载工具越来越先进，此外随着大数据的丰富，快递的调度系统越来越现代化，这些成为物流行业科技进步的主要方向。在吕本富看来，时效是快递公司最核心的竞争力，此外，快递品类越丰富，竞争力也越强。

近几年中国快递企业综合实力大幅增强，据介绍，目前已有7家快递企业上市，其中有3家品牌快递企业今年的业务收入规模突破了1000亿元。盘和林介绍，快递行业的整体发展来自其背后科技的力量，在仓库管理等方面有许多典型的科技赋能场景，例如现在国内很多大型快递仓库机械化水平非常高，摄像头会收集站内所有数据，随后企业采用大数据分析协助分拣等。

"快递行业目前需要逐步从规模驱动走向技术驱动，未来的竞争是服务化的竞争，不再是把货物送到目的地那么简单。"盘和林说，快递行业的科技运用从简单的出单向设备智能化前进，现在要开始其物联网之路。构建核心竞争力离不开科技的力量，快递公司要更好地发挥科技的赋能作用，同时保证自身优质的服务，这要求快递公司不仅要有优秀的技术人员，还要有专业的服务人员。比如顺丰备受青睐，主要得益于其独有的运输系统和常年积累的用户口碑。

更环保——快递包装"绿色化"

"一份快递得有个纸箱或胶袋、一个内装塑料袋，如果是易碎品，还有一大把气泡填充材料，缠上好几圈的胶带。"家住乌鲁木齐的王敏君从事电商多年，她每天要拆装许多快递，"尽量重复利用，但快递垃圾还是产生不少。"

随着快递业高速发展，快递包装物的使用量同步增长。据有关部门估算，中国快递业每年消耗的纸类废弃物超过900万吨、塑料废弃物约180万吨，并呈快速增长趋势，包装废弃物对环境造成的影响不容忽视。如何减少快递垃圾，也成为今年"双11"业界关注的问题。

国家邮政局曾印发《2020年行业生态环境保护工作要点》，针对快递包装提出"9792"工程，即"瘦身胶带"封装比例达90%，电商快件不再二次包装率达70%，循环中转袋使用率达90%，新增2万个设置标准包装废弃物回收装置的邮政快递网点。

"快递包装的绿色化，必须提上日程了！"吕本富认为，应该思考怎样实现包装材料的复用，提高快递包装的再利用率，如果包装材料不能二次复用，应该采取无害化处理进行降解处理，"包装的复用、材料的绿色化将是物流行业实现环保升级的主要方向。"

"快递包装绿色应用需要大家共同努力。"国家邮政局市场监管司副司长边作栋表示，寄件人要与寄递企业共同落实绿色化、减量化和可循环的总体要求，也希望广大用户支持快递包装的绿色回收再利用，实现物尽其用，让环保包装转起来。

加速进口消费线上化

电商带着你"扫货全球"

海外网 吴 迪

进口超市上线、现场直播带货……近日举行的第三届中国国际进口博览会上，借助中国电商平台，许多海外产品从现场展品变成线上商品的时间越来越短。专家认为，跨境电商扮演穿针引线的作用，在这届进博会上表现尤为明显。各大品牌借助进博会和跨境电商同步发布新品，从展示到售卖可以无缝连接。电商平台凭借自身的全球布局优势，为国内消费者带来了更多选择。

搭建不落幕的线上展会

日前，德勤发布的《中国进口消费市场研究报告2020》显示，疫情发生后用户购买习惯与消费模式的改变，推动了进口品牌数字化转型，同时加速与跨境电商的合作。

进博会期间，多家电商大展身手。其中，京东进口超市正式上线，吸引了大量"粉丝"关注。据介绍，进口超市的上线为有进口消费需求的用户提供了更广泛的购物选择，让消费者更便利地"扫货全球"。尤其令人称赞的是，京东进口超市依托京东供应链及物流优势推出天天低价和量贩为主的"日销场"，给消费者带来"日常逛超市购买进口商品"的体验。

不仅如此，为了更好地帮助海外品牌开拓中国市场，京东国际在进博会期间启动"进口品牌成长计划"，联合戴森、任天堂、雪花秀、资生堂等国际大牌，在市场营销、品质提升等方面与这些品牌开展深度合作，开辟进口品牌快速成长新阵地。

中国贸促会国际贸易研究部主任赵萍分析，积极主动扩大进口对促进国内产业升级具有两方面作用。一是促成消费认知，形成消费升级示范；二是进口降低创新成本，提升国内供给能力。"比如上世纪80年代，我国自日本进口的电器增加，使人们对冰箱、彩电等有了更多认知，并在社会上形成消费新潮流，促进了国内家电行业的整体崛起。"赵萍说。

专家表示，进口消费加速线上化，跨境电商正在为全球品牌搭建入华"快车道"。中国电商把在国内市场积累的丰富经验投向跨境电商这片新蓝海，已经开始搭建线上永不落幕的展销会。

拓展中国市场的"标配"

在防疫期间大火的直播带货也在进博会现场展现。知名带货主播李佳琦、薇娅等带领广大观众足不出户实现"云"上打卡、"云"上逛，近距离体验来自全球各地的特色进口产品。

业内人士分析，海淘刚刚兴起时，消费者更多的乐趣在于去海外"淘"，现在消费者购买进口商品的想法会有一些改变，首先对于购物体验越来越看重，希望买得更省心、更放心、更安心。同时，大家从"淘"更多地转向了"选"，希望全世界的好物都能直接来到自己身边。

进博会期间，上海虹桥品汇线下快闪店开幕，这家快闪店是京东国际与上海虹桥国际进口商品展销有限公司合作的项目，也是进博会期间进口商品首家线下快闪店。相关负责人介绍说，快闪店积极发挥京东国际作为国内领先的进口消费电商平台的资源优势，对海外品牌、进口商品进行多样化的展示与推介。

据介绍，2020年1月至8月，京东国际最受欢迎的品类是美妆护肤类、母婴类、医疗保健类，增速最快的则是宠物生活、酒类、医疗保健类和服饰类的商品。业内人士指出，中国进口电商行业是一个持续增长的市场，相对于整体电商行业，进口电商的用户数量占比不是非常高，但进口电商平台的客单价较高，是电商平台均值的2倍多。

随着中国消费者越来越多地将目光投射到全球好物，跨国"种草"已经成为一种新的消费习惯，品质化消费需求不断被释放，中国是各国品牌无法忽略的"充满机遇的广阔市场"，电商平台更是成为海外品牌拓展中国市场的"标配"。"通过电商平台，最直接的好处是能快速触达消费者。"业内人士指出，海外品牌可以借助跨境电商平台，大大简化市场推广、商品销售等环节。

在江苏省南京市玄武区的月苑智慧农贸市场，"90后"摊主王笑宇推出的"菜场盲盒"吸引了不少顾客。据了解，顾客只需通过外卖平台下单，就可以获得一份搭配好的菜品，解决了不少顾客菜品选择困难的问题。

图为11月1日，王笑宇展示他在外卖平台上推出的"盲盒"。 苏 阳摄（人民图片）

广西：体育产业实现跨越式发展

"十三五"以来，广西壮族自治区体育局按照"强龙头、补链条、聚集群"要求，围绕"绿色生态运动就在广西"主题，大力培育发展七大绿色生态运动产业，狠抓招商引资和重大项目落地，不断创新工作方式，推动体育产业快速发展，2016年以来，广西体育产业总产出年均增速超过25%。

招商工作实现质的飞跃 赋能产业高质量发展

自治区体育局把招商引资作为体育产业发展的生命线，通过创办首届体育强国论坛、"中国—东盟体育旅游活力月"、"中国—东盟体育旅游博览会"，举办健康运动产业招商推介会，参与承办中国（广西）大健康产业峰会以及"走出去"招商洽谈等形式，搭建体育产业招商大平台。2020年，自治区体育局组成工作专班，赴浙江、福建、上海、云南、贵州、重庆等7个省份开展招商引资。主动对接走访20多家知名体育企业，全力推动引进一批体育高端制造、体育金融等"体育+"企业落户广西。举办2020广西健康运动产业（上海）招商推介会，签约项目6个，协议总投资额超过178亿元。推动自治区人民政府与中国保利集团有限公司签署战略合作协议。参与承办2020中国（广西）大健康产业峰会，邀请知名企业参会，做好推介发言，推动2个项目签约。

此外，积极搭建优质金融服务平台，优化融资和营商环境，体育局与自治区农村信用联社合作，推动创建全国首个健康运动产业发展银行，加大信贷和金融支持力度，服务体育企业发展。

阳朔燕莎航空运动营地

大力发展体育旅游 积极创建国家体育旅游示范区

2018年12月，国家体育总局、文化和旅游部批复同意广西创建国家体育旅游示范区，广西成为全国4个创建省（自治区、直辖市）之一。自治区体育局高度重视国家体育旅游示范区建设工作，狠抓整体设计，出台实施了《关于大力发展体育旅游的指导意见》等一系列体育旅游产业政策文件。启动开展体育旅游示范市、县（市、区）试点创建工作，为创建国家体育旅游示范区提供基础支撑。

持续实施体育旅游精品示范工程，广西现已累计打造国家体育产业示范基地、中国体育旅游精品项目等63个，广西体育产业示范基地、体育旅游示范基地、体育综合体、山地户外运动营地等141个体育产业、体育旅游示范项目。

立足体育惠民 打造"体育+"产业扶贫新模式

广西打造"体育+旅游+扶贫+县域发展"马山扶贫模式，连续三年举办中国—东盟山地户外体育旅游大会、"环广西"公路自行车世界巡回赛（马山赛段）等重大赛事活动；攀岩特色体育小镇落地马山县古零镇，推动马山县旅游经济发展，年接待游客人数从2016年的269.65万人次增长到2019年的603.82万人次，全县旅游总消费从2015年的13.3亿元增加到2019年的44.42亿元，助力马山脱贫攻坚。

创新体育产业和服务供给 促进体育消费升级

举办"百星百媒千红千村万店万品"广西运动健康消费大行动，从今年8月开始持续到年底，设置体育+云购、体育+云赛事、体育+云订场馆、体育+直播带货等十大"体育+"板块活动，通过市场化手段筹集和发放超过3亿元运动健康消费券，组织体育名人、主流媒体等为贫困村和扶贫产品进行公益代言和直播带货。

数据来源：广西壮族自治区体育局

·广告·