

10月中国物流业景气指数为59.2%

纵横谈

# 消费需求强劲拉动物流业景气回升

涨、涨、涨，这似乎已经成为最近一段时间以来煤炭市场的一种习惯。截至10月26日，环渤海5500大卡动力煤价格指数在经历连续17周的上涨以后，已经逼近600元/吨。

煤价高歌猛进，是煤炭市场供需形势发生改变的外在表现。最近公布的一系列数据也印证了煤炭市场需求正在回暖。进入今年三季度以后，全国煤炭消费增速由负转正，同比增长0.5%。其中，电力行业耗煤增长4.8%，9月份当月更是同比增长8.5%。

林火灿

从后期走势看，煤炭需求仍然有进一步增加空间。一方面，进入四季度以后，水电出力或将继续减少，火力发电加码将带动煤炭需求进一步增加。另一方面，随着今年冬季采暖负荷逐步加大，煤炭消耗也将有所增加。

煤炭消费需求回升和预期的改善，对于煤炭企业而言是利好。不过，外界也在担心，煤炭需求的回升，会给环境治理带来进一步的压力。现阶段，我国煤炭消费的主要形式是直接燃烧，全国约有近一半的煤炭用于燃煤发电，由此产生的煤烟型污染比较严重。

近年来，我国煤炭消费的“口子”正在越收越紧。此前国务院印发的《大气污染防治行动计划》也明确提出，2017年，煤炭占能源消费总量比重降低到65%以下。可以预见，在未来一段时间内，“去煤化”呼声将越来越高，煤炭消费的减量化也将成为主流趋势。这也意味着从更远的角度看，煤炭市场需求很难有绝对增长的空间，煤炭价格也不具备持续上涨的基础。

因此，煤炭企业切莫因为煤炭价格飙涨而得意忘形，而把煤炭行业面临的减量化、清洁化的重任抛诸脑后。特别是在环境治理压力越来越重、治霾呼声越来越高的背景下，煤炭企业更应该抓住有利时机，及早谋划实施煤炭清洁化利用战略，进一步加大在煤炭清洁生产和利用方面的投入力度，推动煤炭清洁高效利用与发展清洁能源放在同等重要的位置，实现煤炭产业由资金和资源推动向以技术创新驱动为主的方式转变，努力实现绿色发展，赢得未来的主动权。

## 新闻眼

### 我国西部首座核电站一期工程建成

本报南宁11月2日电 记者董政 周晓骏报道：西部首座核电站——广西防城港核电站一期工程今日全面建成。该工程由中广核和广西投资集团共同投资建设，两台机组均采用中广核自主设计的改进型压水堆CPR1000技术。首台机组已于2016年1月1日投入商业运行，2号机组于2016年10月1日投入商业运行。

据悉，防城港核电一期工程2台机组投产后，每年可提供150亿千瓦时安全、清洁、经济的电力，减少标煤消耗482万吨，减少二氧化碳排放量约1186万吨，减少二氧化硫和氮氧化物排放量约19万吨。

据了解，该工程多个关键设备首次实现国产化。首次实现核燃料装卸贮存系统(PMC)和固体废物处理系统(TES)等设备国产化，打破了国外技术垄断，推动了我国核电自主化水平的进一步提升。

### 大型旅游综合体成旅游投资新亮点

本报北京11月2日讯 记者郑彬报道：全国旅游项目管理系统统计显示，目前全国在建的旅游综合体项目2027个，占全部在建旅游项目数量的19.2%；预计总投资52235.7亿元，已完成投资12253.2亿元，占全部旅游投资的38.8%。其中，投资额在100亿元以上的大型旅游综合体项目131个，已完成投资3529.3亿元；投资额在200亿元以上的大型旅游综合体项目45个，已完成投资1492.6亿元。

旅游综合体是近几年旅游产业发展中出现的一个新业态，是以一定的旅游资源和土地资源为基础，将旅游功能、文化功能、体育功能、商务功能、社区功能等进行有机结合的旅游产业聚集区。据国家旅游局相关负责人介绍，全国大型旅游综合体以旅游休闲为导向，如华侨城、万达乐园等综合体已经成为地方旅游消费活跃程度的“风向标”和“晴雨表”。

### 天线近场静区测试成功应用



10月31日，深圳市新益技术有限公司技术人员在国内最大的近场测试场对基站天线进行测试。日前，该公司自主研发的针对天线进行球面近场静区的检验技术应用成功，达到国际水平。 本报记者 李树贵撰

本版编辑 杜铭 李景

仓储指数均有所上升，反映出国内市场继续呈现稳中向好态势。从行业看，铁路运输业物流业务活动继续呈现明显回升态势，快递业则保持高位运行态势；从品种看，与民生相关的食品、纺织、医药等继续保持活跃的态势，反映出消费需求依然强劲。而公路运价指数的显著回升，除了有需求回升的因素外，更主要的是“治超”影响。

10月份，受物流需求回升和物流业务量增加带动，物流业设备利用率指数环比回升1.1个百分点，回升至58.3%，从业人员指数为52.8%，环比回升1.2个百分点。其中邮政业从业人员指数回升幅度明显，呈周期性变化，显示出未来两月快递快运业用工需求较大。同时，固定资产投资完成额指数回升，物流基础设施趋于改善。10月份，固定资产投资完成额指数为52.6%，回升2.3个百分点，反映出物流运行的基础设施条件有所改善。

10月份，平均库存量指数为57.8%，较上月回升3个百分点；库存周转次数指数为57.1%，较上月回落1.4个百分点，反映出为应对临近电商促销等活动，物流各行业增加与民生相关产品的库存，库存周转次数指数虽有所回落，但仍位于较高水平。

从后期走势看，新订单指数较上月回落0.7个百分点，为56.1%；业务活动预期指数为58.3%，较上月回落2.3个百分点，两项指数均保持较高水平；预示物流业务活动仍将保持回升态势。

## 63家智能制造试点示范项目集体登场——

# 机器人“军团”挺进工博会

本报记者 黄鑫

## 透视



为期5天的第18届中国国际工业博览会11月1日在上海拉开帷幕，2308家中外企业前来参展。图为德国博世首次在华展示从智能开发、智能物流采购、智能制造到智能服务的工业4.0全价值链解决方案。

机器人展区，中外机器人上演了一场精彩的“大战”。ABB、库卡、发那科、安川等国际机器人巨头悉数到场，新松、广州数控、埃斯顿、埃夫特、新时达等本土品牌也盛装亮相。

这一边，德国库卡的机器人带来了酷炫的架子鼓表演，还和观众比赛“打地鼠”游戏；日本川崎的双腕定位机器人无缝配合、相互协调，高效地完成装配作业；发那科的小型协作机器人身材娇小、柔性十足，让机床上下料、电子装配等领域的人机协作变得更为安全。

另一边，沈阳新松机器人公司的展台也好不热闹。双臂协作机器人灵活快速地安装着无人机螺旋桨，并拿下了本届博览会的工业设计金奖；轻载复合机器人在扑克牌特定位置上精准地盖着印章，并和双臂协作机器人、演员一起表演了令人叫绝的机器人舞蹈。“国内首台智能柔性7轴轻载复合机器人”和“国内首台完全拥有自主知识产权的双臂协作机器人”，代表着我国的机器人水平已进入国际一流行列。此外，长相甜美的小i机器人对观众自然互动、有问必答，中信重

# 智能制造助力航空工业“高飞”

本报记者 郭静原

对提高航空装备研制水平，加快开发高水准的航空器产品，推动航空工业转型升级、创新发展都具有重要意义。

近年来，航空智能制造发展逐渐向数字技术全面覆盖、智能装备广泛应用、系统平台集成统一、网络空间深度利用等四个方面发展。

通用电气公司全球副总裁向伟明表示，目前，通用电气已与不少飞机制造商、航空公司合作，共享飞机的制造、使用和维护数据，进一步优化资产的使用效率、降低使用成本和维护成本，帮助用户从中受益。

中国航发北京航空材料研究院仿真专业专家组组长崔志敏说，从设计、制

造，到产品落地、装配的整个过程中，波音集团都运用了仿真技术实现产品的设计和原型交付，“仿真技术将助推航空发动机利用虚拟原型制造手段节约成本，从而做出更好的产品。”崔志敏说，仿真工具能够大幅度加速航空铸造工艺设计的进度，复杂的铸造工艺可从原来的3年缩短至6个月。

中航国际物流有限公司总经理张淮龙说，中航物流已建立完善的物流网络，并在航空核心城市大力推进中心库建设，“我们自主设计了自动化的立体存储库，通过数据化管理，可减少装备存放不当造成的废料，并提供原材料采购、集中下料、库存管理、上线配送等

全流程供应链服务，快速响应客户需求，提高效率效益。”

如今，航空智能服务逐渐在行业内兴起，包括个性化定制服务、敏捷的运营支持等。如通用电气公司的“技术+管理+服务”所创造的价值已超过公司总产值的2/3，英国罗罗公司的主导产品也从过去的航空发动机演变为发动机飞行时间，通过“租用服务时间”为用户提供保养、维修等服务。

“我们需要加快建成完备的智能工厂、数字化车间，以智能服务的创新带动航空工业的整体发展。”工信部赛迪智库装备工业研究所航空产业研究室副主任金伟说。

预计到2019年市场规模将达27.1万亿元——

# 企业网购成电商“主力军”

本报记者 崔国强

商务服务的深化促使企业级电商数据迅速扩大，跨行业、跨视角、跨媒介的丰富数据进一步增加。

从企业网购中的刚需品市场分析，2016年上半年，定制数码类和电脑整机两大类产品占到企业网购总市场的57%。中国科学院大学网络经济和知识管理研究中心主任吕本富认为，个性化定制数码和电脑整机产品深受欢迎，一方面源于电商平台利用数据优势，加强用户需求库和商品库建设，提供从售前咨询到售后服务的一整套商用服务，个性化产品的高端服务增强了用户消费愿望；另一方面，随着生活水平的提高，个性化定制的中高端数码产品、电脑赢得了用户的青睐。

胡燕认为，未来3年中国企业级电子商务发展将有两趋势。“首先，人工智能技术将为电商注入新活力，人工智能技术能提升大数据分析能力，提升客户行为和收集、分析能力，为电商带来革命性影响；第二，虚拟现实将是未来企业级电商流量入口，虚拟现实技术将改变目前基于智能手机的终端入口。虚拟现实技术的特点是场景化、体验化，与电子商务结合将改善目前电商体验差等问题，为电商平台带来流量。预计到2019年，中国电子商务市场将达到36.3万亿元，年均增长率为22.5%；企业网购市场有望达到27.1万亿元，年均增长率为21.3%。”胡燕说。

## 市场瞭望

10月31日，由工业和信息化部电子信息司指导，工业和信息化部赛迪研究院、中国电子报社主办的2016“互联网+”企业采购高峰论坛在北京举行，赛迪顾问联合中国电子报社发布了《2016中国自营式企业网购分析报告》。《报告》预测，2016年中国电子商务市场整体交易规模将达19.8万亿元，其中企业级电子商务(即企业网购)市场规模将达15.1万亿元，同比增长22.1%。

工业和信息化部电子信息司巡视员胡燕认为，信息经济和电子商务让传统采购变得简单化、数据化、透明化、高效化，“互联网+”企业采购时代正在到来。据胡燕介绍，2016年企业网购市场呈现三

大特点。一是企业网购流程更为专业化、规范化、透明化，企业采购行为日趋市场化和公开化，公开招标采购制度逐步完善，企业采购已经成为企业运营信息化不可或缺的重要组成部分。二是企业级电子商务需求呈现非标准化和定制化特点。随着企业级网络的完善和定制化的需求不再是单一标准化的，而是逐渐呈现多样化和定制化的特点。企业级用户需要降低采购成本、提升采购效率，实现一键式采购。例如京东推出专门针对企业办公采购、营销类采购、企业员工福利类采购需求的“办公通、积分通、采乐通”等定制化产品需求。三是传统线下服务向线上转移，电商大数据作用凸显，电子