

农业一季度经济运行数据显示,粮食稳定生产难度加大,生猪产能持续下滑——

种养业有些“苗头”需注意

本报记者

乔金亮

(套),供应玉米水稻大豆种子70亿斤。当前,南方早稻栽插近七成,东北地区已陆续开始整地播种,全国已播农作物3.5亿亩,完成春播意向面积的25%。

“不过,稳定粮食生产难度在加大。”魏百刚认为,这是当前农业经济面临的苗头性问题之一。具体来说,气象部门预计,今年我国农业气象年景中等偏差,可能出现南涝北旱局面;粮食价格有所走弱,3月份稻谷、小麦、玉米三大主粮集贸市场均价同比下跌3.5%;同时生产资料价格、人工费在上涨。比如,3月份以来化肥价格连续5周上涨,累计涨幅3.3%。2月份以来柴油连续两个月上涨,累计涨幅3.8%。自然灾害、价格下跌、成本上涨可能会出现“三碰头”,这使保持粮食生产的任务就非常艰巨。

对此,近期农业农村部已印发通知要求各地要稳面积、稳政策、稳产量,全力以赴抓好今年粮食生产。最近,冬麦区要防范春旱,打好夏粮基础,东北粮食主产区要早抗旱保春播,搞好农资供应,应种尽种、种足种好,保持全年粮食播种面积达到16.5亿亩以上,粮食产量稳定在2018年的水平。

在养殖业方面,非洲猪瘟疫情和生猪

产业发展最受业内关注。据介绍,当前非洲猪瘟疫情发生势头趋缓,23个省解除了疫情封锁,生猪生产和调运秩序加快恢复。一季度生猪出栏1.88亿头,同比减少5.1%;猪肉产量1463万吨,同比减少5.2%。

在魏百刚看来,生猪产能持续下滑是当前农业经济面临的另一个苗头性问题。受非洲猪瘟影响,规模猪场补栏比较慎重,一些小散养殖户加速推出,生猪和能繁母猪存栏数持续减少,连续三个月同比下降超过10%。“按照六个月生猪生产周期推算,预计下半年猪肉供应可能趋紧,价格可能出现明显上涨。特别是猪肉为CPI中占比最大的食品消费品种,猪价上涨对CPI走高会起到一定的推动作用,所以要保证生猪产能。”近期,农业农村部要求各地加强生猪生产和市场监测预警,强化一系列政策措施,保障生猪生产平稳运行。

农业农村部畜牧兽医局副局长王俊勋认为,非洲猪瘟疫情对整个生猪产业的冲击非常严重。从生产情况看,3月份生猪存栏和母猪存栏出现了“双下降”。其中,生猪存栏环比下降1.2%,同比下降18.8%;母猪存栏环比下降2.3%,同比下降21%。下降的幅度、速度之快,也是近

十年来出现的最大值。从消费情况看,正常年份春节过后猪价都是下跌回落的,但今年出现了相反行情,主要原因是前期出现疫情后,养殖户正常补栏没跟上,可以提供上市的肥猪数量不足,导致价格快速上涨。

“总的来看,猪价已经提前进入了上涨周期,我们预判全年猪肉产量会下降,后期生猪供应会趋紧,四季度活猪价格将会突破2016年的历史高点。”王俊勋说,农业农村部对最近两个月的情况作了对比,3月份第一周全国活猪平均价格12.91元/公斤,同比上涨2.1%,这也是近两年首次超过上年同期水平。4月份第一周,活猪价格15.15元/公斤,短短一个月时间里上涨了17.4%,比去年同期上涨幅度达36%。当然,其中还有猪周期因素的影响,去年同期猪价处于下降通道,是双重因素叠加影响的结果。

记者注意到,4月17日,农业农村部市场与信息化司司长唐珂表示,专家初步预计,下半年猪肉价格同比涨幅可能超过70%,创历史新高,养猪的盈利水平将持续向好。建议养殖户在做好生物安全防控的前提下,适时补栏增养,争取更好的养殖效益。

纵横谈

在近日举办的全国煤矿安全培训工作现场会上,国家煤矿局局长黄玉治表示,煤矿企业要推广实施“取消夜班”做法,逐步改变煤矿井下员工“一天三班倒、24小时连轴转”的传统作业模式,降低劳动强度,让作息规律回归自然。

这意味着延续多年的煤炭生产夜班制度将加速退出历史舞台,这将有利于减轻煤矿工人的劳动强度,让煤矿工人的工作节奏更加合理,工作环境更加安全健康,正当权益得到有效保障。

长期以来,煤炭是我国重要的基础性能源和化工原料,为国民经济发展和社会稳定提供了重要支撑。行业发展的背后,离不开广大煤矿工人的艰苦奋斗和努力工作。但不得不说,煤矿工人曾被认为是最危险的职业之一。他们需要长期在幽深的井下工作,需要面对潮湿、高温、粉尘、煤尘、噪音和各种有害气体相互交织的工作环境。随着煤炭开采技术不断进步,煤矿工人的工作场所已经下潜到地下几百米甚至几千米,工作环境更复杂、压力更大。

而且,过去由于生产条件落后,生产效率相对低下,煤炭企业实行井下24小时连轴转的工作制度,煤矿工人劳动强度极大。虽然客观上有利于保障国家煤炭供给,但也容易成为引发安全生产事故的隐患。

经过改革开放40年的发展,我国煤炭工业发展面貌已经发生了翻天覆地的历史性巨变。全国煤矿数量大幅减少,大型现代化煤矿成为煤炭生产主体。2018年底,全国煤矿数量减少到5800处左右,平均产能提高到92万吨/年左右。而且,我国已经建成了一批千万吨级矿井群和智能化开采工作面,煤炭安全高效智能化开采水平不断提升。大型煤炭企业(原国有重点煤矿)采煤机械化程度由1978年的32.5%提高到2017年的97.1%,人均生产效率提高了9倍。全国煤炭资源科学规划、合理开发、现代化生产、清洁高效利用体系基本形成,安全稳定供应保障能力实现了跨越式提升,支撑了国民经济和社会持续较快发展。

可以说,只要科学合理地安排先进产能释放,科学安排运力调度,完善煤炭库存制度,全国煤炭市场的供需平衡将进一步强化。在这样的情况下,煤炭行业不仅可以完全告别“人海战术”时代,也具备打破取消24小时连轴转工作制度的条件。

从另一个角度看,取消煤矿工人的夜班,也使工人们有更多时间学习充电,以适应智能化开采的需要,进一步提高生产效率。

当然,随着“取消夜班”改革的推进,一批煤炭工人或将被迫离开工作岗位,面临转岗或下岗。因此,煤炭企业在改革过程中也要注意做好人员安置,让工人们放下煤饭碗的同时,端上新饭碗。

林火灿

煤炭企业有必要“取消夜班”

洋电商为何“玩不转”

亚马逊退出中国电商市场

经济日报·中国经济网记者 陈 静

透视

全球市值最高的电商公司却在全球最大的电商市场遭遇滑铁卢,听起来匪夷所思,但随着亚马逊正式宣布不再为亚马逊中国网站上的第三方卖家提供卖家服务,这家全球最大的电商公司最终放弃了中国电商市场。堪称电商行业代表的亚马逊,为何“玩不转”中国电商市场?到底什么原因使亚马逊黯然离开?中国电商能在此事件中得到什么启示呢

亚马逊中国日前正式发表声明,为寻求战略转型,将于今年7月18日起停止为亚马逊中国网站上的第三方卖家提供卖家服务。

截至4月21日收盘,亚马逊市值9160亿美元,约相当于两个阿里巴巴。但正是这家全球市值最高的电商公司,却在中国这个全球最大最成熟的电商市场上折戟沉沙。尽管亚马逊2018年的年报显示,2018年亚马逊全年电商业务创收2079亿美元,同比增加近三成,但在中国,其市场份额却从2008年的15.4%一路下跌至如今的0.6%。

亚马逊为何没有“啃”下中国市场?换句话说,中国消费者到底需要怎样的电商平台?

亚马逊真退出了吗

亚马逊在中国电商市场上的颓势早已显露端倪。去年8月30日,亚马逊宣布不再为国内第三方卖家提供亚马逊自有物流服务;2018年底,亚马逊在中国大陆的13个营运中心只剩下位于北京、昆山和广州3个;2019年初,广州营运中心也宣布停止运行。

事实上,亚马逊也早已默认了在中国市场的颓势。2014年,亚马逊在天猫开设了“kindle官方旗舰店”,售卖自己的阅读器终端,此后还在天猫开设过“amazon官方旗舰店”和“亚马逊图书官方旗舰店”。一家电商平台居然要借助自己的竞争对手拓展流量,亚马逊的尴尬不言而喻。

亚马逊真的放弃中国市场了吗?对于实物电商而言,答案是肯定的。但亚马逊中国也在公告中表示,未来将只保留云计算、Kindle和跨境贸易业务。也就是说,亚马逊还要在其他领域继续耕耘中国市场。

数字阅读终端Kindle是亚马逊迄今为止在中国最成功的业务,相较于2013年,2018年Kindle中国用户总数增长91倍、月活跃用户数增长了69倍、付费用户数增长了12倍;云计算则是亚马逊自身最看好的业务,其21.8亿美元的营业收入占到了亚马逊总营业收入的57.5%;跨境贸易业务也是亚马逊的优势,市场研究机构电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任张周平表示,“亚马逊全球开店”在出口跨境电商平台上处于第一阵营,业绩大幅领先处于第二阵营的eBay、全球速卖通、Wish等平台。

由此可见,真正让亚马逊“水土不服”的,其实只是中国的电商市场。

截至4月21日收盘
亚马逊市值9160亿美元
约相当于两个阿里巴巴

亚马逊为何在中国电商市场上“水土不服”?
创新乏力、坚持自营,错过了平台化的潮流
用户体验差。售后、退货、物流服务体验远远不及其他电商平台



创新乏力“水土不服”

从2004年以7500万美元收购卓越网正式进军中国市场,亚马逊在15年间究竟错过了什么?或者说,中国电商平台们究竟做对了什么?

曾经,亚马逊中国的风头一时无两,2004年其年销售额已逼近70亿美元,淘宝当时仅有C2C业务,要拿4年后才发布自己的B2C业务淘宝商城,京东则要在3年后才能拿到第一笔千万美元融资,从2004年到2008年,甚至几乎所有电商平台自建物流的负责人都出身于亚马逊。

然而,亚马逊中国的发展速度却慢了下来。中国社科院财经战略研究院互联网经济研究室主任李勇坚坦言,亚马逊缺乏适应中国市场的创新,跟不上中国电商的创新步伐,只是把美国的商业模式原封不动地搬了过来。电子商务研究中心主任曹磊也表示,亚马逊中国所执行的策略致使其错过了很多“风口”机会。

创新乏力来自于亚马逊对中国市场的判断的迟钝。亚马逊在全球市场上的策略是,不做广告,不打价格战,亚马逊希望通过塑造品牌价值和品牌形象吸引更多忠实用户。然而,对于北美消费者来说,电商更像是对传统零售业的一种“替代”,但对于传统零售业并不发达的中国,消费者接受电商却需要更大的“推力”。另一方面,亚马逊也忽视了“世界工厂”在制造上的优势,始终坚持自营,错过了平台化的潮流,天猫2011年销售额已达到955亿元,但直到2012年,亚马逊才上线“我要开店”平台。

创新乏力也表现在满足用户体验差。方正证券商贸零售首席分析师倪华坦言,亚马逊商品详情页,信息详细程度参差不齐,没有“买家秀”。在售后方面,始终无法直接在线上联系客服。在退货方面,亚马逊的操作十分复杂。在物流方面,亚马逊的配送时间长达48小时……

说到底,亚马逊之败,败在其不接地气。曾在亚马逊开店经营童车的电商卖家毛磊告诉经济日报记者,拿价格来说,亚马逊为了保持低价,会在全网监测各大电商平台同款商品的价格,如果发现亚马逊卖家价格更高,就直接要求卖家降价。但国内销售是非常复杂的,同一品牌有来自厂家、分销商等诸多线上销售渠道,不可能快速降价,我们作为供应商即使反映多次也无效果。相比之下,国内电商平台显然就能根据实际情况,给出更加灵活的操作。

电商平台怎样立足

“在中国,电商必须不断适应消费者的变化。如果只认为电商是一个零售渠道,单纯把商品放到这个渠道来卖,未来的路就会走得很艰难。”李勇坚说。那么,在中国市场上,怎样的电商平台才能立足?

一方面是依赖技术的不断创新,比如人工智能的广泛应用。在商品售卖环节,阿里巴巴的人工智能设计师“鲁班”在2017年“双11”自动生成了4亿张活动海报,这相当于100个设计师不吃不喝工作700年。4亿张海报,也让“千人千面”真正成为可能,每个人打开天猫,会根据自己的消费偏好,看到不一样的活动海报。在客服环节,人工智能同样

实时回答着消费者的咨询。以京东为例,其智能客服为消费者提供了超过1630万次服务,其中90%的问题都能由智能客服独立解决。在拼多多,人工智能被用来解决“傍名牌”问题。拼多多CEO黄峥表示,即使消费者在搜索框输入山寨品牌名称,也只能搜到正规品牌,这将让山寨商家知难而退。

另一方面是仰仗商业模式的不断创新。内容电商、直播带货、社交电商,新的商业模式不断涌现。在阿里巴巴,“60后”的妈妈级主播白露丹丰,参与直播后收获淘宝35万粉丝,主播薇娅则通过直播,一人带动脱贫农产品销售额累计超3000万元。在社交电商方面,拼多多、有赞和云集的成功案例证明,“五环外”的市场大有可为。去年年底,拼多多一度活跃用户达到了3.85亿,超过京东的3.052亿成为中国第二大电商平台。运营WiFi万能钥匙的连尚网络副总裁王小书就曾表示:“‘小镇青年’是我们主要用户群体之一,观察他们的上网行为就会发现,社交是吸引他们参与电商最重要的‘入口’之一。”

此外,还有线上线下不断融合的“新零售”。苏宁控股集团董事长张近东表示,苏宁将互联网技术应用与零售核心能力充分对接,通过自身零售能力和生态资源的社会化输出,引领行业转型升级。线上线下融合无处不在,居然之家推出了“装修试衣间”,不仅可以查看家装风格设计,而且可以“一键迁移”自家户型,只需30秒就能生成设计方案,款式、价格等信息一目了然。饮料品牌喜茶的小程序订单占总体单量达到了35%以上,月复购率约36%,通过线上小程序线下下单店每天可节省151分钟的排队时间。

低功耗广域网技术不断创新

物联网“新势力”异军突起

本报记者 李治国

随着5G和AI技术的发展,物联网行业正迎来一个前所未有的机遇期。近日,由中国铁塔、浪潮集团、均瑶集团、纵行科技等共同发起组建的ZETA中国联盟在上海成立。

当前,物联网技术除了NB-IoT等授权频谱技术外,也有很多非授权频谱技术,以ZETA技术为代表的非授权频谱物联网技术新势力迅速崛起,备受业内关注。

作为LPWAN(低功率广域物联网)的重要技术,ZETA的特点是在传统LPWAN穿透性能基础上,进一步提供类网状网络的广域分布式接入和双向低功耗通信,并为Edge AI(嵌入式边缘人工智能)提供底层支持。业内人士表示,ZETA是一项非常适用于物联网的通信基础架构技术,目前已成为日本各大企业倡导建立的ZETA联盟基础通信标准,其低功耗网络和端智能优势,让快速打造超智能社会成为可能。

据工业和信息化部无线电管理局编制的《中国无线电管理年度报告》显示,2018年我国物联网业务收入比上年增长72.9%,物联网及智慧家庭等新业务增长迅猛。据GSMA预测,中国物联网市场空间已达1.1万亿美元。作为物联网行业中最重要的技术之一,LPWAN正以年复合增长率90%的惊人速度增长。多家市场研究机构预计,未来广域物联网中超过60%连接属于低功耗广域物联网也就是LPWAN领域,ZETA技术具有非常广阔的发展空间。

“此前,业内普遍认为广域物联网的理想盈利优势是广域覆盖,以及极低的成本和功耗。但目前看来,广域物联网的成本较高,如果产业最底层不能盈利,行业将很难健康发展。”纵行科技CEO李卓群表示,针对成本偏高、下沉困难、传递信息量少、附加值低等问题,ZETA技术应运而生,该技术架构不仅可以实现更精准有效的数据传输,还能降低功耗和成本。

ZETA中国联盟主席王锐表示,ZETA中国联盟致力于推进低功耗广域物联网技术的普及,并将其用于解决各类社会问题,通过“物联网+人工智能”为智能社会赋能。ZETA联盟的成立也将持续拓宽低功耗广域网的边界,进一步挖掘智能物联网的发展潜力。未来,ZETA联盟将联合国内外物联网产业链上下游的公司和团体,建立紧密的垂直整合,打造技术领先业界的ZETA AIoT(万物智慧互联)生态,并将推进和实现ZETA中国联盟技术标准的国际化流程,专利池以及大数据池,配合“一带一路”建设,与全产业链企业一起,积极推动中国物联网发展进程。