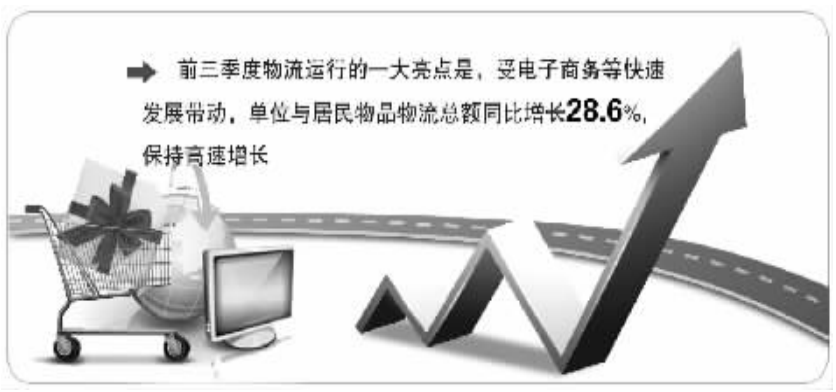
前3季度：

物流运行稳中向好 四大瓶颈亟待突破

本报记者 杨国民

今年三季度以来，国民经济运行稳中向好，经济活动链条上的采购、生产等各环节均出现积极变化，社会物流需求增速稳中回升、物流服务价格止跌上扬、企业效益略有好转、行业转型持续推进。中国物流与采购联合会日前分析认为，整体上，前三季度我国物流运行由“稳中偏弱”向“稳中向好”转变

题图为地处中国（上海）自由贸易试验区内的外高桥保税区码头远眺。 新华社记者 陈 飞摄



数据显示，前三季度，全国社会物流总额145.7万亿元，按可比价格计算，同比增长9.5%，增速较上半年回升0.4个百分点，较一季度回升0.1个百分点，整体上物流需求呈现稳中回升的基本特征，但仍较去年同期回落0.1个百分点。

前三季度物流运行的一大亮点是，受电子商务等快速发展带动，单位与居民物品物流总额保持高速增长，且增速进一步加快。前三季度，单位与居民物品物流总额同比增长28.6%，增速较上半年加快1.6个百分点。1至9月份，全国规模以上快递服务企业业务量累计完成61.8亿件，同比增长61.2%，增速较上半年加快0.6个百分点；业务收入累计完成995.7亿元，同比增长34.9%，增速较上半年加快0.4个百分点。

与此同时，不同类型的物流业务也存在分化。其一，钢铁、煤炭、水泥等大宗商品的物流业务量持续低迷，而与快速消费品相关的物流业务规模保持较快增长；其二，国有物流企业业务规模增速较为平稳，而民营物流企业业务增长较快；其三，传统的运输、仓储物流服务增势平稳，而创新型业务如供应链管理、物流金融平台、社区物流等发展迅速。

受物流服务价格回升和物流市场需求增加带动，物流企业效益有所好转。9月份，物流业景气指数中的主营业务利润指数回升1.2个百分点，回升至51.6%，连续两个月保持在50%以上。

物流运行稳中向好的另一个标志是行业转型升级持续推进。以“结构调整、业务转型和模式创新”来维持企业生存、促进企业发展，已经成为行业内企业的共识，并取得了积极的成效。例如，德邦物流强化了客户体验、顺丰速运进军高铁快递、中邮速递投产亚洲最大的南京集散中心并实施网络流程标准化和作业流程规范化、中储股份探索自有贸易、中物华商物流打造社区物流和物流金融平台。这些创新和转型举措在增强企业竞争力的同时，也提高了物流运作的效率和服务质量。

运行稳中向好的同时，物流发展面临的问题不容忽视。中国物流与采购联合会指出，当前主要有四大问题制约物流业健康发展。

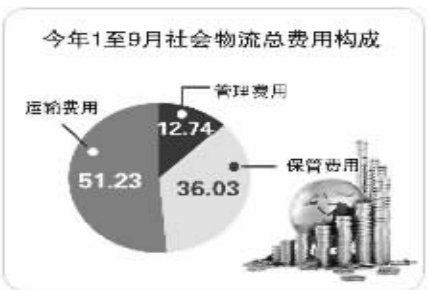
一是税收负担较重。其一，营业税改征增值税增加了物流企业负担，主要是抵扣项目不健全。服务于小微企业的物流企业无法得到增值税进项抵扣发票；铁路运费细化改革后，电气化费和分流费无法抵扣；物流行业属于轻资产行业，可抵扣项目较少；物流企业的人工成本占经营成本的绝大部分，而在增值税体制下，人工成本得不到抵扣；增值税补贴速度较慢等等。这些因素使物流企业实际税负不降反升，不利于第三方物流企业的发展。此外，国际货代业取消了差额纳税政策，由于上游国际运输执行免税和零税率政策，国际货代业没有进项税抵扣，如果全额征税，绝大多数企业将出现严重亏损。这就会导致部分物流业务转移至国外企业，国内相关企业经营更加困难。

二是融资困难、受资本市场冲击较大。一方面，物流企业多属于轻资产企业，取得抵押贷款较难，资金不足制约了物流业的快速发展；另一方面，风险资本、制造业资本开始大量进入物流行业，发展物流园区和仓储基地，存在“炒地皮”、抬高土地价格等非真实性物流投资现象。

三是资质审批与物流快速发展不相适应。部分企业进京通行证过少，远远满足不了业务需求和物流快速发展需要；部分城市在子公司取得《道路运输经营许可证》后，还要求各门店取得《道路运输经营许可证》，增加了企业负担。

四是市场秩序有待规范。部分大型超市利用垄断地位不公平收取供货商各种费用，不仅大幅抬高了物价，也不利于物流企业的产业延伸和拓展增值服务；此外，部分企业依靠物流要素垄断地位实施非公平竞争。

中国物流与采购联合会预计，四季度物流运行将延续平稳增长态势，其中，受经济调整转型影响，传统大宗商品物流需求增速难见明显回升，而快递速运、一体化物流以及供应链管理服务等高效高端物流需求仍将保持快速增长；“结构调整、业务转型和模式创新”仍将是物流企业维持生存和促进发展的基本路径。预计全年社会物流总额增速在10%左右。



谁将占领你的客厅

黄 鑫

近日，苏宁云商、弘毅投资在北京联合宣布，将以4.2亿美元的公司基准估值联合战略投资PPTV聚力。

苏宁投资PPTV，显然是更长远地看到其业务布局的需要，通过投资PPTV，可以将其渠道资源、硬件销售业务更好地与PPTV在电脑、手机尤其是电视等多终端、全覆盖的优势融合，从而助力其云商战略。

随着移动互联网的快速发展，线上互联网与线下实体的融合即O2O，成为炙手可热的投资和应用领域。反映到家庭生活中，就是如何把除了电脑之外的电视等传统家电接入互联网并发掘其商业价值。电视曾是家庭娱乐生活的中心，而在传统互联网占据主流的时期，电视一度被遗忘，再到互联网电视等概念的兴起，让家庭娱乐的中心又重新开始回归电视屏幕。

经历了前两年智能电视从概念输入到产品逐渐提高普及率，消费者对互联网电视的接受程度也在提高。比如今年以来，PPTV的PPBOX，百度爱奇艺的高清盒子等互联网电视机顶盒等扎堆上市，乐视等视频网站还推出智能电视，可见市场的热度。

各种各样的“盒子”产品是互联网电视的形态之一。这主要来自于拥有内容资源的视频网站，通过加装互联网电视机顶盒，即可使传统的普通电视连接海量的网络视频资源，并附加了一些其他的咨询、娱乐功能。另外一种形态是以传统的彩电企业为主，推出智能电视产品，并通过内置软件等方式，与拥有内容资源的第三方合作。

比较两种互联网电视的获得方式，第一种形态显然更容易得到年轻人或熟悉使用网络的消费者的欢迎，机顶盒价格也就几百元，省去了更换智能电视几千元的投入，且机顶盒产品相对来说更新更快。智能电视产品将电视硬件与内容资源一体化，操作更为直接，但今后更新起来可能成本更大一些。

不过，在硬件趋同化的背景下，要想通过硬件差异化取得用户客厅的优势地位显然越来越难了，那些提供更优质内容，能够把硬件载体与内容资源、把线上与线下资源更好结合起来，提供更丰富功能的厂商才有可能获得更多认可。如今厂商们对电视屏幕这块客厅终端资源的争夺主要还聚焦在视频和娱乐应用，但随着电视的智能化、IT化越来越深入，电视将成为与电脑端、手机端同等功能、同等重要的终端，包括电子商务等商业应用也能大放异彩。客厅和电视也将成为重要的互联网入口，正如互联网厂商今天对移动互联网入口的争夺一样，对电视屏幕这第三块终端也将进入“硝烟弥漫”的争夺。

观潮

过个时尚环保的温暖冬季

本报记者 刘 瑾

皮草也许是一种生活品质，也是冬天里的御寒佳品。而今，皮草渐渐地沾染上了平民化的气息，开始成批量地走向市场。也因此，很多环保人士呼吁抵制皮草制品，但巨大的市场需求让这个行业在转变中持续发展下来

“像这件短款的貂皮外套，在大商场里要三四万块，在我们这一万多就可以了，而且同样是品牌产品，品质绝对没有问题。”在新开业的大营国际裘皮新城里，北极皇后的总经理吴敬拿着一件商品向前来的几位顾客介绍说。

最近几天，河北枣强县大营镇的几家皮草商场里处处都是熙熙攘攘的人群。10月28日开幕的大营第二十二届国际皮草交易会拉开了今年皮草销售旺季的帷幕，大营共计近20万平方米主打皮草制品的商场迎来了来自海内外的数万名商家和消费者。

大营镇是中国毛皮加工业的发源地之一，被誉为“天下裘都”。相传，制裘技艺是商末丞相比干在大营为官时所发明，至今已延续发展了3000多年，历久不衰，源远流长。目前，枣强的皮草产业经过多年的发展，已形成以大营为中心，拥有加工企业和摊点1.4万家，辐射到周边5市县500多个村庄，从业人员15万人，年产值70亿元，年出口销售额达7亿美元，形成了跨两省三市五县的大经济圈。

近年来，我国的皮草产业得到迅速发展，加工制作技术提高，一大批国内品牌成长壮大，在国际皮草市场上占有重要份额。有关数据显示，今年1至6月，全国规模以上皮革、毛皮及制品和制鞋业销售收入5386.5亿元，利润总额313.5亿元；皮革业贸易进出口额仍居世界首位，进口39.7亿美元，同比增长5.9%，虽然增速回落，但仍被国际业界视为其进一步开发的重要市场。

“对于社会和市场的新要求，皮革业也要作出调整，不能脱离环保这条主线。”中国皮革协会常务副理事长李玉中表示，对于社会和市场对产业提出的新要求，地方要引导企业适时地进行转变。

枣强县县委书记孙世岩介绍说，为了保护野生动物，当地大力发展生态养殖，确保皮草原料供应。枣强专门投资10亿元建设了占地1700亩的现代化生态养殖园区。目前，已经完成占地500亩的一期工程，水貂、狐狸、貉子等毛皮动物存栏近50万只。下一步，还将按照这一模式，再建设张米、石村、金子三个500亩养殖场，使养殖规模达到200万只以上。此外，枣强还鼓励企业改进生产工艺，由政府牵线，帮扶企业与陕西科大、河北科大等大专院校、科研院所建立长期合作关系，提升加工工艺和技术。

与此同时，国家相关部门也提出要求，宣传呼吁关停小型硝染厂，引导企业到产业园区进行大规模集中硝染，实现高标准的排污要求。尽管这会增加一定的成本，但这也是产业转型的必经之路。

李玉中认为，今后，伴随着皮草市场的持续发展和市场需求的提升，皮草行业势必要从环保、技术和设计上入手，增强行业拓展市场的实力，实现从出口导向型经济向消费驱动型经济的转变。

市场发现

通天酒业联手电商拓展销售渠道

本报讯 近日，中国通天酒业集团有限公司与知名电子商务网站酒仙网在吉林通化正式达成战略合作，合作达成后，企业的部分产品将通过酒仙网的平台进行全面销售。

据介绍，在传统销售渠道、专卖店渠道逐步完善后，中国通天酒业集团有限公司的销售渠道又得到了进一步拓宽，而电子商务平台，也将成为企业未来几年重点发展的销售渠道。中国通天酒业集团主席王光远表示：“电子商务正在逐步地改变传统行业的经营模式，电子商务给传统行业带来的机遇要远远大于挑战，未来电商销售渠道有望成为传统行业的主要销售渠道。”

酒仙网作为国内发展较快的酒类电子商务网站，目前已占据国内酒水网购近50%以上的市场份额。其良好的发展势头和专注的发展理念与通天酒业有不少相同之处，与酒仙网的强强联合将促进通天酒业的进一步快速发展。经过十多年的发展，目前“通天”已经成为名副其实的“中国甜型葡萄酒第一品牌”，推出了很多受消费者青睐的产品。据了解，合作达成后，酒仙网将在1个月内为企业实现互联网销售全覆盖。 （东方星）

西北地区首条美国航线开通

10月30日，海南航空机组人员在首航送机仪式上合影留念。当日，海南航空股份有限公司在西安咸阳国际机场开通西安—北京—西雅图航线，首趟航班将于美国当地时间10月30日12:05抵达西雅图。

这条国际航线每周计划执行两班，均为周三、周六，由空客A330客机执飞。经过16小时25分钟的飞行，抵达西雅图。该航线的开通为西北地区前往美国的旅客提供了新的出行选择。 新华社记者 李一博摄

零售业人才需求强劲

本报讯 记者陈颐报道：中国零售、快速消费品、红酒与烈酒以及奢侈品的消费需求不断上涨，企业正在积极投资并拓展业务，这些都使得招聘市场需要更多销售和营销类人才。根据国际知名的招聘专家瀚纳仕最新发布的季度热门职位报告称，随着招聘市场变得更加活跃，雇主需要更多数字营销经理、客户关系管理经理和传播经理等专业人才。

瀚纳仕中国区总监兰熙蒙在接受记者采访时分析说，零售、快速消费品、红酒与烈酒以及奢侈品市场的公司不再仅仅引入产品，而是转而通过让消费者了解他们的品牌、产品和服务来发展业务。“中国的企业越来越注重客户服务，公司投入大量资金来培训与客户打交道的员工。因此公司希望应聘者不仅能够关注销量与销售额的增长，也要知道如何在更加激烈的竞争中实现业绩增长。”

滴露倡导体验式营销

日前，滴露以“放手触、自在玩”为主题发起体验式营销活动将洗手教育融入到游戏当中，让孩子们参加为期14天的“洗手集训营”，让他们在玩的同时逐渐养成良好的洗手习惯，截至目前总共有450万的孩子加入“滴露洗手帮”。 本报记者 黄 鑫摄

北京爱琴海购物中心开业

本报讯 记者齐慧报道：近日，由红星商业打造的北京爱琴海购物中心在太阳宫地区开业，正式开启爱琴海项目在全国版图布局的序幕。

据介绍，北京爱琴海购物中心倡导精致生活和快乐体验，着力打造全生活“一站式”购物和“体验式”消费场所。这里的每一层都主打不同的概念，红星太平洋影城、温莎量贩式KTV、云尚部落高尔夫会所等体验型业态的密集入驻，为不同的消费群体构筑了一个全方位的休闲购物空间，将成为京城东边区域休闲购物首选之地。

本版编辑 徐 涵 童 娜

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务窗：dzzs@ced.com.cn 010-58393509 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 定价：每月24.75元 每份：0.82元 广告许可证：京宣广0044号 广告部：58392178 发行部：58393121 昨日（北京）开印时间：2:30 印完时间：3:30 本报印刷厂印刷