

# 产经

新闻

责任编辑:刘 静  
新闻热线:(010)84151603  
E-mail:grbrcjxw@sina.com

## 物流行业 发展前景可期

本报记者 吴锋思

近日,国家发展改革委、中国物流与采购联合会发布“2018年全国物流运行情况通报”。数据显示,2018年全社会物流总额保持平稳增长,社会物流总费用与GDP的比率为14.8%,其中运输费用比率稳中有降,保管费用和管理费用比率上升。

我国是全球物流大国。经过30多年的发展,物流业已经成为重要的现代服务业,是国民经济的支柱产业。特别是近年来,我国物流行业保持快速发展,全社会物流总额呈不断上升趋势。业内人士指出,在结构调整、产业优化、降本增效的背景下,物流业也将伴随着信息技术、智慧物流、市场升级等带来的发展机遇。

### 总额保持平稳增长

“运输业务量有了显著提升,每年货物输出达到7000吨,出货量明显增长,企业发展明显加快。下一步我们将抓住‘一带一路’发展机遇,加快商贸物流中心建设,让更多的商品走出国门。”在新疆(昌吉)亚欧国际物流园,一家人驻的物流企业负责人告诉记者。

由于地域的特点,相较于全国来说,新疆的物流行业发展较为缓慢。但随着“一带一路”倡议提出,新疆物流企业抢抓机遇、紧盯市场,在国际物流、特种物流、多式联运等方面多次进行探索和尝试,物流产业取得了较好的发展。特别是搭建空中物流通道,建成中欧班列乌鲁木齐集结中心,持续提升中欧班列国际物流品牌影响力,成为我国向西开放的一张亮丽名片。

2018年,新疆全区邮政行业业务总量累计完成38.03亿元,同比增长16.92%;业务收入累计完成47.41亿元,同比增长10.3%。其中,快递业务量累计突破1亿件,同比增长22.99%;业务收入累计完成23.9亿元,同比增长26.12%。

与物流发展情况一样,我国物流总额保持平稳增长。2018年全国社会物流总额283.1万亿元,按可比价格计算,同比增长6.4%,增速比上年同期回落0.2个百分点。

### 发展后劲足

日前,新疆维吾尔自治区印发了《关于促进物流业发展的指导意见》,明确了新疆物流业中长期发展的基本原则、主要目标和主要任务,提出积极推进7个重点领域的发展等多项有利于新疆物流发展的施政举措。

从传统物流到现代物流,再到物流供应链,从近年来物流产业发展历程看,政策在其中无一不起到协助指导作用。由于国家及地方扶持政策的不断出台,使物流行业有了长期发展的动力,《物流业发展中长期规划(2014—2020年)》提出,到2020年,基本建立布局合理、技术先进、便捷高效、绿色环保、安全有序的现代物流服务体系;物流的社会化、专业化水平进一步提升;物流业增加值年均增长8%左右,物流业增加值占国内生产总值的比重达到7.5%左右。

据了解,经过多年的发展,我国主要物流基础设施取得了显著的进步,物流行业固定资产投资也持续增长,物流业基础设施的不断完善,将为物流业进一步发展提供充足动力。

“我们推行驿站模式,把所有快递业务量整合到驿站,每家快递的数据都可以兼容。”新疆哈密一家物流企业负责人表示。

甘肃是古丝绸之路的咽喉要道,也是中国与欧亚各国经贸往来、文化交流、交通运输的必经之地。甘肃推进大型商品交易市场、农产品产地批发市场和农贸市场建设,建成县乡村农产品物流体系和冷链物流体系,实现内外贸联动发展。目前,全省在建的11个大市场完成投资86亿元,已有10个投入运营。

业内人士指出,我国经济的持续增长、经济结构转型升级将对物流业发展产生深刻影响。未来几十年,大宗能源、原材料和主要商品的大规模运输需求依然旺盛。随着新型城镇化、区域一体化加快发展,也将给电子商务物流发展提供更多空间。

特别是2018年,物联网和大数据在物流领域中的应用潜力已经得到验证,今年人工智能和区块链技术在物流领域将迎来应用的爆发。信息技术对物流业的支持,将推动智慧物流加速前进。

### 积极应对挑战

业内人士指出,物流是实体经济的循环系统,随着世界经济复苏和中国经济平稳向好发展,物流业未来发展空间可期,行业整合是大势所趋。但作为国民经济的动脉系统,要让物流产业更好地发展起来,需要深耕细作。

据了解,当前物流业整体创新能力较弱。国际化水平较低,规范有序的物流市场尚未形成。此外,我国现有应急物流保障系统抗风险能力较差,应急能力薄弱;物流人力资源总量和层次均不高,物流从业人员在学历结构、职称结构和技术等级结构等方面均与发达国家存在较大差距;物流管理体制和治理能力弱,相关法律法规和政策不完善。

“专业人才特别缺,从业人员整体素质较低。”新疆一家物流公司的负责人告诉记者,培养物流管理和技术人才刻不容缓,加强对物流从业人员的在职培训迫在眉睫,引进、留住物流专业高素质人才势在必行。

而要做到这点,相关部门要从构建多层次、多样化的物流教育和人才培养体系做起,从加强师资队伍建设和优化课程体系、改革教学内容做起。不断强化现代物流观念,加强职业教育培训,严格物流职业资格认证,全面提高物流人才综合素质。

此外,要想把握“一带一路”机遇,促进城市物流业发展,要有一个开放的心态,用好国际国内资源,采取有针对性的措施应对风险挑战,补足诸多短板,切实推动我国物流业发展由大做强,同时全力支持智慧物流的发展。

本报记者 徐 潇

清明假期,正逢新茶上市,河南省信阳市商城县从业农村电商3年多的刘磊忙着卖毛尖。店里聚集了七八个客人,他的淘宝店铺也不断有提示声。在离家两公里的山脚,刘磊的母亲和姐姐正带领当地贫困户采摘茶树上的嫩芽,送到茶厂经过多道工序制成茶叶,再通过淘宝店铺卖到全国各地。

近年来,农村电商的发展一直受到各方关注,阿里、京东、拼多多等电商平台与农村的互动也越来越多,农村电商在兴乡富民过程中扮演起了越来越重要的角色。尤其是今年中央一号文件提出实施数字乡村战略,深入推进“互联网+农业”,在政策扶持和各个电商平台的加持下,农村电商道路越走越宽。

### 农村天地大有作为

农村电商作为“互联网+”发展的重头戏,在助力农村地区发展、农业现代化和农民的脱贫致富等方面提供了有效的解决方案,农产品和农村消费市场也成为各方关注的焦点。

从顺丰优选布局冷链物流、联想构建全新农业产业生态圈,到阿里的“千县万村”计划、京东“千县燎原”计划,苏宁建设县级苏宁易购服务站计划,农村天地其实大有作为,农村消费市场的争夺也在各电商平台间暗潮涌动。3月30日,阿里巴巴淘宝宣布“村播计划”正式启动,将在100个县培育1000名月入过万的农民主播,用主播带货的形式助力农产品。

4月6日,刘磊对《工人日报》记者说:“阿里打造‘村播’说明很重视农村电商市场,另外,阿里和拼多多等平台都在争抢农村消费流量。”刘磊认为,城市消费市场已经定局,而农村消费市场,无论是农产品走出去,还是商品走进农村,都有巨大的潜力。

90后的高鑫大学毕业后在北京某银行工作,看到农村电商发展迅猛,他辞职回到老家商城县为自家艾叶加工厂开拓电商销售业务。“现在年

本报记者 赵 昂

根据相关机构发布的《2018中国视频内容付费产业观察》,截至去年底,我国在线视频平台付费会员超过2.3亿人,近3年复合增长率高达119%,远高于网民规模近3年6.28%的复合增长率。预计今年,我国在线视频付费会员将会超过3亿人,不排除单个在线平台订阅会员数量破亿。

从最早的在线视频版权混乱,到版权规范后广告时间过长内容过杂,再到如今相当一部分消费者养成了付费观看的习惯,我国在线视频平台正在逐步走入成熟期。每月十几元的会员费看似不多,但当会员数量呈千万级甚至亿级之时,所带来的收入就不容小觑了。更为关键的是,相对于广告业务的不确定性以及对观看体验感的影响,会员费收入不仅稳定,而且能够实现较好的资金流循环。

随着“电竞+体育”模式加速落地,电竞教育培训、场馆建设、电竞赛事和“电竞+”四大领域或将成为投资新蓝海

## 电竞产业呈井喷之势

本报记者 李 国 实习生 李 俊

电竞=游戏=玩物丧志?自2015年起,资深电竞人、重庆市万州区电子竞技协会会长范滔便开始在万州及其周边举办各种电竞比赛,4月14日,接受《工人日报》记者采访时他说:“是的,通俗地说,电竞选手每天的工作就是打游戏,但是和普通人为了解放打游戏不同,其实电竞选手非常辛苦。”

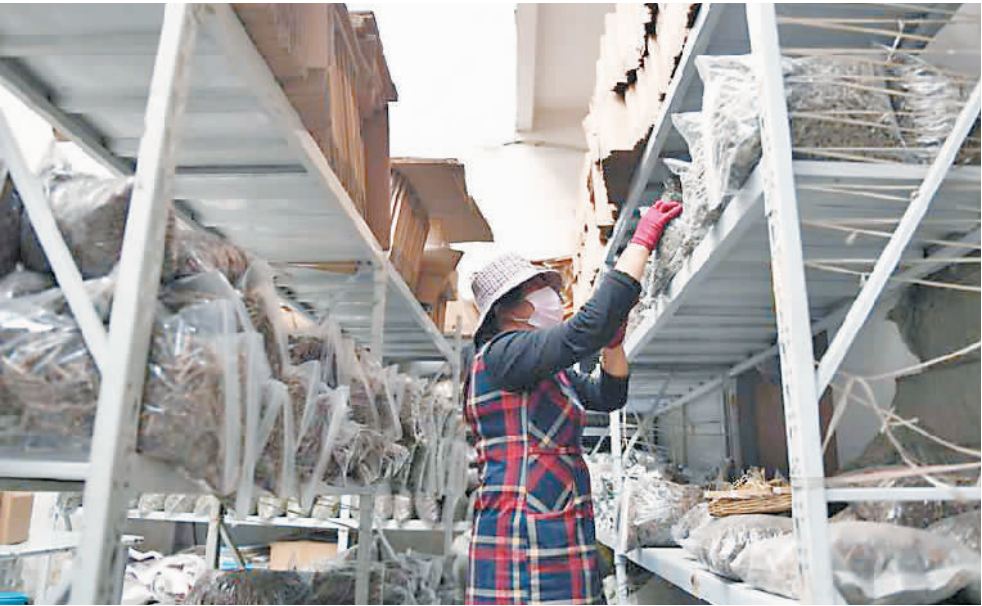
电子竞技,这个传统观念上来说“不务正业,虚度人生”的行业,在很长一段时间内不被看好。近年来,随着体育产业大环境向好,各细分门类的体育行业迎来了新一轮的发展。而借助游戏竞技平台和网络直播对青少年的强大吸引力,电子竞技产业呈井喷之势。

据统计,2015年国内电竞市场规模为375亿元,2016年达到500亿元,2017年为770亿元,2018年近1000亿元。仅在重庆区域,《英雄联盟》2018年春季赛开赛以来,每天比赛期间每小时平均在线观看人数达132万人,高峰时段在线人数338.5万人,日均PV(页面浏览量)高达3347.5万次。随着“电竞+体育”模式加速落地,电竞教育培训、场馆建设、电竞赛事和“电竞+”四大领域或将成为投资新蓝海。

### 移动电竞市场潜力巨大

1984年出生的郭斌肯定没有想过,他的一生会与电子竞技结缘:作为重庆电子竞技圈公认的高手,早在2000年他就成为了中国电子竞技最早拿到工资的职业选手。2001年的世界电子竞技大赛的星际争霸,当时他以中国第一的身份出线,取得了世界第四名的好成绩。

3万元是郭斌打电子竞技赢得的第一桶金,因此他印象深刻。“上税后净到手24000元现金,兴



农村电商货架上摆满了土特产。

吴玮 摄

轻人愿意回乡创业,把农特产品卖出去也很有成就感。”高鑫对记者说。

近年来,商城县电子商务局对该县电商企业提供了多方支持,几家发展较快的企业都在农村电商专楼里开设了工作室和培训业务,为其他后起企业提供帮助。采访中,记者看到当地规模较大的“原料垄上”正在打包发货,该企业负责人杨娟娟表示,经过两年的精心运营,农特产品年销售额达2000万元。

### 农村电商扶持持续发力

农村电商扶贫,核心在于通过互联网技术帮助农货出山、出村,增加农民的收入。过去,农特产品即使放上电商平台也难找到买家,再加上物流滞后,农特产品走出去是举步维艰。随着农村电商的发展和电商平台的支持,各地特色馆在天猫、京东、苏宁等平台上架,拉动了农特产品的销售速度,带动了农村脱贫。

2018年“双十一”,仅青海特色商品就卖了0.27亿元,增长了108%。2018年11月,拼多多CEO黄峥公开表示:“过去3年,拼多多平台已累计帮扶139,600户建档立卡扶贫家庭,产生超过21亿笔助农订单,累计销售109亿斤农产品。”

清明假期期间,除了茶叶销售繁忙之外,刘磊店里的辛夷花、蒲公英、野生桑叶每天出货量也较大。据他介绍,自己回老家做农村电商以来每年销售200多万元,已经陆续带动了2000户贫困户脱贫,“货架上摆的土特产大部分是贫困户自发采摘收集送到我这里卖出去的。”刘磊还有一个很重要的本子,记录着每天送特产来的贫困户送货数量和交付金额。

高鑫的艾叶加工厂在当地开展了2000亩种植基地,发动当地百姓种植,近年来也带动了200余户贫困户脱贫。

农村电商除了卖货功能强大,还利用大数据对农民种植作物提供了预判信息,避免出现“猪周期、蒜你狠、向钱葱”等周期陷阱。就此问题,杨娟娟表

示,企业通过建立农产品大数据平台,将为当地种植养殖提供因地制宜的方案,并且从2019年开始转型订单种植,既能避免不必要的损失又能稳定产品销量。

### 注重造血 赋能产业

尽管目前一些地区通过农村电商的发展逐渐脱贫,但仍有落后地区由于农村交通物流不便、缺乏专业人才、资金不足等原因,农产品上行仍然比例较低。在农村电商扶贫的道路上,每一个助跑脱贫的企业或个体都在探索成熟的扶贫理念和可持续的创新模式。一个共识是,农村电商扶贫必须从“输血”转为“造血”,打造农产品产业链以求可持续的“富民”模式。

高鑫家的艾叶加工厂开办多年,但苦于没有完整产业链,仅能做基础加工。“湖北蕲春和河南南阳是两个著名的艾叶之乡,已经有完整的产业链和知名品牌。”高鑫拿起一个艾灸用的器具向记者介绍,类似产品在蕲春和南阳都有制造销售,“我们这里产业不完善,即使有资源也不能很好地利用,还得努力。”

记者查询资料看到,2018年,河南省南阳市艾草种植面积超过20万亩,产量占全国的80%以上,加工、经营企业1029家,完善产业链带动企业开发艾草健康产品5大系列3800多个品种,远销“一带一路”沿线56个国家和地区,年产值200多亿元,成为当地的扶贫大产业。

除了完善产业链,强化农产品地理标志和商标保护,也是农村电商发展制胜的决定因素之一。“最近我们在探讨,说起特产,我们县首先能拿出手的是什么。”商城县原耕垄上电子商务有限公司负责产品运营的楚铭杨向记者介绍,由于当地处于鄂豫皖三省交界,农特产品地理标志不够明显,县里和企业都在探索和打造当地“爆款”特产。刘磊则在3年多农村电商摸爬滚打中认识到商标的重要性,他一边给茶叶称重,一边提醒客人注意水杯上印着的茶叶品牌。刘磊认为,农村电商要开始注重品牌保护,有了品牌和流通标识才可以打开更广的销售渠道,能为农村脱贫贡献更多力量。

## 在线视频网站要瞄准大屏时代

事实上,许多在线视频平台付费会员,恰恰是因为某一平台拥有某个电视剧或者综艺节目的独家版权而购买,这也使得各大平台在购置版权方面不惜重金,特别是知名度较高的影视剧和综艺节目。还有的平台为了丰富头部内容,大投入自制影视剧和综艺节目,这些版权相关支出,都使得在线视频平台的经营成本增大。

在这样的情况下,在线视频平台市场在未来很可能出现两极分化。头部平台投入更多,买到最佳的剧作,吸引更多的会员,形成良性循环;而后部平台则因资金有限,难以买到佳作版权,吸引会员自然无从谈起。没有足够的会员,资金循环将更为困难。

不过,尽管如今通过PC端和手机端观看视频的会员正在不断增长,但在视频网站也应当意识到,PC端和手机端的的增长终有上限,更有远见的企业,应当瞄准未来的市场。视频会员以年轻消费者居多,但是一旦这些年轻消费者成家生育,像过去一

样一人抱一台手机或电脑的个人娱乐模式就难以维系了,最终这些消费者还是会回归家庭集体娱乐,而能够在家庭中不分年龄段室内集体娱乐的主要方式,就是看电视。

要知道,现在,客厅中同时接入电视接口和互联网接口已经是许多装修公司的标配操作。在泛媒体娱乐模式下,智能电视可以与互联网无缝对接,消费者借助电视,通过互联网观看自己喜欢影视剧或节目。这种新模式,既弥补了原有电视难以自主观看、反复观看的不足,其视觉和音效又比手机、家庭电脑更好。在可以预见的未来,互联网大屏娱乐,将是许多家庭的娱乐选项。

在这样的情况下,在线视频网站要更好地瞄准大屏市场,特别是后部有弯道超车的网站平台。毕竟,如果消费者不是只把电视作为屏幕,而是直接用电视进行网络操作的话。一方面,许多剧作和节目的版权,在手机、电脑端口与电视端口的版权授权

是不同的;另一方面,在线视频网站的外部环境与运营模式也会有所不同,需要与电视厂商、电视网络运营方、互联网服务方更好地协作对接。从这点来说,在电视端口,在线视频平台依然有很大的竞争和发展空间。

另外,电视台也应当意识到:未来,可能抢走电视市场份额的不再是单纯的网上影视剧和综艺节目,而是“电视+在线”的泛娱乐新联盟。换言之,对于电视台来说,如何更好地拥抱网络,发挥已有竞争力形成经营优势,同样是可以有所作为的。



2018西安国际双创电竞嘉年华 东方IC 供图

包括电子竞技运营师、电子竞技员在内的13个新兴职业。

早在去年4月,阿里体育就与亚洲奥林匹克理事会达成战略合作伙伴关系,双方将共同持续、大力地推进电竞运动在传统体育领域的发展,2022年杭州第19届亚运会将把电子竞技纳入正式比赛项目。

电竞产业在不断繁荣的同时,也带来了大量的人才缺口。根据去年5月发布的伽马调查报告的数据显示,电竞行业规模年复合增长率已经达到46%,人才缺口达26万人。专业人才的缺乏、管理的缺位,是目前中国电竞面临的重大问题。

目前电子竞技虽处在爆发期,但是缺点也很明显,盈利模式单一、电竞产业覆盖分布不平衡、电竞人才断层、企业各自为战等问题都亟待解决。

记者了解到,当今电子竞技的职业认证体系、人才培养体系和教育体系都缺乏相关的行业标准,使得这一新兴产业在发展中遇到阻碍。从长远发展来看,应该把目光集中在人才教育和培养上,因为专业人才、职业化人才缺乏是困扰电竞教育培训企业的重要问题。

与此同时,电竞产业正在向产业化、正规化的方向大踏步地前进着,但这并不代表前方是一片坦途。就当下而言,特许经营权的确立、赛制分区后当地粉丝的支持、电竞俱乐部盈利手段、电竞产业的人才培养,仍是目前电竞行业需要跨越的大山。

腾讯集团首席运营官任宇昕认为,市场数据和来自各方面激动人心的消息,既凸显了电竞的产业价值,也充分体现出现中国电竞行业的地位正在不断提升。“经过几代电竞人的不懈努力,中国电竞已经驶入起飞跑道,即将进入飞跃发展的新阶段。”他说。

### 利益与争议并行

4月3日,人社部发布公告,经过严格评审批准了