

第五届中国(北京)国际服务贸易交易会上亮点纷呈——

快递越来越有“科技范”“绿色范”

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾



随着大数据、人工智能、无人机等新兴技术手段的运用，我国快递业效率正不断提升，“最后一公里”痛点有望得到缓解，快递包装逐步实现绿色化、减量化、可循环。科技创新、“互联网+”和绿色包装正在改变着快递业的传统面貌，快递越来越有“科技范”“绿色范”——

随着科技发展日新月异，也许在未来的某一天，消费者开门发现“快递小哥”竟是一位机器人——记者日前在第五届中国(北京)国际服务贸易交易会的快递服务展区看到，越来越有“科技范”和“绿色范”的中国快递企业吸引了大量观众驻足，大数据、人工智能、无人机等高科技正在助力快递业不断提升效率，迈向创新发展、绿色发展。

“黑科技”层出不穷

在展会的快递服务展区，刚刚试飞成功的大中型固定翼水陆两栖无人机、可乘电梯送件上门的投递无人机、自动识别安检机、可远程控制的智能快件箱，以及可智能排班、优化路径、动态管理的智能决策系统……一大批新技术、新产品、新设备首次全方位向公众展示。

记者在快递服务板块的行业集中展示区看到，在平昌冬奥会“北京8分钟”里现身影的AGV(无人导引机器人)正在棋盘格一样的分拣场地里往返穿梭，通过识别每个路口旁边的二维码，迅速而准确无误地分拣着快件。现场工作人员介绍，这种机器人的分拣效率是人工的5倍以上，还具备自动避障、智能排队、自行充电等许多智慧功能。

除了分拣机器人，用于快件配送的无人机与无人机也赚足了眼球。中通快递现场展示了最新研发的全电动复合翼垂直起降无人机，最大载重量达30千克，航程可达100公里。中通快递的工作人员介绍，该机双尾撑固定翼结合四旋翼的复合翼布局，解决了固定翼无人机垂直起降的难题，同时兼具固定翼无人机航时长、速度快、航程远等特点。目前，已有不少快递企业开始应用无人机，向偏远山区、农村等地投送快件。

记者还了解到，无人车技术与无人机一样“炫酷”，可以根据目的地自主规划路径，规避障碍物，还可与小



区电梯后台对接，自动乘坐电梯，实现门到门的无人智能配送，客户只需通过扫描二维码，即可完成寄件和取件过程。

在智能仓展示区，传统仓储的“人找货架”模式如今也被“货架找人”的自动化模式所替代。“新技术、新产品都彰显了近两年来快递行业发展的突出特点。”国家邮政局副局长赵民表示，为了不断推进质量变革、效率变革、动力变革，不断增强适应力、创新力和竞争力，开创中国快递业高质量发展的新局面，必须坚持以科技创新为动力，加快快递领域技术创新为动力，加快快递领域技术革新，强化先进技术运用，坚持“互联网+”方向，强化产业融合协同，不断提升服务品质、改善用户体验，为广大人民群众提供更好更优的快递服务。

“最后一百米”痛点缓解

最近，心细的消费者可能会发现，以往马路边寄信用的绿色大邮筒已不见了踪影，摇身一变成了“小黄筒”。“小黄筒”是一款可提供24小时自助寄件服务的终端设备，实行3公斤内一口价。“消费者可以直接投入需要寄递的快递包裹，不需要再等快递员上门；而且晚上也可以寄快件，满足‘随时寄’需求。”工作人员说。

中国邮政速递物流相关负责人介绍，“小黄筒”由中国邮政与中邮速递共同研发，旨在通过集约化配送方式，借助大数据、云计算等技术优化物流网点布局，减少快递员上门取件的等候时间，从而提高快递的运营效率。今后，中国邮政将利用网点资源助力“小黄筒”的布局，并按照邮政绿筒的路径推进，主要辐射范围为小区、商务楼等，实现“一单元一筒”

的有效铺设，开展“小黄筒”投递和揽件业务。目前，中国邮政已在全国6个城市铺设了6万套“小黄筒”。

如果消费者不想去远处的小区自提柜取快件，也可以在自家门口装一个迷你型的智能快件箱。菜鸟网络日前推出了智能快件箱，消费者和快递员只需通过微信小程序即可实现对收件箱的绑定和管理。快递员通过小程序扫码放件，业主通过小程序一键开箱取件。可以设想一下，通过智能快件箱，今后快件、包裹、外卖以及牛奶等生鲜产品均可直接投送至消费者家门口，消费者家中无人收件、下楼取件远等快递业的“最后一百米”痛点有望得到解决。

“快递业高质量发展就是要更加关注百姓民生，解决公众寄收快递包裹不便等难题。”中国快递协会会长高宏峰认为，下一步快递行业还要协同产业链及供应链，在倡导公民理性消费、推动垃圾分类、贯彻规划标准、应用科技产品、健全配套政策、落实监督管理等方面开展创新工作，推进快递包装绿色化、减量化、可循环，降低生产运输等环节的污染排放，形成环保、绿色、低碳发展的行业共识，并加强行业自律，为美丽中国建设贡献力量。

绿色包装蔚然成风

去年11月份，国家邮政局等十部门联合发布了《关于协同推进快递业绿色包装工作的指导意见》，要求推进源头治理，增加绿色快递服务产品供给，提高快递业包装领域资源利用效率，降低包装用量，减少环境污染。

快递企业积极响应，记者在快递服务展区看到，各参展企业不约而同地带来了自家最新的绿色包装产品

——免胶带纸箱、可循环使用的丰BOX、3个月到6个月可完全降解的环保快递袋、升级换代的芯片环保袋和共享快递盒、快递纸箱回收箱等。高宏峰表示，从商品打包、仓储、运输到配送等环节，绿色发展理念正逐步贯穿快递业全链条，成为行业共识。

针对快递业绿色包装应用情况，国邮智库专家、北京印刷学院青岛研究院副院长朱磊认为，目前快递业绿色包装应用情况总体向好，单件快递包装物使用量呈不断下降趋势，龙头企业也高度重视绿色发展，很多企业还专门成立了绿色包装实验室。比如，苏宁物流除了成立绿色包装实验室外，还宣布到2020年将投放超过20亿个绿色包装产品。

一组数据也表明了快递业绿色包装已蔚然成风。据国家邮政局初步统计，截至去年底，主要品牌快递企业电子面单普及率提升至80%，单个快件使用封装胶带量减少了25%，中转用编织袋循环使用率提升了48%，通过采取减少过度包装、循环利用纸箱等措施，每年至少可节约快递封装用品55亿个。

在循环利用方面，顺丰、苏宁、京东等企业均投入使用了循环箱。顾客取货后，配送员将这些包装箱回收，并重新投入循环使用。此外，全生物降解的包装废弃物在堆肥条件下，3个月内即可分解，不会对环境产生污染。

国家邮政局党组书记、局长马军胜表示，产业链上下游企业要强化绿色技术的研发和应用，加快绿色包装材料的推广使用步伐，尤其是要大幅降低胶带和不可降解塑料袋的使用，积极探索包装回收体系建设，全面推进快递包装的绿色化、减量化、可循环。

广东大埔县：

古瓷都借科技翅膀高飞

本报记者 杨阳腾



图为广东大埔县富大陶瓷公司的工艺美术师进行青花瓷彩绘创作。

杨阳腾摄

头企业，怡丰园实业、富大陶瓷、宝丰陶瓷3家公司各具特色。2017年，这3

家企业通过了省级工业设计中心认定，进一步走向专业化、集聚化发展之路。

目前，大埔陶瓷业呈现企业数量多、瓷种多、从业人员多的“三多”特点，陶瓷业产值已占全县工业总产值的29.5%。全县共有74家主要陶瓷生产企业，其中14家是国家级高新技术企业、11家是省级工程技术研究开发中心；企业申请国家专利、版权作品登记1457件；全县陶瓷业从业人员超过1万人。主要生产高端青花骨质瓷、釉下青花日用瓷、釉下青花薄胎瓷、陈设艺术瓷、特种陶瓷等11大系列5万多个花色品种。2016年，大埔青花瓷获批国家地理标志保护产品。

大埔县怡丰园实业有限公司总经理、广东省陶瓷艺术大师黄建宏与梅州市陶瓷工艺美术师黄进添、张志刚3人用了17个月时间，克服了骨质瓷器烧制的技术难题，纯手绘盆身《清明上河图》，打造了全国最大青花骨质瓷“聚宝盆”。该作品近日一举获得了第十四届中国(深圳)国际文化产业博览交易会“中国工艺美术文化创意奖”金奖。



全球电动车保有量创纪录

新闻回放：国际能源署(IEA)在最新报告中预计，全球电动汽车保有量在2017年达310万辆，同比增幅达57%，创下历史纪录。预计全球电动汽车数量有望在2020年前增至1300万辆。在2030年之前，全球电动汽车销量将进一步增至2150万辆，这意味着全球电动汽车销量年均增速将高达24%。

点评：从世界范围看，低碳发展是保障国际能源安全的主要路径。从交通运输角度考虑，采用新能源技术将决定未来全球能源产业链的变革。目前，世界各地对交通运输的需求量不断增长，依靠化石能源供应的机动车能源使用效率问题，成为能源领域的关键问题。随着世界各国大力发展新能源车，以及电池成本逐渐降低，电动汽车市场前景广阔。

全球智能手机出货量零增长

新闻回放：《互联网趋势报告》于5月31日发布。报告指出，2017年全球互联网设备和用户增长继续放缓。互联网设备方面，2017年全球智能手机出货量零增长，2016年增速则为2%，自2010年以来增速持续下滑。

点评：经过长达10年的发展，全球智能手机市场正在进入微增长和零增长时代。造成出货量减少的原因，主要是因为全球智能手机市场饱和，换机的市场需求不强烈。一方面，全球智能手机市场在多年高速增长后已进入平台期，中国和美国两大手机市场均出现了不同程度的销量下滑。另一方面，新增市场份额主要来自于换机，但消费者的购买欲望越来越不强烈，同时手机厂商提供的产品缺乏足够的技术突破刺激消费者换机。预计这种趋势仍会持续一段时间。

树脂企业纷纷涨价

新闻回放：据了解，自2018年5月26日以来，安徽智成实业、广州擎天、广东银洋、浙江光华等12家树脂企业宣布上调价格，本轮涨幅基本在300元/吨—800元/吨左右。

点评：近年来，我国环氧树脂行业产能过剩严重。据统计，国内树脂生产企业超过100家，产能超过200万吨。业内大部分公司只生产较低端的环氧树脂，随着环保政策趋严，从去年开始不少企业亏损运营，小产能陆续退出，行业整体供需格局逐步改善，对产品价格构成支撑。加之树脂价格走势一向受原料价格影响明显，近日由于上游环氧氯丙烷和双酚A价格上涨，下游需求量逐渐增多，进一步使得市场价格逐步回暖。预计后市价格仍有望持续攀升。

市场瞭望

破解三大困境制约

“互联网+”挖掘手工艺“富矿”

本报记者 马洪超

近日，在由中国文联指导、中国民间文艺家协会等单位联合主办的第二届中国匠人大会上，中国手艺发展研究中心主任赵普表示，中国手工艺是一个尚待挖掘的文化产业富矿，但也面临着一些生存与发展方面的难题，“互联网+手工艺”是应对这些难题的很好思路。

中国手艺发展研究中心的调查显示，目前手工艺发展存在三大困境：门类冷热不均，比如紫砂壶仍然是抢手货，但皮影就很难打开市场；各地手艺发展不均衡，经济发达地区的手工艺不一定就会兴盛；不同地方政府部门的重视和支持程度有差别。

传统手工艺该如何更好地保护和传承？赵普认为，除了加强政府支持、政策引导外，“买卖是最好的保护，使用是最好的传承”，要通过增加交易量，让手工艺器物在当代发挥出价值，才能让匠人们更好地坚持下去。同时，要尊重并运用市场规律，积极引导手工艺品的各方面创新，特别是要搭上互联网的快车。

手工艺品APP“东家”创始人兼CEO俞海华介绍，自2015年5月份上线以来，该平台已接触了数万余名匠人，其中有6000多位匠人入驻“东家”；2017年该平台帮助匠人销售了100万件作品，每天有近200万用户上线了解传统手工艺。他举例说，潮州手拉壶在“东家”APP的销售额已经占到整个行业销售额的20%，大大提升了潮州手拉壶工艺的社会知名度。今年，“东家”APP将推出“匠星计划”，计划打造1000名年收入超百万元的匠人、1000名粉丝超过万名的明星匠人、集合1万个博物馆典藏的IP与匠人合作，并将与今日头条、抖音、新浪微博、悟空问答等网络平台加强合作，帮助匠人推广手工艺。

调查显示，如今“80后”“90后”手工艺从业者占比已达六成，青年群体越来越表现出对传统手工艺的职业认同。著名文化学者、复旦大学历史系教授钱文忠表示，新一代的年轻工匠熟悉互联网，这对保护和传承好传统手工艺、扩展工艺品销售市场都是发展利好。“满足人民日益增长的美好生活需要，仅仅靠大规模批量化生产的工业产品是不够的，很多人还期待个性化的生产制作，传统手工艺品正可以满足人们这方面的需要。”钱文忠说。

本版编辑 杜铭