

### 首个新能源综合示范区落户甘肃

本报兰州10月12日电 记者李琛奇报道:记者12日从甘肃省创建国家新能源综合示范区暨新能源消纳试点工作启动仪式上获悉,全国首个省级层面的国家级新能源综合示范区落户甘肃。

甘肃省发改委编制完成了《甘肃省创建国家新能源综合示范区实施方案》。《方案》提出利用5年左右时间,将甘肃建设成为国家重要的新能源综合利用基地、新能源生产基地、新能源科技进步基地和新能源体制机制创新基地。到2020年,初步建成高比例可再生能源体系。

《方案》还提出了甘肃省新能源发展今后一个时期的十大重点行动:一是酒泉特大型风电基地建设行动;二是金昌武威张掖千万千瓦级风光互补基地建设行动;三是光伏发电典型目标示范基地建设行动;四是光热发电示范项目建设行动;五是新能源消纳利用行动;六是新城建设、新能源、新生活示范行动;七是新能源汽车应用推广示范行动;八是新能源清洁供暖示范工程建设行动;九是新能源集成应用工程示范行动;十是全球能源互联网中国西部示范基地构建行动。

### 河北张家口推进可再生能源就地消纳

本报讯 记者宋美倩、通讯员张泽民报道:日前,总投资20.3亿元、总装机20万千瓦的全球最大的风电制氢综合利用示范项目在河北张家口市坝上地区的沽源县并网发电。项目负责人告诉记者,项目建成后,可形成每年制氢1752万立方米的生产能力,对提升坝上地区风电消纳能力具有重要意义。

固原风电制氢项目的推进,是张家口打造全国可再生能源示范区的一个缩影。截至目前,全市风电总装机达到762万千瓦,并网730万千瓦;光伏发电装机146万千瓦,并网113万千瓦;生物质发电装机并网2.5万千瓦;并获批光伏廊道项目开发指标50万千瓦,申报光伏扶贫项目78万千瓦。可再生能源装机占比达66%,位居全国前列。

发展再生能源的目的在于应用再生能源替代传统能源。为此该省积极采取措施提高可再生能源就地消纳比例。电供暖示范工程快速推进,目前已完成74万平方米电供暖工程;河北建院40万平方米电供热项目已开工建设;百万千瓦风电基地三期风电项目全部配套安排了电供暖任务;大数据、云计算项目试行采用新能源电力直购方式,促进就近消纳,预计到2018年数据中心规模将达到100万台服务器,消纳电量约40亿千瓦时。大力推进纯电动公交车、公务车、出租车、环卫和邮政车等9类特种车辆的普及利用。编制完成《张家口市电动汽车基础设施建设规划》,规划到2020年建设充电站861个、充电桩12862个。

# 治理快递包装浪费现象提上日程

## 向绿色化、减量化、可循环方向转变

本报记者 崔国强

### 透视

随着网购的快速发展,快递业包装材料不环保、浪费惊人、污染环境等问题引起关注。近日,国家邮政局出台了《推进快递业绿色包装工作实施方案》,提出快递业包装要在绿色化、减量化、可循环等方面取得明显效果。快递业过度包装造成哪些危害?《实施方案》将从哪些方面大力推进绿色包装?《经济日报》记者采访了有关专家和业内人士。

#### 网购包装浪费惊人

目前,部分电商和快递公司大量使用劣质、不环保的包装材料,不仅难以降解、污染环境;同时,更可能危害人体健康。“一些企业出于成本考虑,采购质量低劣的塑料袋,这些劣质塑料袋气味刺鼻,部分人群接触时甚至会皮肤过敏,这是为什么要实现绿色化的重要原因。”北京印刷学院青岛研究院副院长朱磊说。

据介绍,当前二次包装、过度包装导致浪费严重。“电商、快递对于包装尺寸的要求各不相同,但是目前的包装纸箱设计往往不符合实际使用情况,经常出现‘大材小用’现象,造成浪费。同时,大部分商品的包装设计依然是为了满足商超销售需求,快递运输的需求一直没有受到重视。许多电商商家为了保护商品进行了二次包装,造成大量包装浪费。此外,过度使用胶带不仅浪费材料,也致使后续的包装回收利用困难重重。这是提出减量化目标的重要原因。”朱磊说。

按2015年我国快递业务量206亿件核算,初步估算全年消耗编织袋29.6亿条、塑料袋82.6亿个、包装箱99亿个、胶带169.5亿米、缓冲物29.7亿个。触目惊心的数字背后,这些材料几乎都没有回收,浪费严重,这是《实施方案》提出可循环化的重要原因。

#### 打出治理“组合拳”

目前,电子运单作为快递业科技创新和实现快递包装减量化处理的重要载体



体日趋普及。截至2015年年底,主要品牌快递企业协议客户电子运单使用率超过60%。《实施方案》提出,“十三五”期间,快递业电子运单使用率年均提高5%,到2020年这一比率要达到90%以上,大幅降低面单纸张耗材用量。

朱磊认为,与纸制快递运单相比,电子运单具有处理效率高、生产成本低、环保效果好、用户权益得以更好保障等特点,电子运单规格尺寸仅为纸制运单的一半,相比纸制运单,电子运单的纸张用量整体减少70%以上。同时,《快递电子运单》邮政行业标准还对电子运单的用纸和用胶的环保性能提出限制要求,更加有利于节能减排和环境保护。“邮政管理部门将通过监督,全面推广应用电子运单技术,确保目标实现。”朱磊说。

同时,《实施方案》明确,“十三五”期间,力争在重点企业、重点地区的快递业包装绿色化发展上取得突破;到2020年,基本淘汰有毒有害化学物质超标的包装材料,基本建成社会化的快件包装物回收体系。具体而言,通过支持企业研发生产可循环使用和可降解的包装材料、鼓励快递和电商企业使用绿色包装新材料新产品,来加快快递业包装绿色化发展;通过鼓励企业减少快件包装用料、鼓励

企业探索简约包装减少二次包装,来鼓励快递业包装减量化处理;通过推动建立健全包装物回收体系,来探索快递业包装可循环使用。可谓打出了治理“组合拳”。

朱磊表示,在科技和法律建设方面,《实施方案》对电商企业、快递企业和包装企业,以及政府、高校、科研院所等快递绿色包装相关要素的各自定位和功能做了清晰界定。比如在推进包装物减量化方面,鼓励企业使用电子运单、中转箱和笼车等装备,利用大数据技术,优化运输、存储和配送的流程,从而减少包装物的使用量。关于快递包装回收,《实施方案》从政策法规上将包装物回收和再利用等纳入《快递条例》和《循环经济促进法》中。实际操作上,将主要通过建立社会化的快递包装物回收体系,在源头上鼓励快递企业使用易于回收的包装物,推动包装物的生产方、使用方和终端消费者共同参与包装分类和回收。

《实施方案》要求,“十三五”期间基本建立快递业包装治理体系,并将其细化为强化快递业包装日常监管、制定修订快递业包装国家标准和行业标准等12项具体任务,后续还将推出具体实施细则和开展试点工作。由于绿色包装有利

于各大企业降低成本,目前企业参与积极性较高。“值得一提的是,《实施方案》对快递业科技创新提出了较高要求,要求快递业联合高校、科研院所开展绿色包装材料方面的研究,要成立快递业产学研协同创新基地,推动一批包括绿色包装新设计、新材料和新功能在内的,到2020年这一比率要达到90%以上,大幅降低面单纸张耗材用量。”朱磊说。

#### 快递公司积极响应

圆通快递CEO相峰说,2015年圆通快递使用包装箱数量达到几十万个,并建立了700余项标准、制度和流程,覆盖管理、运营、服务和安全等多个领域,其中包括快递包装方面的标准。“圆通将根据国家邮政局制定的行业标准及公司标准,进行内部考核。包装回收问题涉及专业的第三方机构、垃圾分类知识的普及等,圆通将加大宣传力度”。

百世快递运营总监钱卫告诉《经济日报》记者,他们将联合业内共同探讨优化电子运单信息内容布局,尽量减小纸张尺寸、降低纸张消耗;同时将推动使用环保快递包装材料,尽可能减少资源浪费,同时通过使用多次复用包装材料降低总使用量;在包装材料回收方面,推动按标准进行分类回收处理,对快件包装所用到的纸箱、编织袋、胶带等包装材料在末端分拨操作环节及派送环节加大二次利用力度,同时在各个操作节点强化对各类包装材料按标准及规范回收的宣传引导,并同步加强监控管理和考核。

据了解,申通快递已经在部分网点试用新型环保材料制成的封套和塑料袋,其具有无污染、可溶性强特点,加上专利设计,可实现回收和循环利用。顺丰快递也在中转场逐步以可重复使用的帆布袋代替编织袋。经测试,一条帆布袋能够重复使用约20次、成本为15元左右,平均使用成本可以降低到0.75元/条甚至更低。同时,顺丰的纸箱、文件封、运单、贴纸均采用可100%降解的材质,顺丰也正在推广使用蜂窝箱代替原木包装,每年可节约原始木材约360吨。

相关报告显示我国旅游市场正在深度和广度上健康发展——

## 跨境消费步入发展红利期

本报记者 郑彬

### 行业观察

新华社《经济参考报》与Visa公司日前联合发布《中国跨境消费年度指数报告(2016)》显示,2015年中国入境游客人数和人均消费双双增长,中国旅游市场正在深度和广度两个维度上健康发展。完善的电子支付环境和购物交通等基础设施的便利是刺激旅游消费的重要因素,代表着未来旅游市场的发展方向。

#### 入境游吸引力上升

《报告》指出,2014年北京和天津依然位列“入境旅游市场综合吸引力指数”榜首,分别比全国平均水平高640%和116%。深圳是2014年入境旅游综合市场吸引力指数最高的城市(非直辖市),指数高达2528。这意味着深圳市接待入境游客“入天数”大约是全国主要旅游城市中间水平的2.5倍。从全国来看,各省区市普遍存在着指数下降的现象,这表明指数的中位水平在上升,中国旅游市场的吸引力水平在整体上升。

值得注意的是,《报告》显示,2015年中国居民出境旅游消费结构与2014年相比出现较大的变化。中国居民境外旅游消费最高的三类场所是时尚零售店、酒店和奢侈品商店。在酒店和奢侈品商店的支出比重分别为在时尚零售店支出的67%和52%。而在2014年,中国居民境外旅游消费最多的场所是酒店。

除了优良的购物环境,价格和质量方面的优势也是吸引中国消费者旅游购物的重要因素。从中国居民出境旅游情况来看,中国企业和相关部门可以从多方面入手,改善消费环境,更好地满足消费者需求。

中国人民大学经济学院副教授

范志勇说,国外入境中国的游客,最大支出项目是住宿和餐饮。我国应该在一些基础设施建设上加大投入,提高入境旅游的舒适性,拓展旅游市场的深度和广度。

#### 新业态成增长点

由于国人对消费品质升级有着强烈愿望,跨境旅游消费已不再局限于观光与购物,投资、置业、教育、医疗保健等新业态均有望衍生出大量新生跨境消费需求。

《报告》称,根据NTTO对入境游客旅行目的的分类,中国游客赴美旅行最主要的目的是“休闲度假”和“探亲访友”。2014年中国居民入境美国休闲度假占比达到34%,探亲访友的比重约为22%,两项之和超过50%。教育类相关活动在中国居民赴美旅游支出中占16%左右的比重,而且常年保持相对稳定,说明美国发达的教育服务对中国居民有很强的吸引力。

《报告》研究发现,中国赴美留学总支出和人均支出均保持高速增长。中国学生赴美留学虽然仍以本科和研究生为主,但增速放缓。相反,就读高中的人数增长强劲。新东方前途出国公司助理总裁卢巍亦透露,该公司从10年前开始做旅游教育产品“青少年游学”项目,到今年共输送了1.2万名青少年游学海外。

同仁堂国际电商事业部副总裁王印卿表示,“我们在做的进口跨境业务,就是把国外优质健康的食品、保健品、洗漱用品带到中国来,去除了品质缺乏保障的风险。”

不过,专家表示,跨境电商的结汇退税环节还存在不少毛病,各国认证体系也存在认证互信问题,就连各国支付平台也都各有标准,需要整合规范。范志勇认为,支付是价值实现的最后一环。如何提升支付尤其是电子支付基础设施和法律政策环境,改进和提高支付手段和效率,进而提升支付对跨境消费

乃至经济增长的贡献度,是中国决策部门和支付业界不容回避的问题。“中国作为全球电子商户、移动互联网发展创新最快、最大的市场,完全有能力也应该成为电子支付创新的全球中心。”范志勇说。

#### 消费成本显著降低

《报告》认为,在政府的大力推动下,中国跨境消费将步入跨越式发展的“红利期”,尤其是跨境电子商务未来3年将实现翻番增长的目标。

业内人士表示,随着作为跨境消费“最后一公里”的支付技术日臻完善,在有效提升跨境消费便利性、安全性的同时,显著降低了跨境消费的成本。可以说中国跨境消费市场即将进入快速发展的“红利期”。

国家旅游局等部门统计的数据显示,2015年全年中国居民出境旅游消费支出总额增长51%,人均支出增长38%,两个指标均远高于2014年28%和7%的增长速度。同时,商务部数据显示,2015年,跨境电子商务增速高达30%以上,而同期全国进出口数据则为下降7%。

“中国居民海外网购目标正趋于分散化。”范志勇表示,2015年,中国居民赴美旅行人均支出规模为10386美元,约合64705元人民币,中国居民赴美旅行人均支出出现下降趋势,呈平民化趋势。

对比2015年中国电商的对外出口情况,在《报告》所研究的10个样本国家和地区中,境外消费者对从中国跨境网购约为4886万美元,超过2013年水平的2倍。在样本国家中,中国电商最多的海外客户来自美国。

商务部研究院研究员周密表示,未来,网络的改善与便利化将促进跨境消费发展,不过在这个过程中,隐私和数据安全问题值得引起关注。

## 破解融资难题 华夏银行“普惠”电商企业

近日,《国家信息化发展战略纲要》提出网络强国战略目标:到2020年,电子商务交易规模要达到38万亿元。与此同时,如何化解电商企业的融资难、融资贵难题也已成为各大金融机构重点发力的方向。这其中,华夏银行推出的电商贷脱颖而出,产品以大数据分析为基础,以电商企业经营数据为授信依据,打破传统贷款模式,向入驻于各大电商平台个人经营者、小微企业发放最高100万元的信用贷款。大数据授信、无需抵押、随借随还、按日计息等为电商企业量身定制的特色设计让该产品迅速受到电商从业者的追捧。

#### “电商贷”市场如火如荼

数据显示,2015年,中国电子商务市场交易总体规模已达到16.2万亿元,网络购物额达3.8万亿元,全国电商从业人员已经突破270万人。

庞大电商从业人员的背后是海量亟待满足的融资需求。资料显示,数以百万计的网店经营者多为80后、90后人群,资产较少,无法提供有效的担保,是典型的轻资产客户群体,融资担保途径匮乏,往往存在着融资难、融资贵等问题。

正是在这样的背景下,阿里、京东等电商平台纷纷推出了纯信用的小微电商贷款,商业银行显然也不会忽略这样的市场机会。早在2015年,华夏银行就率先在杭州分行试点推出基于互联网金融模式的“华夏电商贷”产品。

在授信方式上,华夏“电商贷”通过“大数据”为企业“精准画像”,无需抵押

物就可以发放信用贷款;在提款、还款方式上,电商客户可以在网上一键完成。

#### 华夏电商贷为何脱颖而出

在众多的同类产品中,华夏银行电商贷为何能脱颖而出,受到客户欢迎?华夏银行用“普”和“惠”两个字来总结:

在“普”上,华夏电商贷覆盖打通了各大电商平台。与电商平台同类产品相比,“华夏电商贷”支持更多主流平台,包括淘宝、天猫、京东甚至跨境电商等各类平台,在平台上的个人经营者、小微企业均可向华夏银行申请贷款,用于其日常经营的流动资金贷款。此外,与这些平台单独授信的方式不同,“华夏电商贷”一次授信完成,三年内可循环贷款。

在“惠”上,基于商业银行的传统优势,华夏银行能够为电商企业提供更为优惠的利率。华夏电商贷采取的是“7\*24小时自助贷款、随借随还、按日计息”的方式,目前年化利率一般为8%—9%,而电商平台的电商贷款年化利率基本在10%以上,一般银行信用卡借款的年化利率更高达18%。

“整个电商贷的办理时间目前都没有超过3天的,在同业中办理速度是很快的。”华夏银行相关负责人表示,当前,网络经济已成为带动全球经济发展的主要力量,电子商务企业则是这次全球经济发展大潮的主角。以“中小企业金融服务商”为战略定位的华夏银行将持续以“互联网+”思维优化“华夏电商贷”产品,助力电商企业良性发展,并为我国经济的持续发展贡献一份力量。