

主要行业增加值首次突破10万亿元，占GDP比重约13%

内贸活跃凸显中国经济活力

本报记者 邱海峰

出，国内贸易的蓬勃发展，为稳增长、调结构、惠民生提供了有力支撑。2017年，最终消费支出对GDP增长的贡献率达58.8%，比2012年提高3.9个百分点，连续第四年成为经济增长的主引擎；批发和零售业税收收入达2.1万亿元，比上年增长18.1%，对税收增长的贡献率达21.3%。

在规模扩大的基础上，国内贸易已成为扩大就业主渠道，其就业人数占全国就业人数比重接近1/4。2017年，国内贸易就业人数达1.92亿人，比上年增长10%，比2012年增长73%，占全国就业总人数比重达24.8%，占第三产业就业人数比重超过一半。全国每100名个体工商户就业人员中，就有79人从事内贸行业。

电子商务、家政等行业带动就业作用尤为明显。据商务部测算，2017年全国电子商务从业人员达4250万人，家政服务从业人员近3000万人。

流通创新不断涌现

在结构优化、效益提升、流通创新等方面，国内贸易也都有抢眼表现。

商务部介绍，2017年消费结构加快升级，其中，智能节能家电、新型数码产品、新能源汽车等升级类商品销售旺盛，休闲旅游、文化娱乐、健康养生等服务性消费成为新的消费热点。与此同时，流通成本持续下降。2017年，社会物流总费用与GDP之比为14.6%，比上年下降0.3个百分点，连续第4年呈现回落态势。

流通创新不断涌现，形成了内贸发展新动能。例如，以阿里盒马鲜生、永辉超级物种、京东7Fresh、苏宁苏鲜生为代表的“生鲜超市+餐饮”业态快速发展，消费者既可现场选购商品，也可线上下单、送货到家，购买食物后还可以现场烹饪加工、现场享用。

电子支付、虚拟试衣、顾客识别、智能橱窗等商业应用快速推广。2017年，全国手机支付用户达5.3亿人，线下消费的手机支付比例达65.5%，比上年提高15.2个百分点。

“近年来，线上线下融合、产业跨界融合持续深化，商业模式创新、移动支付、无人商店、无人仓等各类创新生机勃勃。越来越多亮点的出现激发了国内贸易发展的新活力，持续引导增长。”中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍在接受本报记者采访时说。

强劲驱动经济增长

商务部市场运行和消费促进司指出，国内贸易发展主要还存在3方面问题：一是发展不平衡不充分的问题仍较突出。目前农村人均消费品零售额仅为城市的1/5；二是发展质量和效益还不高。2017年，我国果蔬冷链流通率仅有20%左右，损耗率高达20%-30%，而发达国家的果蔬损耗率一般控制在5%以下；三是消费环境有待改善。2017年，全国消协组织共受理消费者投诉72.7万件，比上年增长11.2%。

赵萍认为，国内贸易还应在法制化建设、标准化发展及信息化水平提升等方面下功夫。让商业网点布局、业态创新等有法可依，推动国内贸易各行业合规有序发展。同时，农产品标准化程度低在很大程度上导致了较高的果蔬损耗率，推动标准化发展将有助于流通行业降本增效。

商务部表示，2018年，国内贸易总体将继续呈现平稳发展势头，预计全年社会消费品零售总额比上年增长10%左右，网络零售额增长30%左右，国内贸易主要行业增加值增长7%左右，消费对GDP增长的贡献率稳定在60%以上，继续保持经济增长第一驱动力地位。



垃圾分类进校园

近日，由北京市东城区教委、东城区城管委联合主办的“参与垃圾分类，共享绿色未来”——2018年东城区垃圾分类进校园宣传教育活动在东城区东四九条小学举行，来自中华环保基金会、北京市教委等单位代表与东四九条小学师生及家长代表600余人参加活动。图为中华环保基金会工作人员向学生讲授垃圾分类知识。 李京华摄

5月物流业景气指数回升

本报北京6月4日电（记者杜海涛）中国物流与采购联合会4日发布，5月份中国物流业景气指数为56.1%，较上月回升1.5个百分点；中国公路物流运价指数为99.3点，比上月回升1.13%。

中国物流信息中心副主任何辉认为，5月份物流业景气指数显示，当前物流活动较活跃，物流行业继续向好发展。一是需求旺盛，订单量增加，业务量回升，从品种上看，食品及农副产品物流活动活跃。二是供需均衡，物流相关固定资产投资保持增长，用工需求旺盛，物流从业人员增多，但供应面有趋紧迹象。三是随着“降本增效”政策的逐步落实，成本指数呈现回落态势，物流企业成本有所降低。

调查显示，5月份，物流需求继续增加，新订单指数上升。业务总量指数为56.1%，比上月回升1.5个百分点；新订单指数为54.5%，比上月回升1.6个百分点。显示出物流业需求继续向好，业务量持续增长，订单数量增加，物流运行将保持稳中趋升的态势。



国内贸易增加值首次突破10万亿元，占GDP比重约13%，占比仅次于制造业；社会消费品零售总额连续第14年保持两位数增长，市场规模稳居世界第二；网络零售额首次突破7万亿元，市场规模继续位居世界首位……商务部6月1日发布的《2017年中国国内贸易发展回顾与展望》显示，去年国内贸易保持平稳较快发展，多项指标表现抢眼。相关专家指出，近年来，国内贸易已成为经济发展、扩大就业、增收增长的主要贡献力量。规模稳步扩大的同时，在结构优化、效益提升、流通创新等方面，国内贸易都有抢眼表现，凸显了中国经济的韧性与活力。

就业人数占全国近1/4

2017年，中国国内贸易规模稳步扩大。根据商务部数据，去年社会消费品零售总额达36.6万亿元，比上年增长10.2%；国内贸易主要行业（包括批发和零售业，住宿和餐饮业，居民服务、修理和其他服务业）实现增加值10.7万亿元，比上年增长7.1%；网络零售额达7.2万亿元，比上年增长32.2%；2017年末，国内贸易实有市场主体6674.7万户，比上年增长10.9%，占全国总数2/3。

商务部市场运行和消费促进司有关负责人指



大学举办校园“荷花节”

日前，广西大学第十二届荷花节在校园百亩荷花池畔拉开帷幕，学生们通过赏荷、品荷、学荷等活动，弘扬荷花“清廉美好”之品质。本届荷花节期间将举办荷花文化展、校史展、荷花音乐会等精彩活动。

左图：两名女生参加荷花节剪“荷花”体验。

右图：市民在校园荷花池畔拍摄。

庞革平 喻湘泉 摄影报道



中企推进莫斯科地铁建设

据新华社莫斯科电（记者栾海）中国铁建股份有限公司（中国铁建）6月3日在莫斯科西南部成功吊装第三台盾构机核心部件，为本月中旬开始掘进地铁隧道做好准备，标志着该公司承建的莫斯科地铁项目建设顺利推进。

据介绍，中国铁建此次承建的是莫斯科地铁第三换乘环线西南段项目，施工线路全长4.6公里，包含3个车站的地下主体结构施工和4个盾构区间掘进。3日顺利吊装到位的是第三台盾构机的核心部件中盾，由中国铁建针对在莫斯科施工

的具体情况自主研发生产。

中国铁建项目经理薛立强对新华社记者说，这一项目是俄罗斯首次在地铁建设中引进外国企业施工，也是中国技术、管理及设备首次集体走进欧洲地铁市场的首次。这得益于“一带一路”倡议和俄罗斯欧亚经济联盟战略的高度契合。

中国铁建于2017年8月开始实施这一项目，预计将于2020年通车。

保障、创新模式等话题展开讨论，建言献策。

与会嘉宾认为，探索建立长期护理保险制度，是应对人口老龄化、促进经济社会发展的战略举措。目前，全国各个试点地区在探索建立长期护理保险制度方面已取得显著成效，但同时还面临一些问题，迫切需要进一步加强制度设计和实践探索。

长期护理险论坛在京举行

本报北京6月4日电（记者邱海峰）2日，由人民网·人民健康主办，中国人保健康协办的“第二届（2018）中国长期护理保险发展论坛”在北京举行。本届论坛的主题为“探索机制加强保障 以人为本共建共享”。

当天的论坛上，来自全国老龄工作委员会、中国劳动和社会保障科学研究院、中国保险行业协会、北京大学、清华大学、国务院发展研究中心等机构的多位专家学者围绕长期护理保险的机制探索、多层次

杨梅节迎四方客

6月3日，贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县古州镇高文苗寨举办杨梅节，通过评选“杨梅大王”、吃杨梅比赛、吹芦笙、跳芦笙舞等活动，迎接游客的到来，推进农旅融合发展。目前全村共种植杨梅近1400亩，年产值达250万元。图为村民展示采摘的杨梅。 李长华摄（人民视觉）



中国建筑装饰市场规模高达近5万亿元，长期呈现市场庞大、同质化严重、低效、信息化程度低、物流成本高等特征。随着电子商务的快速发展，建材装饰业逐渐成为互联网提升改造的一大热点，通过互联网及创新模式对传统建材装饰业进行供应链整合将是未来趋势。

建材装饰产业渠道掣肘

中国既是装饰建材最大的生产国，也是最大的消费国。目前总市场规模已达5万亿元，并保持平均每年约10%的增长率。

据业内人士介绍，装饰建材品类众多，通常主要分为家具、人造板、陶瓷、石材、五金、涂料、照明、门窗、厨卫、材管、地板等，每个品类规模都达到数百亿元至数千亿元不等。

由于行业整体技术含量低、同质化严重、物流成本高等因素影响，当前建材装饰市场集中度极低，即使百亿规模的企业也寥寥无几。在大部分建材品类中，制造工厂达数千家之多。另外，销售端也极为分散，小卖家、装修公司数量庞大。

当前的建材经营模式下，装修存在包料或半包料等形式，消费者不能完全决定使用何种产品，而取决于其服务商（装饰公司、工程队）的推荐，造成眼下建材行业的采购和销售，很大比例来自服务商及其供货商，而不是消费者。

电商平台“爱建材”创始人马金宝告诉记者，在传统建材经销供应链中，生产工厂由于同质化、规模小等原因造成渠道建设低效、成本高，其销售及物流基本依靠成本高昂的经销体系。一线经销商则面临采购及备货成本高、缺乏优质服务等难题。

互联网重建建材业供应链

电子商务的迅猛发展给建材装饰业带来渠道和营销变革机会。围绕行业痛点，大批家居、建材电商网站应运而生，凭借互联网优势整合上下游资源，缩短交易中间环节，降低用户交易成本。

互联网整合改造传统供应链

『建材电商』高速增长

务对象是建材行业零售商，下游零售商可以通过手机客户端一键采购批发，并享受物流快捷配送服务。通过电商平台，下游零售商可节省10%至15%的经营成本。而对上游建材生产企业，专业电商平台的出现有助其优化产能，获取更多订单。

亿欧智库认为，建材家居销售渠道一直在不停发生转变，从初级摆地摊卖产品，松散、粗放型个体零售户或小建材商店，再到建材批发市场，电商的到来给家居建材提供了多元化渠道选择。

各路资本正加速布局建材电商行业。近期，齐家网向香港交所递交招股书，拟以红筹形式在香港主板上市；京东宣布上线建筑材料业务；“工头帮”获得数千万元融资；绿城中国战略投资网筑集团……建材电商正成为资本追逐的一大风口。

创新现代化供应链理念

中国建筑材料联合会会长乔龙德近日指出，建材行业自改革开放以来经历了快速发展。但是建材服务业还处于起步阶段，接下来要把发展建材服务业作为行业结构调整、增加新的经济增长点的重要支撑。

在乔龙德看来，建材行业要充分应用互联网、云计算、大数据等新一代信息技术，开展网上采购、销售、结算，缩短生产周期和新品上市时间，降低生产经营和交易成本。

亿欧智库认为，家具建材产业创新升级方向之一即拥抱互联网，加强线上线下融合，加大电商平台品牌建设，利用互联网及新科技资源，建立全渠道电商营销网络。

“建材行业未来在制造、采购、流通、出口、消费等各个环节都会出现互联网平台的身影。”马金宝表示，在互联网平台驱动下，制造端的集中度会不断增加，落后产能被淘汰，以适应消费升级趋势。

（据新华社上海6月4日电 记者高少华）

市场观察