

网上中国

“双11”，快递业出新规

李贞 魏良炜

随着“双11”网购促销的开启，今年年底的物流高峰即将到来。前不久，国家邮政局制定《2019年快递业务旺季服务保障工作方案》，以实现全网不瘫痪、重要节点不爆仓。而一些快递公司在旺季期间临时涨价，也引发消费者热议。今年“双11”期间，快递业有何动态，巨大的工作量之下快递员的权益怎样被保障，各项新政又该如何具体落实？就此本报进行了采访。



11月8日，安徽省淮北市相山区凤凰山快递物流园内的企业紧张有序备战“双11”网购节。万善朝摄（人民图片）

有望平稳渡旺季

数据显示，中国已成长为世界发展最快、最具活力的新兴寄递市场。1949年，中国邮政业务总量仅1.6亿元，到2018年，邮政业务总量已经达到了12345亿元。2019年1至8月，中国快递服务企业业务量累计完成383.1亿件，同比增长26.6%；业务收入累计完成4621.8亿元，同比增长24.4%。国家邮政局局长马军胜表示，2019年中国快递业务量有望突破600亿件。

为迎接“双11”快递业的旺季峰值，《2019年快递业务旺季服务保障工作方案》要求落实均衡发货措施，发件量排名靠前的广东、江苏、上海等地要做好压力疏解以及电商企业的驻场合作，控制揽收节奏，同时关注末端网点和农村地区服务能力，确保旺季期间行业平稳运行。

“预计今年‘双11’快递运输业务将平稳渡过旺季。”江西财经大学工商管理学院教授仲昇接受采访时表示：“政府和企业的重视，使得快递业在机制、设施设备、人员等方面的准备更为充分。新技术的投入，如使用大数据技术预测销

售区域和数量，能提前进行库存布局；云仓平台的出现，可以实现库存的就近调拨和快速出库。基于大数据技术、地理信息系统、物联网技术将减少快递旺季中的物流缓慢、拥堵以及服务质量不高等问题。”

调整价格应合理

今年“双11”到来前，中通快递、圆通速递等公司宣布，为确保旺季期间快递服务安全、平稳，应对旺季场地、运输、用工等费用的上涨，将从11月11日起调整快递费用。

消息一出，不少消费者担心包邮的商品也要随之涨价；也有网友认为快递企业旺季压力大，临时涨价可以理解。网友“单单一一”则希望“双11”期间快递公司不能光涨价，服务也要跟上。

对快递公司临时涨价的行为，监管部门及时做出反应。11月6日，浙江省市场监管局召开全省快递行业涉嫌垄断行为告诫会，通报了部分快递行业企业存在的协同涨价、限定交易等涉嫌垄断的违法行为，并就《反垄断法》进行了条款性

普及，围绕规范经营活动提出了具体要求。

针对快递价格制定问题，中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌指出，企业有自主定价的权利，但也要守规矩。自主定价在遵守法律规则的同时，也要尊重市场竞争的规律。如所有快递公司集体上调针对市场端的收件最低定价，就涉嫌垄断。

邱宝昌强调，要让电商、快递健康发展，第一，不能随便加价，即便加价也得公平合理；第二，各方都应该支持快递业发展，快递业要和电商平台同步实现高质量健康发展。

加强快递员权益保障

快递行业发展迅速，但既要保障从业者的权益，又让用户获得更好的服务体验，还需不断探索才能紧跟时代变化。

江西财经大学工商管理学院教授涂淑丽认为，目前在快递行业，末端派送效率问题依然没有解决到位。“有的快递企业对快递员每天的发件量有要求，一天的量必须达到多少。”涂淑丽认为这种管理思维并不可取，既要强调效率和收益，又要保证高水平的服务质量，如果单纯靠给快递员增加压力，很难解决问题。同时，因为无人机送货、无人送货等智能技术在短期内很难实现大规模使用。“所以快递企业之间依然要靠人才竞争。在这一前提下，切实保障一线员工合理的工资待遇和基本权益就十分重要。否则以后的快递和物流人员将会稀缺，人才也无法留住，对整个行业的未来良性发展是不利的。”涂淑丽说。

日前，国家邮政局机关党委向邮政管理系统各级党组织和各快递企业总部发出关于在“双11”期间加强快递员权益保障和关心关爱工作的11条重点提示。11条包括：保障快递员休息权等劳动权益，引导企业均衡寄递承载能力、快递员工作负荷率，保证快递员劳动保障落实到位、工作量不严重超负荷；引导企业发挥主体作用，强化以人为本管理理念，纠正“以罚代管”“层层罚款”等简单粗暴方式，优化利益分配机制、健全奖惩机制，增加正向激励、补贴与慰问物资等。

仲昇认为，明确快递业“双11”服务保障的目标、机制和重点环节，有利于政府相关部门和企业去执行，同时一个健全合理的奖惩机制，能够提升快递员的工作积极性，对整个行业都是一件好事。



金山办公CEO葛珂在发布会上介绍WPS2019等新品。

当前，中国互联网发展模式正深刻地影响全世界，不仅为全球的互联网创新创业提供启示和支持，也给全球互联网经济注入了新活力。这其中，成立31年始终坚持技术立业、并且专注在办公赛道的金山办公WPS，正是典型标杆之一。

“31年坚持技术立业”

1988年，在深圳南山一间偏远小房间里，24岁的求伯君带着一台386电脑，在没有任何编码工具支持的情况下，夜以继日地敲着代码，甚至因此连续3次“急性肝炎发作”，终于历时1年零4个月敲了12.2万行代码。由此，第一个用于计算机中文处理的文档和排版工具WPS1.0横空出世。

此后，没有发布会、没有鲜花和掌声、也没有任何广告，WPS就这样悄无声息地进入了千家万户的电脑。短短1年时间，WPS成了中国电脑的标配，迅速积累了2000万用户。

第一代创始人求伯君带给金山办公和WPS的，除了软件时代巨大的自主创新示范效应和早期商业成功外，更关键的是，“用技术和代码解决用户问题”，即“技术立业”的发展思维和企业性格被注入WPS基因。此后，虽然遭遇版权环境的限制，遭遇来自跨国巨头的强大挑战，遭遇资本、人才等多个维度的艰难处境，但金山办公始终坚持做一件事：搞技术，把产品做好。

2011年，金山办公第二代领军人物雷军在发布第一款小米手机的同时，也把移动互联网的概念带到了WPS。机会总是留给有准备的人。坚持自主研发、坚持做好产品的WPS，把握住了移动互联网的浪潮，率先发布了移动版产品，时至今日，WPS不但在PC市场与微软平分天下，更占据中国移动办公市场超过90%的市场份额。

值得关注的是，WPS在移动时代的自主创新并非只局限于办公设备的改变。在传统桌面办公时代，办公软件拼的是功能全面和强大，但到了以智能手机和平板电脑为代表的移动互联网时代，满足多种办公场景、解决高频用户需求和方便跨端操作的办公软件成为用户的核心诉求。至此，以“在线协作，多端合一，轻端重服务”为特色的WPS模式，开始引领下一代办公软件产业，甚至引来跨国巨头仿效和学习。

“用户需求是指示灯”

坚持“市场化”发展道路和“用户导向”的技术研发模式，让金山办公成为基础软件自主创新的“中国标杆”。

截至目前，金山办公为包括党政机关、金融、能源、航空、医疗、教育在内的众多行业提供定制化办公产品和服务，服务世界500强中57.5%的中国企业、85.41%的央企以及91.7%的全国性股份制商业银行。在个人用户市场，金山办公服务全世界220多个国家和地区的3.1亿用户，每天有超过5亿个文件在WPS平台上被创建、编辑和分享。

“从前中国用户用WPS，可能因为我们是民族软件，或者单纯想支持下国产软件，但在今天，我们是在一个完全开放竞争的市场，靠着做产品做口碑，一点一点赢得用户的尊敬，现在用户选择WPS的原因是好用。”金山办公CEO葛珂表示，“用户需求是WPS自主创新的指示灯，用于大规模产业化的技术一定要经过市场洗礼。”

据葛珂回忆，2003年前后，当微软占据国内绝大部分办公市场后，WPS决定放弃原来的技术路线，转而全面兼容微软，通过融入主流获得用户。“技术创新和功能研发一定要以用户需求为导向。”葛珂表示，“用户在哪里，用户关注什么，这是做自主创新的最主要方向。”

2018年，金山办公将“云、多屏、内容、AI”视为未来办公“新四大件”，将办公软件升级到以“全终端+云服务，覆盖用户所有需求场景和满足智能化办公”的新形态。基于此，金山办公立足中国、放眼全球，开始将这一互联网办公软件服务的“中国模式”，在印度、印度尼西亚以及“一带一路”沿线国家成功复制，从而引领全球办公产业的发展。

一路走来，WPS在软件和PC时代“跌宕起伏”，在移动和智能化时代大放异彩，WPS的明天又会如何？葛珂坦言，“未来的机会很多，挑战也很多，但最根本的还是要保持‘技术立业’的初心，能不能再走三十年，成败关键在此。”

金山办公打造自主创新「中国标杆」

技术立业 用户导向

海外网 吴迪

《超新星全运会》：

“体育+公益”，开创综艺新格局

朱传欣

“爱豆”变身运动员

近日，由腾讯视频、腾讯体育联合出品的大型明星竞技体育赛事——第二届《超新星全运会》在上海东方体育中心落下帷幕。来自“东、西、南、北、中、外”六大赛区的近150位“超新星”运动员通过预选赛、决赛的比拼，在短跑、射箭、游泳、艺术体操、跳高、男子武术、电子竞技、拔河八大项目展开激烈角逐。最终赛事共诞生17枚金牌，东部赛区以7金4银7铜的成绩，位列六大赛区之首夺得奖杯。“超新星”运动员们愈战愈勇，累计刷新上届赛会纪录十余项，他们以健康的形象、职业的态度、坚韧的意志、奋进的姿态生动诠释出“生而为赢”的体育精神，展现了新一代年轻人的奋斗力量。

“爱豆”（网络流行语，英文idol的音译，意为偶像）参加运动会尤为吸睛，赛事不仅有现场的精彩表现，在线上也获得了广泛关注，直播三天内引发了微博、知乎、豆瓣等平台的大量讨论。

值得注意的是，第二届《超新星全运会》联合赛事总教练邓亚萍、中国妇女发展基金会、日照近我公益服务中心、乡村体育室以及微博运动、微公益、微博综艺，在10月初共同发起了一场“线上马拉松”公益助力跑活动，加入活动的用户可以通过每天捐献步数的方式助力乡村体育室公益项目的建设。主持人杜海涛在决赛现场介绍：截至10月25日，全体超新星运动员和支持他们的网友一共走出了6651.4万公里的里程。赛事组委会将这些步数转化为善款，赛事现场由邓亚萍与活动步数前三名的火箭少女101吴宣仪、R1SE周震南、R1SE姚琛共同代表腾讯视频、腾讯体育和超新星全运会捐赠了两个乡村体育室，

用于进一步完善乡村公共体育设施建设、加强农村留守妇女儿童身体素质、增进乡村群众的体育意识，继而助力乡村体育事业的发展。

不只燃，更有爱

随着经济社会的快速发展和物质生活水平的提高，全民的身体素质、文化素质、道德素质不断提升，我国的群众体育事业和公益慈善事业蓬勃发展，“体育+公益”成为一种新兴的生活理念、生活方式，并逐渐成为一类新型业态，在推进社会全面进步、促进人的全面发展方面发挥了独特的作用。然而，体育公益作为一个新生事物，起步较晚、专业化组织较少、社会关注度较低，我国体育公益的资金来源不足、资源分布不均。特别是在一些相对偏远、贫困的农村，体育人口亟待扩大，体育设施急需建设，体育文化也需要进一步宣传营造。

本届超新星全运会特别设置的“线上马拉松”公益助力跑活动，一方面借助超新星运动员们的号召力和赛事平台的影响力，鼓励更多的都市人加强体育锻炼、参与体育运动，为公益而跑；另一方面将参与用户的步数转化捐赠为乡村体育室，改善乡村地区的体育基础设施，带给贫困地区群众实实在在的帮助。可以看到，这项活动在带动全民健身、践行体育公益、探索体育扶贫等多个方面产生了良好的社会效益，实现了都市与乡村、线上与线下、综艺与体育的多赢。

“没有全民健康，就没有全面小康”。在“健康中国”成为国家重要发展战略这一时代背景下，如何面向全社会大力推广体育文化，如何充实和拓展体育赛事的内涵和外延，如何通过体育运动激发社会活力、提升文化竞争力、增强国家凝聚力，是文化界、体育界从业者需



第二届《超新星全运会》现场捐赠仪式。图片由腾讯视频、腾讯体育提供

要共同面对的课题。超新星全运会以彰显青春正能量、弘扬运动新风尚的价值主张，用广大互联网用户、特别是青少年用户喜闻乐见的方式，在综艺、体育、公益三者之间找到了一个契合点，画出了一组同心圆。

这场汇聚了步数和爱心、充盈着激情与温情的“线上马拉松”助力跑活动，将公益内容融入赛事之中，用体育精神传递公益力量，在帮助赛事实现“破壁出圈”的同时展示出发台的责任与担当，让促进全民健身的理念有了实效。