

“中国认可”助企业出海更通畅

本报记者 郭静原

检验检测机构出具的报告能否在国际市场获得广泛采信？产品出海需要找哪家认证机构“背书”？这些问题的背后都有“中国认可”在保驾护航。

国家市场监管总局日前公布了一组数据：截至今年8月底，获中国合格评定国家认可委员会（CNAS）认可的合格评定机构已有24093家，约占全球国际互认认可总量的五分之一，认证机构颁发带CNAS标识的各类有效认证证书193万份，连续多年位居世界前列。目前，我国已建立起涵盖认证机构认可、实验室认可、检验机构认可、审定与核查机构认可的四大门类制度体系，广泛应用于国民经济和社会生活各个领域。

作为国家质量基础设施的核心要素之一，认可可是连接政府监管与市场运行、国内产业与国际贸易、科技创新与质量保障的重要桥梁。中国合格评定国家认可委员会成立20年来，在助力建设高标准市场体系、推动制造业高质量发展和扩大高水平对外开放中不断贡献“中国

认可”力量，“传递信任、服务发展”的作用愈发凸显。

深化互通互认合作，带给企业哪些获得感？市场监管总局认可检测司司长况旭介绍，以木制品出口为例，我国是复合木制品出口大国，通过发布实施相应的认证机构和实验室认可制度，促成外方直接采信获中国认可实验室出具的检测结果，极大降低木制品行业“走出去”成本，让产品和企业出海的“航道”更通畅。

服务产业升级方面，在钢铁、化工、建材等传统产业，认可帮助行业规范实验室管理和检测活动，缩短研发周期，提升产品稳定性；在物联网、新一代通信网、数据中心等新兴产业，有563家检验检测机构获得认可，为质量安全提供技术保障，产业“筋骨”更加强健。

“推动认可资源深度嵌入产业链创新、技术改造、成果转化全过程，持续夯实质量基础设施硬支撑，也为地方培育壮大新质生产力提供坚实保障。”江苏省市场监管局副局长夏海涛介绍，目前江

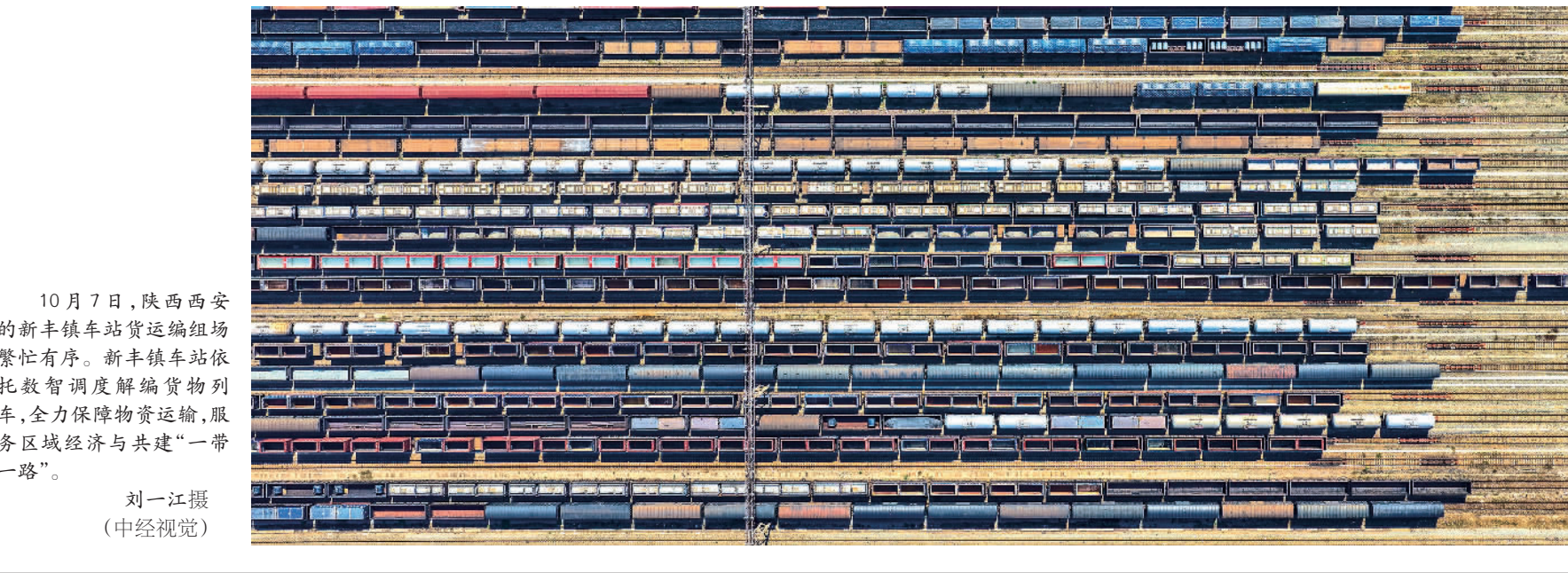
苏省获CNAS认可的实验室和检测认证机构共有2856家，较5年前增长93%，认可技术服务供给持续扩大。优势检测机构联合高校、企业组建低空经济、先进通信、航空航天等检验检测联盟，开展产学研研一体化服务，已服务产业链上下游企业超过2000家。

国际化是认可制度的重要特征。中国合格评定国家认可委员会秘书长陈建良介绍，CNAS目前已签署16项国际多边互认协议，互认范围覆盖133个国家和经济体，这意味着我国获认可机构出具的认证证书和检验检测报告，可在全球主要经济体间获得等效采信。此外，通过承担食品、药品、矿物、玩具和司法鉴定等领域国际能力验证计划，为提升全球合格评定整体水平贡献了中国智慧。

“对企业来说，‘认可’直接关系订单、成本和通关速度。企业出海常遇到准入要求看不懂、国内报告证书不被接受、同一产品重复检测等问题。”中国贸促会商业行业委员会秘书长姚敬举例

说，中国一家风电设备企业在西班牙开展项目时，原本被要求在当地重复检测，费用达数百万元。对方了解CNAS及国际互认机制后，最终接受了中国获国外认可实验室结果，既节约了成本，也避免了项目延误。他表示，认可解决的是“谁有能力出具可信结果”，国际互认解决的是“结果能否跨境使用”。

“希望企业今后提到‘认可’，想到的不只是一个标识，而是少做一次重复检测、少付一笔费用、少等一段时间，更快进入市场、更早拿到订单。”姚敬说，作为行业贸促机构，将建立企业出海认证认可问题清单，收集报告不被采信、认证周期过长、重复付费等问题，及时向有关部门反映。同时，围绕重点国别、行业和产品，把规则转化为准入清单、认证路线图和风险提示，帮助企业在签约和发货前就完成“合规体检”，在商业服务、跨境电商、会展、供应链和绿色低碳等领域，持续推动标准可检测、结果可认证、证书可采信。



10月7日，陕西西安的新丰镇车站货运编组场繁忙有序。新丰镇车站依托数智调度解编货物列车，全力保障物资运输，服务区域经济与共建“一带一路”。

刘一江摄（中经视觉）

邮政业是国家重要的社会公用事业和现代物流的标志性产业。寄递网络是物流网的重要组成部分，具有全程全网、一单到底的独特优势，在服务生产、促进消费、畅通循环中发挥着重要作用。今年世界邮政日的主题是“完善邮政服务网络，开拓行业无限可能”，深刻揭示了寄递服务网络对于推动实现物畅其流、服务经济社会发展的重要意义。

习近平总书记指出，“物流是实体经济的‘筋络’”“快递现在成为城市的流动血液”。这些重要论述，既明确了现代物流的战略定位，也揭示了寄递网络的功能作用。网络是物理载体，服务是价值归宿，二者共同构成了寄递网络的运行基础。网络越完善，筋络越强健，服务领域越广泛；服务越优质，血流越顺畅，网络衔接越高效。

在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，邮政业坚持网络覆盖和能力提升并重、赋能产业和服务民生并举，推动邮政快递从“送得到”向“送得好”升级、从“服务生活”向“服务生产”延伸，从“通达城乡”向“联通世界”拓展。我们持续拓展网络覆盖。接续实施“快递下乡”“快递进村”等工程，建成世界上规模最大、覆盖最广、受益人数最多的寄递网络。推动寄递网络融入国家综合立体交通网、物流网一体统筹，京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝地区、中部城市群等枢纽集群基本成型。依托“枢纽+通道+网络”，商品要素资源在全国乃至更大范围自由流动，每秒超6300件、日均5.4亿件包裹进入寄递渠道。我们加速打造智慧引擎。从肩挑背扛到无人配送，行业加快向技术密集型转变。分拣中心基本实现自动化运营，AI视觉模型实现毫秒级响应，垂直领域大模型助力路由规划动态优化，具身机器人“军团”在仓储、分拣、配送全链条得到应用。无人仓、无人车、无人机加快普及，电子运单、循环中转袋基本实现全覆盖。我们深度融入产业循环。充分发挥贯通一二三产业的渠道优势，重塑生产运营组织模式，打造生产模式向“按需定制、柔性响应”转变，实现供需良性互动，增强国内大循环内生动力。主动服务现代农业、先进制造业，助力云南咖啡、延安苹果等“土特产”走出田间地头，更好服务新能源汽车、生物医药等“中国智造”发展。寄递渠道每日承载超300亿元货物流通，助力构建优化资源配置、畅通产销关系的现代流通体系，为全国统一大市场建设注入持久动力。我们着力增进民生福祉。始终践行以人民为中心的发展思想，凭借高性价比、广覆盖的服务供给，将消费市场延伸至每一个角落。中西部17个试点县2939个建制村通过邮政兜底实现“快递进村”，与时俱进丰富了邮政普遍服务内涵；超过81%的建制村建成村级寄递物流综合服务站，补齐农村末端物流服务短板，普惠性、均等化、兜底式寄递服务让城乡群众平等享有跨区域优质商品与服务。我国年人均快递使用量超过140件，快递服务全程平均时限和公众满意度持续提升。

肯定成绩的同时，也要清醒看到服务质量提升、快递员权益保障、末端网点稳定、整治“内卷式”竞争、寄递网络安全高效运行等方面的风险挑战依然存在。当前行业正处于“十五五”开局起步的关键节点，全行业要以开拓者姿态，用创新破题、以实干开路，聚焦“两促进”“三提升”，持续织密网络、

畅通循环、拓展边界，在构建现代化基础设施体系、服务全国统一大市场建设中展现行业担当。要拓展服务网，激活畅通循环新效能。要注重新服务网络，不仅要求“通”，更要求“畅”。要注重向下扎根，充分发挥邮政普遍服务网络的兜底作用，持续深化农村寄递物流体系建设，整合末端资源，深化与农村电商协同，让服务下得去、网络稳得住、群众用得好，畅通农产品出村进城、工业品下乡进村双向渠道。要注重向外拓展，加快构建覆盖全球的寄递网络，以“国际枢纽+干线通道+海外本地网络”为抓手，助推国内国际双循环有效衔接。要注重向内融合，推动邮政快递与铁路、公路、航空、水运等综合交通体系深度融合，全面推行多式联运，让货物在不同运输方式间无缝衔接、高效流转，以“一单到底”打通循环堵点，以“全程全网”提升流通效能。

二是聚力数智化，拓展赋能发展新场景。技术创新，为网络拓展注入不竭动能。全行业要主动抢抓人工智能赋能科技革命和产业变革的历史机遇，推动人工智能、物联网、区块链、北斗等技术深度应用，加快分拣设备、运输工具更新升级，以智能技术赋能全国流通网络，激发劳动、资本、技术、数据等各类生产要素活力。要深挖邮政业海量数据价值，强化大数据全场景分析应用，让数据在生产、流通、消费各环节动起来、用起来、价值活起来，使其不仅成为提升配送效率的“路线图”，更成为洞察消费趋势、感知经济脉动的“温度计”。要锚定“双碳”战略目标，深入推进绿色低碳发展，大力推广新能源运输配送装备规模化应用，加快构建绿色化、减量化、可循环的快递包装全链条治理格局，让行业发展既有“智慧大脑”，也有“绿色底色”。

三是延伸产业链，开辟价值创造新领域。服务产业的深度，决定行业价值的高度。要服务特色产业，推动寄递服务与产业集群协同布局，让服务跟着产业走、网络围着需求建。要融入供应链条，支持邮政快递企业与制造企业建立长期战略合作关系，提供定制化物流解决方案，深度融入先进制造业供应链，从“送快递”到“做供应链”，从“通道”到“集成”，在服务生产中实现价值跃升。要嵌入消费场景，推动寄递与文旅体深度融合，让寄递服务从“功能满足”走向“体验增值”，在更广消费场景中拓展行业价值边界。

四是优化生态圈，构建良性运行新格局。良好的生态是确保行业健康发展的“稳定器”。必须前瞻性应对存量市场竞争新挑战，引导企业摒弃“以价换量”模式，坚决整治“内卷式”竞争，推动从价格竞争转向价值创造。要加强“穿透式”监管，推动建立科学、合理、透明的考核机制和工资给付机制，维护行业良好的市场竞争秩序。要守牢安全稳定底线，压实企业主体责任和总部统一管理责任，完善行业监测预警和指挥调度机制，全力做好快递员群体服务管理，持续加大关心关爱力度，让安全稳定成为行业守护好每一份托付的坚实底座。

凡益之道，与时偕行。让我们更加紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，以完善网络促进互联互通，以开拓进取传递幸福美好，奋力谱写加快建设交通强国邮政新篇章，为全面推进强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献！

扛起邮政行业“国家队”使命责任

中国邮政集团有限公司党组书记、董事长 刘爱力

我们加快从主要服务社会大众向同时服务国防建设、服务国家应急保障转变，切实成为危急关头拉得出、冲得上、打得赢的基本队伍。中国邮政积极服务军民融合战略，构建“普遍服务和营区服务、交通战备和国防动员、涉军金融和科技金融”三大服务体系，160条边海防部队邮路常态化通邮，保障信息支援部队13个偏远点位通邮，为巩固提高一体化国家战略体系和能力贡献力量。在危急关头和关键时刻挺身而出，重大洪涝地震等灾害发生后，中国邮政支援抢险救灾，保障民生物资配送，开通救灾捐赠物资免费寄递通道，开通流动邮局为群众提供避灾场所，全力保供保通保畅。

我们加快从主要关注邮政自身发展向强化协作共享转变，以坚实的合作成果惠及城乡发展和人民生活。深化与国家部委、各级政府、大型企业集团、农村产业群体等战略合作，以资源共享、优势共建、协作共赢推动协同发展，把遍布城乡的邮政网点打造成集“普服+金融+寄递+仓储+电商+政务便民”于一体的综合服务平台，为社会提供覆盖广、功能全、服务优的综合便民服务。加强与交通运输企业协作，开通交邮联运线路7534条，充分盘活进村村公交运力、人员等社会沉没成本。强化与社会快递企业合作，累计建成1553个县级共配中心、7135个乡镇中心、48.4万个村级综合便民服务站，以邮政兜底保障解决快递进村“最后一公里”难题，推动农村公共服务往村覆盖、向户延伸，在满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、畅通国内大循环等方面发挥了重要作用。

立足国内，充分发挥中国邮政“乡乡设所、村村通邮”的网络优势，依托遍布全国的5.4万邮政网点、全国48.4万个建制村全覆盖的邮政综合服务网络这一主线，与社会各方一道，共同开拓邮政行业无限可能，为全面推进强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献！

我们加快从主要服务社会大众向同时服务国防建设、服务国家应急保障转变，切实成为危急关头拉得出、冲得上、打得赢的基本队伍。中国邮政积极服务军民融合战略，构建“普遍服务和营区服务、交通战备和国防动员、涉军金融和科技金融”三大服务体系，160条边海防部队邮路常态化通邮，保障信息支援部队13个偏远点位通邮，为巩固提高一体化国家战略体系和能力贡献力量。在危急关头和关键时刻挺身而出，重大洪涝地震等灾害发生后，中国邮政支援抢险救灾，保障民生物资配送，开通救灾捐赠物资免费寄递通道，开通流动邮局为群众提供避灾场所，全力保供保通保畅。

我们加快从主要关注邮政自身发展向强化协作共享转变，以坚实的合作成果惠及城乡发展和人民生活。深化与国家部委、各级政府、大型企业集团、农村产业群体等战略合作，以资源共享、优势共建、协作共赢推动协同发展，把遍布城乡的邮政网点打造成集“普服+金融+寄递+仓储+电商+政务便民”于一体的综合服务平台，为社会提供覆盖广、功能全、服务优的综合便民服务。加强与交通运输企业协作，开通交邮联运线路7534条，充分盘活进村村公交运力、人员等社会沉没成本。强化与社会快递企业合作，累计建成1553个县级共配中心、7135个乡镇中心、48.4万个村级综合便民服务站，以邮政兜底保障解决快递进村“最后一公里”难题，推动农村公共服务往村覆盖、向户延伸，在满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、畅通国内大循环等方面发挥了重要作用。

立足国内，充分发挥中国邮政“乡乡设所、村村通邮”的网络优势，依托遍布全国的5.4万邮政网点、全国48.4万个建制村全覆盖的邮政综合服务网络这一主线，与社会各方一道，共同开拓邮政行业无限可能，为全面推进强国建设、民族复兴伟业作出新的更大贡献！

扫码解锁一辆景区电瓶车，原本图的是少走路、多看景。可车一启动，不少游客先掏出手机看时间：还剩多少分钟，最近还车点在哪儿，超时怎么扣费。省力工具转眼成了费力“计时器”，游览节奏被收费规则牵着走。景区、公园推出代步车租赁，本是好意，但若定价随意、规则绕弯，便利就会打折扣。

从媒体调查看，游客意见集中在三处。一是贵。温州某园区租车6个半小时花410元；北京一公园四人车1小时180元，还租车点还要交100元至200元调度费。二是绕。超时1分钟按15分钟计，租车时却没人提醒。三是难。禁行区多、还车点少、车辆没电或系统卡顿仍继续计费，游客被迫“边玩边赶路”。这些细节单看不大，叠加起来足以毁掉游览心情。

问题根源，首先在于景区内经营场景的特殊性。园区空间封闭，运营方往往独此一家，游客议价空间很小。没有竞争压力，又缺少有效约束，定价容易向经营者单方倾斜。数字化本应让计费更精细，结果却被用来设置更粗的收费“颗粒度”，技术红利没有落到游客这边。

其次，公共资源与市场服务的边界需要厘清。许多景区、公园由公共资源建设，门票免费或降价后，园内交通、租赁等成为新的收入来源。对多数游客，电瓶车是可选消费；对老人、儿童、行动不便者，却可能是完成游览的必要条件。若代步价格过高、规则复杂，实际上会抬高这部分人群的出行门槛。公共空间引入市场服务并无不可，但公益底色不能被经营

景区代步车另算账

最后，监管链条存在缝隙。电瓶车租赁横跨景区管理、车辆运营、价格行为、消费者权益等多个领域，容易出现“各管一段”的情况。游客遇到问题，常常不知道找谁。对此，应明确牵头部门，建立联合认定和处置机制：对依托公共资源、具有排他性的服务，探索政府指导价、最高限价或备案管理，防止利用场景封闭搞“小垄断”。

刘春沐具体改进可从几件小事做起。计费上，按分钟或更小单位结算，设置单日封顶，车辆驶入禁行区、发生故障或还车点满位时自动暂停计费。信息上，扫码前系统卡顿仍继续计费，游客被迫“边玩边赶路”。这些细节单看不大，叠加起来足以毁掉游览心情。

问题根源，首先在于景区内经营场景的特殊性。园区空间封闭，运营方往往独此一家，游客议价空间很小。没有竞争压力，又缺少有效约束，定价容易向经营者单方倾斜。数字化本应让计费更精细，结果却被用来设置更粗的收费“颗粒度”，技术红利没有落到游客这边。

其次，公共资源与市场服务的边界需要厘清。许多景区、公园由公共资源建设，门票免费或降价后，园内交通、租赁等成为新的收入来源。对多数游客，电瓶车是可选消费；对老人、儿童、行动不便者，却可能是完成游览的必要条件。若代步价格过高、规则复杂，实际上会抬高这部分人群的出行门槛。公共空间引入市场服务并无不可，但公益底色不能被经营

本版编辑 李 瞳 康琼艳
来稿邮箱 jjrbgz@163.com