

产经新闻

责任编辑:刘静
新闻热线:(010)84151603
E-mail:grrbcjxw@sina.com

物流行业 发展前景可期

本报记者 吴铎思

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%,其中运输费用占比稳中有降,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,物流业已经发展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涨趋势。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,一家入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。甘肃推进大型商业贸易市场、农产品产地批发市场和农贸市场建设,建成市县乡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,大宗商品、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、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,全面提高物流人才的综合素质。

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到强,同时全力支持智慧物流的发展。

对于农村消费市场,无论是农产品走出去,还是商品走进农村,都有巨大潜力

农村电商路有多宽

本报记者 徐 潢

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1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



农村电商货架上摆满了土特产。

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,“我们这里产品不完善,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。

农村电商扶贫持续发力

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、苏宁等平台上线,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发货数量和交付金额。

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测信息,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

在线视频网站要瞄准大屏时代

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。

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,买到更佳的剧作,吸引更多的会员,形成良性循环;而后期平台则因资金有限,难以买到佳作版权,吸引会员自然无法谈起。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,但在线视频网站也应当意识到,PC端和手机端的增长终有上限,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插口和互联网插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的影视剧或节目。这种新模式,既弥补了原有电视难以主观观看、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,特别是后部有意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、电脑端与电视端的版权授权

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。



产经观察

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涪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双手、享受游戏不同,其实电竞选手非常辛苦。”

电竞竞技,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。

近年来,我国宏观经济良好稳定,网民的娱乐生活消费提高,网络游戏产业逐步成为我国重要的经济文化产业。其中,电子竞技受到资本市场热捧,并且各个领域都处于风口,许多业内业外巨头纷纷投资电竞各个领域,电竞广告营销、赛事营销、电竞明星的泛娱乐化,电子竞技成为市场热点。“互联网+”上升为国家战略,“游戏游艺”成为国家支持产业环节,各地政府纷纷布局电竞领域。

如今,电子竞技已成为文化体育行业中火爆的细分领域之一,以PC端游为载体的传统电竞近年来输出了大量高价值的赛事、内容、明星等,影响了数以亿计的用户。

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。“上税之后拿到手24000元现金,兴

奋惨了!”当时是2001年。郭斌当时没给妈妈打电话,而是悄悄回到家,把钱往她眼前一放说:“妈,我挣到钱了!”这件事改变了家人对电子竞技的印象,妈妈开始认同这也是一条可行之路。

在国内没有形成完善成熟的电竞市场前,成为电竞选手这条出路比学习更难走。如何处理好青少年学习与电子游戏之间的关系,无疑是摆在每个家长面前的难题,也是社会的难题。

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。

近年来,我国宏观经济良好稳定,网民的娱乐生活消费提高,网络游戏产业逐步成为我国重要的经济文化产业。其中,电子竞技受到资本市场热捧,并且各个领域都处于风口,许多业内业外巨头纷纷投资电竞各个领域,电竞广告营销、赛事营销、电竞明星的泛娱乐化,电子竞技成为市场热点。“互联网+”上升为国家战略,“游戏游艺”成为国家支持产业环节,各地政府纷纷布局电竞领域。

如今,电子竞技已成为文化体育行业中火爆的细分领域之一,以PC端游为载体的传统电竞近年来输出了大量高价值的赛事、内容、明星等,影响了数以亿计的用户。

2016年国内电竞用户数达1.25亿人,2018年国内电竞用户数已突破3亿人,占全球电竞受众的比例超过三分之一。电子竞技目前正处于爆发期,无论是市场规模还是用户规模都在大幅度增长。

随着中国游戏市场上移动游戏创收占比显著提升,移动电竞将会成为未来产业新的带动者。据《2018年中国移动电竞市场行业报告》显

示,移动电竞市场规模已经超过了端游电竞市场规模,增速更是大幅度超越端游电竞市场,此现象标志着移动电竞市场正式进入了高速发展期。随着5G商用提上日程,未来手机领域的相关动向同样会间接为移动电竞市场的增长提供极大带动作用。

电子竞技受到资本市场热捧

业内专家坦言,电子竞技在赛事和直播领域广泛布局,迅速构建出相对完整的游戏电子竞技产业链,游戏运营、赛事运营和媒体渠道,预计未来电竞产业将达数千亿元规模,而资本的嗅觉早已经走在了前面。

2014年11月,联众国际以3500万人民币入股网鱼网咖,1年后,位于北京三里屯的网鱼电竞馆开张。

2015年12月26日,苏宁集团宣布进军电竞市场的战略:打造第三方赛事平台——苏宁SES电子竞技联盟,并举办职业组、全民组、高校组等赛事。

2016年7月26日,阿里体育召开发布会,CEO张大钟宣布推出电子竞技馆加盟计划。在他看来,电竞馆将成为年轻人喜欢的一个新兴生活社区,“我们计划招募1万家电竞馆,覆盖3000万电竞选手和爱好者,让他们在这里享受电竞、娱乐、社交等服务。”

随着在全球范围内迎来爆炸性增长,电子竞技广阔的市场前景,吸引了不少投资者和地方政府的目光。包括BAT、万达、软银、红杉等,早已在中国电竞体育领域进行了广泛布局。此外,京东、苏宁等也瞄准了电竞产业。截至2018年,电竞行业融资事件达200起,融资金额也从2013年的9.63亿元增长到2018年的188.64亿元。

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



2018 西安国际双冠电竞嘉年华 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