

2018年上半年交易规模同比增长25%，用户规模达7500万人

跨境电商交易额持续增长

本报讯 由于国家政策以及地方政府支持推动，跨境电商发展迅速，越来越多的消费者开始海淘购物。电子商务研究中心日前发布《2018年（上）中国跨境电商市场数据监测报告》。报告显示，2018年上半年中国跨境电商交易规模为4.5万亿元，同比增长25%；我国经常进行跨境网购的用户达7500万人，预计到2018年底用户数量将达到8800万人。

报告显示，在跨境电商进出口结构上，2018年上半年中国跨境电商出口占比达到77.1%，进口比例22.9%。上半年，跨境出口和跨境进口增长速度都较快，但随着国内消费升级，市场对跨境进口的需求更为迫切，进口电商的比例正逐步扩大。“海淘族”迅速壮大，跨境电商将继续受益于国内消费者对海外优质商品需求的强劲增长。

电子商务研究中心高级分析师张周平表示，今年上半年，中国跨境电商发展呈现出三大特点：一是政策加持跨境电商快速发展。6月13日，国务院常务会议表示要支持跨境电商的发展以及进一步扩大进口的措施；7月13日，国务院再设22个跨境电子商务综合试验区，促进外贸稳定发展，提高国际竞争力。综试区从试点到普惠，足以说明国家政策对跨境电商行业的好利持续。

二是出口电商升温倒逼“中国制造”转型升级。由于我国制造业在成本及规模上具有较高优势，同时受到“一带一路”倡议及资本市场的推动，出口电商行业发展迅速，而越来越多的传统外贸企业加快触网力度。出口电商能够帮助中国制造业更加便捷地拓展国际市场，促进“中国制造”借助互联网的方式实现更好的转型升级。

三是进口电商向线下实体业务拓展。上半年，进口跨境电商纷纷尝试向线下实体业务发展。4月20日，天猫国际全国首家跨境线下店在西湖银泰店开业；4月28日，网易考拉首家线下实体店在杭州大厦中央商城内正式开业。众多进口跨境电商企业纷纷将业务的触角伸向线下，看好在线下实体的发展潜力，期望在新零售时代占得发展的先机。（肖捷）

突破马氏体不锈钢中的高碳难题

国产高端刀具不锈钢挤进欧洲“厨房”

本报讯（记者康劲 通讯员李淑芳）“过去千元以上的进口厨刀，现在开始卖到七折或者五折……”细心的国内买家们发现，去年以来曾经雄踞国内市场多年的各种海外“刀王”正在纷纷刷低售价，而这背后是国产高端刀具不锈钢的崛起。

去年以来，酒钢研发的控氮[N]马氏体不锈钢先后通过欧盟重金属迁移测试和宜家耐腐蚀性检测，产品获得德国、瑞典等国多家厂家认可，成功打入海外高端刀具市场。

从市场看，一方面，中国制造的刀具约占全世界的65%，且85%以上用于出口，刀具出口空间巨大；但另一方面，国内大部分高碳马氏体不锈钢的耐腐蚀性能，曾长期不能满足海外高端刀具用钢要求，研发控氮马氏体不锈钢势在必行。从2013年开始，酒钢不锈钢团队与国内最大的刀具制造厂家——阳江十八子联合开发高碳马氏体系不锈钢。2017年，技术人员通过发挥冶炼、轧制、退火、热处理等全套先进生产工艺优势，成功轧制出控氮马氏体系不锈钢。截至目前，酒钢宏兴不锈钢分公司已累计生产，销售控氮马氏体不锈钢15000吨，广泛应用于海外高端厨具、餐具、刀剪制品等领域，不仅让国产高端刀具不锈钢成功挤进欧洲“厨房”，也为国产高端刀具不锈钢开辟了新的效益增长点。

长虹项目被列入“2018年工业互联网创新发展工程”

本报讯 日前从四川省经信委传出信息，由四川长虹提交的《四川电子信息产业集群区工业互联网平台试验测试》项目列入国家工业和信息化部2018年工业互联网创新发展项目。作为2018年工业转型升级的四大重点方向之一，工业互联网创新发展工程及智能制造综合标准化与新模式应用获得国家的重点关注，四川长虹提交的工业互联网平台试验项目正是基于所在区域的电子信息产业聚集这一特点而量身打造的。

四川长虹正在积极推进智能制造，通过加快构建与完善以定制为基础的智能制造支撑体系，并通过信息化管理系统与客户进行交互。同时，长虹以“IEC（工业工程）+IT（信息化）+AT（自动化）+DFM（可制造性设计）”为技术核心，加快打造具备自由切换大规模流水化生产和个性化定制生产能力的智能制造平台，为更多的企业在制造领域提供有力的支持，从而让个性化定制生产变得更为高效。

据悉，建设工业互联网平台对于长虹而言，是“两个转型”的重要举措，长虹公司董事长赵勇表示，长虹将进一步推动“两个转型”，一是向服务的制造转型，着力实现从单纯产品盈利向“产品+服务”的生态运营模式转换；一是向制造的服务转型，使能力平台化、商品化，实现围绕产品、服务、平台运营一体化的服务型制造企业转型。

长虹表示，这一平台的建立，是面向制造业数字化、网络化和智能化需求，构建起海量数据采集、汇集、分析的体系，是支撑弹性供给、高效配置的载体，可实现各种生产和服务资源在更大范围、更高效率、更加精准的优化配置，可推动制造业供给侧结构性改革，提升四川电子信息产业集群区发展质量和效益，对于促进四川“互联网+先进制造业”的融合发展具有重要的作用。（东升）

潍坊农产品公用品牌在京推介

本报讯 9月20日，由山东省潍坊市人民政府主办的“潍坊农产品整体区域公用品牌”推介招商会在北京举行。据潍坊市副市长马清民介绍，潍坊市农产品品牌建设起步早，推进快，取得很好成效，并在农村改革等方面的做法推动了全国农业产业化进程，先后创造了商品经济大合唱、贸工农一体化、农业产业化等先进经验。2017年6月29日，潍坊市发布了潍坊市农产品区域公用品牌——“潍坊农品”。集中推广了潍县萝卜、青州银瓜、昌邑大姜、安丘大姜、青州蜜桃、昌乐西瓜、临朐大樱桃等区域公用品牌，对潍坊市农产品整体品牌的塑造起到了重要的作用，提升了潍坊农产品的品牌知名度与美誉度。

目前，潍坊市已构建起特色鲜明的区域品牌格局，全市一村一品示范村镇国家级11个、省级21个、28个产品获得农产品地理标志保护登记。全市形成了以寿光为中心的设施蔬菜生产区、以昌邑和安丘为中心的大姜生产区、以昌乐和寒亭为中心的甜瓜生产区、以青州为中心的花卉生产集散区、以高密为中心的食用菌生产区、以临朐为中心的大棚樱桃生产区、以峡山为中心的有机农业发展区、以安丘为中心的出口蔬菜生产加工区等。（金亮）

从消费领域到生产领域，无人机的应用越来越广泛，但是存在诸多监管空白——

工业级无人机市场“起飞”

本报记者 孙喜保

尽管对于大多数人来说，无人机还是一个较为新鲜的事物，但是其已经悄然进入消费者的生活领域。同时作为刚性需求的行业应用，生产领域的工业级无人机市场目前形势也一片大好。我国的无人机产业应用进入了发展的快车道。

应用领域越来越广泛

在消费领域，无人机进入寻常百姓家正在成为一种趋势。

今年43岁的施军是一位无人机摄影爱好者，每次出差他都会随身携带自己的无人机，并抽时间练习无人机的操控技术。

“操控无人机需要很好的技术，不然飞机容易出现坠落等意外。”施军告诉《工人日报》记者，在操控过程中，无人机出现意外的情况并不少见。为了避免后顾之忧，如今无人机甚至有了商业保险，买了保险后厂家可以免费修理。从生产使用到售后保障，无人机的产业链条越来越完善。

在青岛勘察测绘院，相关工作人员告诉记者，在青岛著名景点八大关附近，许多游客都会使用无人机进行拍照。在举行重大活动期间，考虑到安全管理问题，该院不得不使用特殊的设备对过多的无人机进行干扰，以迫使它们偏离航向或者降落。

除了普通消费者将无人机应用在生活领域，企业和政府相关部门在生产领域的应用也越来越多。

在国家电网公司，无人机巡线正在减轻传统人工巡线的压力。无人机的使用让工人们不必再爬山涉水，极大地提高了工作效率，减轻了工作量。

无人机在测绘行业的使用更是普遍。测绘工作人员需要经常在野外工作，进行实地测量，按照传统的人工操作方式，费时费力。无人机的使用，则极大地提高了测绘测量的效率。据了解，近年来，我国进行了地理国情普查等大型土地项目，在这些项目中，无人机的功能得到充分发挥，并显现出良好的效果。

另外在农业领域，无人机的使用也越来越广泛。农业农村部相关负责人告诉记者，该部正在全国农业系统试点推广无人机喷洒农药等措施。

今年5月，外卖公司饿了么宣布获准开辟中国第一批无人机即时配送航线，送餐无人机正式投入商业运营。而顺丰、京东更是早在几年前就积极探索无人机配送货品，并多次进行试运营。

可以说，近年来无人机引发的新业态、新模式、新技术不断涌现并得到广泛应用。

工业级市场是一片蓝海

工信部发布的数据显示，近年来，我国无人机产业发展呈爆发式增长状态，已经形成了产业规模。全国无人机整机企业有300多个，产值规模达到了230亿元，年销售约300万架，基本形成了以深圳轻小型多旋翼、以北京科技研发、以成都大中型制造固定翼为特点的集聚区。

从民用市场来看，当前民用无人机分为消费级和工业级两种。普通消费者用的比较多的是消费级无人机，娱乐性强，容易操作，价格便宜。另一类是主要面向特定行业用户，如测绘、林业、水利等细分市场的无人机，这类无人机又被称为工业级无人机。

此前，民用无人机应用主要集中在科学研究院和政府相关部门内，产业链下游尚未完全形成规模化且长期稳定的商业客户群体。近年来，我国一直积极开展民用无人机研制开发，研制出的民用无人机可广泛用于防灾减灾、搜索营救、资源探测、森林防火、气象探测、环境保护等领域。无人机发展呈现出种类繁多、用途多样的特点。

“我国在消费级轻型无人机领域已经走在世界前列，大疆等消费级轻型无人机占据了世界70%的市场份额。”工信部赛迪研究院航空产业研究室主任金伟表示，“但是在中大型无人机方面，我们的技术还有一定的差距。”

例如在测绘领域，进口的无人机功能更强、质量更稳定，当然其价格更贵，一架无人机上千万元。相比较而言，国产无人机还无法完全取代进口无人机。

近两年来，随着消费级无人机市场竞争日趋白热化，尤其是2017年，受无人机扰航事件频发、实名制新政出台，管控力度加强等因素的影响，很多无人机企业选择了从轻型消费级向中大型工业级的转型。

目前，工业级无人机市场还是一片蓝海。中信建投研究数据显示，2017年我国工业无人机市场规模达33亿元，同比增长26.44%。根据前瞻产业研究院发布的报告，2022年我国工业无人机将达到527亿元的市场规模。作为刚性需求的行业应用，工业无人机市场目前形势一片大好。



8月2日，江苏海安市城东镇丰产村圣大家庭农场，农业植保人员使用无人机对稻田进行管护。徐勤柏 摄/东方IC

随着无人机进入生产应用领域，产业规模越来越大，如何管理无人机是一个亟待解决的问题。

令人欣喜的是，目前我国无人机的管理政策在不断完善。特别是最近两年，相继出台了很多的政策，包括工信部和民航局的规章制度、一些适航的规定和经营管理办法以及管理暂行条例等都在制定完善。

“虽然我们整体的思路已经比较明朗，但无人机管理部门特别多，算下来，一共有28个部门在管理无人机，哪个部门管哪些，很少有人能够说清楚。”金伟说。

近日，中国民用航空局副局长王志清也表示，无人机产业发展迅猛，发展范围不断拓展，从娱乐领域发展到无人机配送等领域，且在部分领域发展出替代有人机的趋势。同时，无人机产业体系不断完善，新商业模式不断涌现，也在安全管控等方面提出一系列挑战。

业内人士认为，目前我国工业无人机仍然属于产业化的起步阶段。无人机企业需要有自身的核心技术。除此之外，无人机的发展也受到很多非技术因素的限制，如何应对严监管，获得相应政策支持，也是企业需要面临的一个难题。

亟须突破管理关

无人机产业是一个新兴的高科技产业，从研发、制造到使用、管理及服务涉及诸多领域。虽然市场需求很大，但影响我国无人机产业发展的制约因素也不少。有专家指出，我国民用无人机的管理和推广，存在诸多政策法规和行业标准上的真空地带，从空域管制、市场准入这些宏观环境，到具体的适航认证、飞行资质认证、飞行管制、从业人员培训的章程，再到产品质量认证都尚待完善。

国家电网一家下属公司曾购买了一架无人机，希望通过技术改进提高生产效率，但每次申请飞行的手续繁杂，导致该无人机使用效率并不高。而在城市中，对无人机的飞行更是有严格的管控措施。

掘金“新消费” 互联网公司迎来上市潮

子 煜

9月20日，美团点评正式在港交所上市，以超4000亿港元的市值成为仅次于阿里巴巴的第二大电商平台。

美团点评是近期继小米之后资本市场迎来的最重要的科技公司，亦是国内互联网三巨头中最早上市的一家。公开资料显示，美团点评是一家生活服务电子商务平台，创办于2010年，2015年与大众点评合并，先后收购了钱袋宝、摩拜单车，并推出美团打车、小象生鲜等新业务。

自今年7月份开始，互联网公司掀起“上市潮”。据电子商务研究中心统计结果显示，除了美团点评之外，包括小米、齐家网、拼多多、优信二手车、有赞、1药网、51信用卡等互联网公司近期均成功上市。此

外还有土巴兔、微贷网、宝宝树、找钢网、什么值得买等电商平台也冲刺IPO。沪江网、新东方在线、猫眼微影、猎聘网、同程艺龙等一大批互联网平台也宣布启动海内外资本市场IPO进程。

小米集团“打头阵”。7月9日，小米在香港交易所“敲锣”。7月12日，8家内地公司同时于香港联交所上市。其中包括线上直播平台映客、互联网家装公司齐屹科技、游戏公司指尖悦动等。次日，又有51信用卡在港上市。

此外，7月17日，新东方在线公布拟奔赴港股市场。互联网明星企业美团点评和同程艺龙分别于6月25日、6月21日在港交所递交了招股说明书，美团点评于9月20日成功上市，成为港交所第二家中产阶级创新消费模式开始逐渐崛起，这也意味着一个“新消费时代”正在开启。

曹磊指出，有别于传统的电商消费理念，产品质量并非用户消费的唯一关注点。消费升级的时代背景下，消费者渐渐从实物消费转变为服务消费，不仅仅强调产品质量的好坏，对于附加服务有了更高的追求。以美团点评为代表的的服务型电商正在开始崛起，此类平台通过技术赋能，旨在打造更加优质的消费体验。

“权”改革后，又进一步推高了互联网、科技股等新经济企业的上市热情。

对于此次电商、互联网公司“现象级”IPO浪潮，电子商务研究中心主任曹磊预测，互联网中概股IPO“第四次浪潮”已经开启，而有别于以往任何一次，最显著的特征就是以小米、美团点评、拼多多为代表的上市电商新势力成为引领这股上市热潮的“主力军”。除此之外，网易考拉和严选、盒马鲜生等中产阶级创新消费模式开始逐渐崛起，这也意味着一个“新消费时代”正在开启。

曹磊指出，有别于传统的电商消费理念，产品质量并非用户消费的唯一关注点。消费升级的时代背景下，消费者渐渐从实物消费转变为服务消费，不仅仅强调产品质量的好坏，对于附加服务有了更高的追求。以美团点评为代表的的服务型电商正在开始崛起，此类平台通过技术赋能，旨在打造更加优质的消费体验。

海岛迎丰收 鱼干晾晒忙



9月23日，连云港市连岛街道西连岛村村民在晾晒鱼干。当日是秋分节气，江苏省连云港市沿海渔村迎来丰收，村民们抓住晴好天气，及时将鲳鱼、黄鱼、鳓鱼、鳓板鱼等各种海鱼腌制加工，晾晒成鱼干，满足市场需求，海岛处处呈现出一派丰收的景象。耿玉和 摄/东方IC

葡萄酒市场出现恢复性增长

据新华社电（记者连振祥、文静）记者从在甘肃省武威市近日召开的第八届河西走廊有机葡萄酒美酒节上获悉，今年以来，我国葡萄酒产业出现恢复性增长，今年前7个月，国内葡萄酒销售量同比增长33.5%。

“我国葡萄酒产业发展态势良好。”国家市场监管总局执法稽查局副局长路政闻说，“葡萄酒市场

今年1月至6月，全国规模以上葡萄酒生产企业累计销售收入192.1亿元，同比增长4.7%，增速较上年同期加快4.3个百分点；利润总额20.8亿元，同比增长4.3%。

虽然我国葡萄酒市场消费增长态势明显，但路政闻认为，我国葡萄酒产业处于调整优化期，葡萄酒产业发展还存在很多问题。国产葡萄酒市场竞争力不足，受国外进口葡萄酒挤压明显，产量逐年下滑。

据了解，今年1月至7月，全国规模以上葡萄酒生产企业累计完成葡萄酒总产量39.6万千升，同比下降

1.7%，连续23个月负增长。

同时，国产葡萄酒产品认知度、辨识度低，优质品牌不强。据电商网站的销售统计，今年一季度葡萄酒线上销售排行榜前20名中，进口葡萄酒占据17个，而国产葡萄酒仅有3个。

此外，我国相关行业规章制度和标准还不够完善。路政闻说，与葡萄酒产业发达国家相比，我国葡萄园种植、葡萄酒酿造及装瓶、包装、销售等环节规格化程度还需健全。

中国农业大学教授黄卫东认为，在消费升级的背景下，更多的消费者将选择品质更高的品牌酒，我国葡萄酒产业应主动调整国内葡萄酒供给的橄榄形结构，瞄准中高端市场。同时，国内葡萄酒企业也要开拓海外市场，通过并购等一系列措施，获取优质渠道资源，扩大海外销售途径，扩展企业影响力。

我国首个国家级盾构技能大赛举行

本报讯 盾构设备作为地铁施工的利器，已发展成为中国高端装备制造领域的一张名片，操作工技能水平的高低，直接影响设备整体效能发挥。日前，2018年中国技能大赛——中国中铁股份有限公司职业技能竞赛盾构项目决赛在中铁装备郑州基地落幕，这是我国首个国家级盾构技能大赛，也是我国盾构行业最具影响力、专业水平最高的顶级赛事。中铁六局、中铁工业、中铁八局选手分别荣获第一、二、三名。经过前期资格筛选，来自全国各地的64名盾构机操作工进入比赛。为增强竞赛的针对性与实效性，比赛分为理论考试和实作比赛两个环节。理论考试内容包括盾构机基础知识、施工技术和安全措施。实作比赛环节，主要是盾构机操作、故障诊断和排除等。大赛前三名将被授予“全国技术能手”荣誉称号。（作建伟）