

首次突破1800亿件! 透视加速发展的“小包裹”背后

新华社北京12月2日电 1800亿件!近日,我国快递年业务量再创新高,“小包裹”跑出发展新速度。

国家邮政局监测数据显示,截至今年11月30日,我国快递年业务量首次突破1800亿件。来自广东深圳市的一名市民网购的智能学习机,成为今年我国第1800亿件快递。

繁忙运输的快递车,辛勤奔走的快递小哥,一个个装好待发的快递包裹……1800亿件“小包裹”的背后,离不开更加高效的快递物流运输通道,更加贴心的快递物流服务。

正值延安洛川苹果丰收的季节,中通洛川网点负责人一边核对订单信息,一边帮着果农将一箱箱红彤彤的苹果搬上货运三轮车。

“今年10月到11月,我们每天都有约10万单苹果发往全国各地,出货量比去年同期增长了近三成,省外消费者48小时内就能品尝到新鲜的苹果。”中通快递延安转运中心操作负责人翁明城介绍,自转运中心投入运营后,进出陕北的快递整体时间比之前缩短15至20小时。

今年4月,拼多多“千亿扶持”再度加码“电商西进”,通过物流中

转费等系列减免,推动优质供给向青海、甘肃、西藏等西部地区加大供应,越来越多偏远乡村纳入包邮区。

拼多多有关负责人表示,拼多多通过持续降低销售、物流等关键环节的成本,助力更多偏远地区的消费者融入“普惠消费圈”,共享发展红利。

广西南宁的沃柑、新疆库勒的香梨、安徽阜阳的辣椒……高铁网络、高速公路和机场建设快速推进,惠民让利的服务举措贴近更多边远地区,更多农产品搭上覆盖更广的快递网络,快速、便捷地走出深山,走向全国。

智能系统矩阵覆盖揽派、中转、运输等业务核心环节,“智能路由”动态规划最优运输路径,“智能客服”提升响应效率……1800亿件“小包裹”的背后,离不开我国邮政快递业深入实施创新驱动发展战略,因地制宜培育和发展新质生产力的成效。

位于上海市的圆通徐泾网点,业务员田锋每天通过“行者助手”自动获取揽派计划和最优路线,并通过批量外呼功能,提前了解用户的派件需求。“现在路线清晰、提醒及

时,每天能节省一小时工作时间,让我有更多精力把服务做得更细、更稳。”田锋说。

近年来,邮政快递业推动科技创新和产业创新深度融合,立足应用场景多元、数据资源富集和市场空间广阔的优势,主动适应新业态新模式需求,加大科技研发投入,增强科技创新能力。不少“黑科技”在仓储、运输、派送环节频频现身,大幅提升了生产效率,显著降低了错分、破损和遗失率,也降低了揽派成本。

日均超160亿件,单日最高7.77亿件,每秒超6200件……1800亿件“小包裹”量质齐升,为消费市场注入强劲发展动能,折射出中国经济蓬勃活力。

今年以来,我国加紧实施更加积极有为的宏观政策,“两重”建设和“两新”政策发力显效,全国统一大市场建设纵深推进,带动需求扩大和生产增加,为邮政快递业持续健康发展注入了强大动力。

前10个月,我国中部、西部地区快递业务收入占全国比重同比分别上升0.6个和0.3个百分点;快递业务量占全国比重分别上升1.1个

和0.6个百分点。

“邮政快递规模经济效益持续放大,对产业拉动和区域经济的带动能力明显提升,成为促消费、扩内需、稳增长的重要支撑。”国家邮政局发展研究中心战略规划研究部主任刘江说。

从购物商超到田间地头,从新鲜的农产品到精密的电子设备,快递链接了生产制造和消费。更好发挥快递经济的“引力场”作用,有利于扩大消费需求,更有利于提升实体经济运行效率。

透过快递这扇窗口,可以看见一个从“大市场”向“强市场”稳步转变的中国——1天之内,有超过1万列铁路旅客列车在神州大地上穿梭开行,近340亿元实物商品在网上交易买卖;过去4年,最终消费对经济增长的平均贡献率达到56.2%,比“十三五”期间提高8.6个百分点;稳居全球第二大消费市场、第一大网络零售市场、第二大进口市场……

1800亿件只是一个新的起点。可以预见,“小包裹”的发展还将持续“加速”,中国经济的活力还将持续涌动。

“小体量”大能量!

专精特新“小巨人”研发平均投入超3000万元

新华社北京12月2日电 “十五五”规划建议明确提出,促进中小企业专精特新发展。2024年我国专精特新“小巨人”企业户均拥有发明专利26.6项,研发平均投入超3000万元,专精特新中小企业研发投入强度立身之本,已成为推动经济增长的关键力量。

工业和信息化部最新发布的数据显示,“十四五”期间,我国专精特新中小企业从不足4万家增至14万家以上,增长超2.5倍。其中,“小巨人”企业从5000余家跃升至1.76万家,

以占全国规模以上工业中小企业3.5%的数量,贡献了9.6%的营业收入和13.7%的利润。

“十四五”期间,专精特新中小企业聚焦主业,精耕细作,在提升产业链供应链稳定性、推动经济社会发展中发挥更加重要的作用。

它们是细分领域的“单打冠军”和“配套专家”。专精特新“小巨人”企业超六成深耕工业基础领域,近八成企业分布在重点产业链环节,九成企业至少为3家国内外知名大

企业直接配套;布局量子科技等未来产业领域的“小巨人”企业近6000家。

以专注铸专长,以配套强产业,以创新赢市场,“小体量”淬炼高“含金量”。

上海毓恬冠佳科技股份有限公司深耕汽车天窗等零部件研发生产,突破国外供应商技术垄断,市场份额持续提升;芜湖楚睿智能科技有限公司聚焦芯片、算力等关键领域,成功嵌入国际电源龙头供应链……在提升产业链供

应链韧性和竞争力的关键环节,专精特新中小企业担当起解决关键核心技术“卡脖子”问题的重要力量。

面向未来,工业和信息化部部长李乐成表示,将进一步强化企业创新主体地位,提升优质企业产业链支撑作用,优化企业发展生态环境。探索建设专精特新赋能中心,推动创新链和产业链无缝对接;健全与中小企业成长相适应的要素保障机制,发挥财政资金杠杆作用,强化金融精准支持等。

小小足球踢出“大大天地”

(上接1版)

第二赛场:文体旅商的创新共融

一项足球赛事,既是竞技舞台,也是经济引擎。“宿超”精准踢出了一记“人文经济学”与“体育赋能发展”的漂亮进球。

不少网友评价,“宿超”是“踢”出来的,“玩”出来的,也是“传”出来、“导”出来的。自“宿超”开赛,宿迁市新闻传媒中心便针对每场比赛进行特色策划,推动全网“接梗、玩梗、造梗”,相继推出主题海报、对战歌曲、情感家书等系列产品,成功引导网友既比拼热度也深耕文化。各县区(功能区)宣传、体育、文旅、商务等部门协同发力,共同将“宿超”这项足球赛事打造成为推动城市发展的“超级IP”。

“双蟹对决”呼应泗洪、泗阳的水产特色,“项羽战虞姬”融合宿迁西楚文化底蕴,改编歌曲《“酒”妹》彰显“中国酒都”独特魅力……一个个趣味横生的创意,既展示了地域特色,也拉近了区域情感。

宣传成效显著。数据显示,“宿超”相关内容全平台播放量突破两亿次,仅抖音平台“宿超”话题播放量便超8500万次。“宿超”决赛通过新华社客户端、新华网、速新闻、宿迁发布等各级媒体平台全程直播,累计在线观看人数逾千万。线下同样火爆,门票预约人数超3万名,其中4200名球迷来自外市。

“之前只是听说过,尝过之后味道很好,多买些带给亲友分享。”从淮安前来观赛的球迷孙铭,在“宿超大集”一次购买了6盒车轮饼。“宿超大集”是“宿超”赛事组委会融合体育、文化、美食与文创推出的特色体验区。据现场工作人员介绍,约80家企业参展,带来了数百种地方特产,既展示了宿迁丰富的特产,也促进了消费。

来自南京的张晨在“宿超大集”上购买了宿豫特产“荷叶茶”,并凭“宿超”决赛票根在宿迁市区商场享用了折扣火锅。“票根优惠”机制有效延伸了赛事热度,将观赛客流导向消费场景。据了解,球迷可凭票根在全市195家商户享受权益。此外,宿迁在全市景区、商场设立了20余处“第二现场”。数据显示,11月29日至30日,中心城区五大商业综合体客流量突破40万人次,销售额超2000万元,成功将人气转化为实实在在的消费。

“宿超”已成为撬动内需增长的有力支点。赛事期间,宿迁酒店、餐饮、旅游等行业消费人气显著提升,初步估算直接带动社会消费超2亿元。

当前,宿迁正持续打破文化、商业、旅游、体育的边界,通过跨界整合资源,推动产业要素从单一走向融合,探索文体旅商深度融合的创新路径,培育兼具吸引力、竞争力与可持续性的新业态。一系列数据扎实印证了“体育搭台、经济唱戏”的发展逻辑,也为“十五五”时期“大力提振消费”提供了可借鉴的宿迁样本。

第三赛场:城市文明的协同答卷

不少网友看完“宿超”赛后评价说“以为自己在看‘苏超’”,还有的

提升信用修复的效率。

进一步做好协同修复和信息查询披露。办法明确要求市场监管部门应当与相关部门建立健全信用修复协同联动机制,实现国家企业信用信息公示系统与相关信息化系统数据共享,结果互认。同时,强化对第三方社会机构公示行为的监管,建立信用修复领域信息查询披露制度,允许相关机关、公民、法人或者其他组织申请查询相关信用修复记录。

市场监管总局法规司副司长王丹介绍,办法将不同失信主体、不同性质违法失信信息的信用修复条件、范围和时限进行整合,作出了专门规定,给社会公众提供更清晰明确的指引。

王丹说,现行《市场监督管理行政处罚信息公示规定》明确“较低数额罚款”的标准由省级以上市场监督管理部门结合工作实际规定。为加快构建全国统一大市场,结合各方反馈意见和监管实践,综合考量违法行为情节轻重与罚款数额,办法明确“较低数额罚款”的标准,将“较低数额罚款”的标准统一规定为“按照从轻或者减轻处罚的裁量阶次,对经营主体处以五万元以下罚款,对相关责任人处以五千元以下罚款”。

市场监管总局统计,自2021年9月至2025年10月,全国市场监管部门累计修复各类经营主体超过4400万户。

荆琼华表示,下一步,市场监管总局将加强与有关部门沟通协调,完善信用修复协同联动机制,实现“一处修复,全网认可”。同时,探索人工智能等技术在信用修复工作中的运用,进一步创新修复方式,提升服务效能。(新华社北京12月2日电)

网友说“看现场搭建颁奖舞台的速度,我都惊呆了,太快了”……

观众获得良好体验的背后是万众一心的团结协作。

11月30日7时50分,宿迁市新闻传媒中心18名志愿者在食堂打包饭菜,他们要为“宿超”决赛工作人员、演职人员提供2200份盒饭。11时,盒饭送达宿迁梦之蓝·奥体中心。此时的绿茵场上,各类节目正在彩排。在“宿超”决赛前,中场休息和颁奖仪式前,各县区(功能区)拿出了“看家本领”,近千名演员给观众带来了歌舞、情景秀、传统绝活等多种形式的演出。

来自宿迁幼儿师范高等专科学校的演员陆雯,当天9时到达宿迁梦之蓝·奥体中心。她告诉记者,每次表演都要提前两三个星期密集排练,演出前还要反复彩排,打磨每一个细节,力争把最好的状态呈现给观众。

13时,在宿迁梦之蓝·奥体中心,检票口的志愿者、巡逻的警察、场边的医疗团队……所有保障人员全部就位,他们是赛事成功举办的坚强后盾。

还有网友说的“搭建颁奖舞台的速度”。16时30分,来自宿迁市新闻传媒中心的80名志愿者,在300秒内完成搬运部件、组装舞台、清理台面等工作,让一座精美的颁奖舞台出现在绿茵场上。网友惊叹“太快了”的背后,是他们连续数次的模拟演练,才能在最短时间内呈现一个完美的颁奖舞台。

近千人的志愿者队伍里,不少人从“宿超”开赛服务到决赛,“人人可为、处处可见”的志愿服务成为“宿超”一道美丽的风景线。正是这些人,构建起了一个“有名”的“宿超”。

足球联赛周期长、细节多,一场比赛牵动一座城的目光,这话毫不夸张。“宿超”39场比赛,全部安全平稳、热烈有序,这也是宿迁推进社会治理现代化成效的集中呈现。

当然,还有很多不是志愿者,但为“宿超”付出了很多的球迷。宿豫队球迷方阵旗手的手掌磨出了老茧,他说“这是我的勋章”;宿城队球迷“领喊”嗓音沙哑,他说“在气势上赢了就行”;泗洪队遗憾淘汰,球迷嘴上说“没事,继续加油”,转过头却偷偷擦了眼泪;沭阳队球迷一封深情的信,道尽了对家乡球队的热爱……球迷真挚而又火热的爱是“宿超”火爆的关键。

令人感动的是,“宿超”决赛后,宿迁梦之蓝·奥体中心的看台上,宿城队球迷团体的成员散落在场馆的各个角落,捡拾垃圾。球迷吴慕哲告诉记者,每一场比赛结束后,大家都会主动留下来清理垃圾,这成了他们的习惯。“文明宿迁”,在此刻具象化了。

“宿超”已落幕,但它让足球,因宿迁而拥有了更多球迷和人气;它也让宿迁,因足球而收获了激情与发展。

“宿超”终场哨响,但为何尝不是另一声更深远的奋进鼓点。那些精彩的瞬间、闪耀的精神,会被铭记与回望;那些从“宿超”中收获的感动与力量,会在人生的“主场”发展的“赛场”接着发光,激励人们以奋斗之姿踢好“每一场球”。宿迁也会在奔赴“十五五”的壮阔征程中“踢”出更多“宿超”式的实践。

“创意+”加持 中国消费品牌加速在法国“破圈”

新华社巴黎12月2日电 午后,法国巴黎卢浮宫地下商场人潮涌动。位于入口通道一侧的国际潮玩品牌泡泡玛特门店里,消费者正围在展示台前挑选手办盲盒,“这类产品创意十足,总能带来惊喜,在法国本土很难找到替代品。”28岁法国女孩诺埃米拆开刚入手的盲盒,向记者兴奋展示。

诺埃米的直观感受折射出法国消费市场的一个新变化:一批以创意和品牌叙事为驱动力的中国消费品牌,正凭借全球化审美和成熟的工业化设计能力,赢得法国年轻群体认同。

泡泡玛特是法国潮玩热度快速攀升的代表品牌之一。法国《回声报》援引法国IFOP市场调查公司研究结果报道,在TikTok传播、盲盒

经济兴起以及亚洲流行文化影响等因素推动下,法国潮玩市场规模持续扩大。泡泡玛特热门IP“拉布布”迅速走红,已成为法国第三大受欢迎的潮玩产品。

潮玩之外,以“平价创意好物”著称的名创优品也在法国保持稳健发展势头。自2020年进入法国市场以来,该品牌已开设20余家特许经营门店,其中约10家位于巴黎。去年6月,名创优品在巴黎香榭丽舍大街开设旗舰店,并刷新其在中国大陆以外市场的单日销售纪录。

中国消费品牌加速在法国“破圈”,一方面得益于社交媒体平台的加速传播,另一方面缘于这些品牌在多元文化加持下形成的竞争力。

法国丝路商学院教授武世伟指

出,中国消费品牌依托成熟的工业化设计能力、体系化的设计流程、稳定的品牌叙事和高效的供应链协同,形成了远超单一产品本身的竞争力。《回声报》报道,泡泡玛特正进入强化叙事阶段,通过动画、主题空间与跨界品牌合作进一步拓展影响力。

《巴黎竞赛画报》等法国媒体认为,名创优品不仅在法国建立了更贴近本地消费者的产品体系,其创新驱动的运营模式、灵活的物流体系 and 明快的上新与补货节奏,都让消费者对新品始终保持期待。

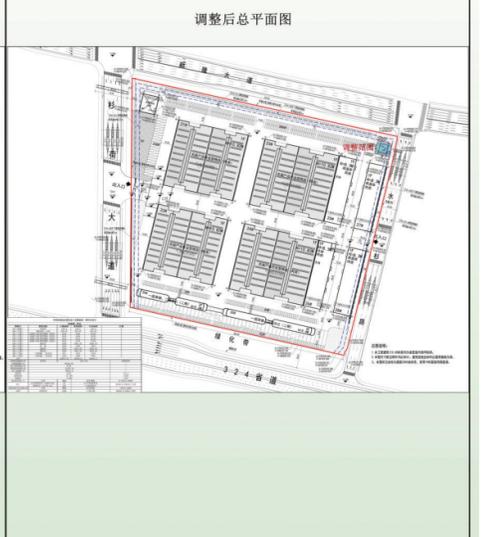
武世伟表示,这种以工业化设计体系为核心的创新模式,提高了中国消费品牌在海外市场的产品迭代速度,也为其在欧洲市场实现稳定供给与持续拓展奠定了基础。

业内人士认为,法国市场对中国消费品牌的积极反馈,折射出中国制造业正由规模驱动向创新驱动延伸。

法国精品行业联合会主席洛朗·布瓦洛在一次活动中表示,中国文化底蕴深厚,工艺体系完善,新一代青年展现出较强创造力与想象力。中法企业在审美与创新领域的良性互动,有助于推动双方在设计和品质方面不断提升。

“欧洲时尚与文化产业集中度高,消费群体多元,年轻人对跨文化表达接受度普遍较高,这为中国品牌提供了发展空间。”武世伟说,随着更多中国企业在品牌叙事体系、本地化运营和原创能力方面持续投入,中国消费品牌在法国乃至欧洲市场的影响力有望进一步扩大。

中国农批宿迁现代农产品物流园一期中区项目方案调整

<p>基本情况:</p> <p>项目位于宿豫区新庄镇,东至水杉路,南至324省道绿化带,西至杉荷大道绿化带,北至新隆大道绿化带,用地面积约140.76亩,用地性质为批发市场用地。</p>	<p>调整后总平面图</p> 	<p>调整后总平面图</p> 
<p>调整原因:</p> <p>市场垃圾量较多,超出原规划需求,从环境卫生角度出发,在地块东北角27#楼北侧,增设一幢垃圾房。</p>		
<p>调整依据:</p> <p>城乡规划法等法律法规,规划设计条件。</p>		
<p>调整内容:</p> <p>在地块东北角27#楼北侧16.7米处,增设一幢垃圾房,垃圾房东西向11.5米,南北向11.2米,按照钢结构建筑设计。</p>		
<p>建设单位:宿迁中合农产品市场发展有限公司 设计单位:江苏政泰建筑设计集团有限公司</p>	<p>公示时间:2025年11月24日—2025年12月5日(10个工作日) 宿迁市自然资源和规划局宿豫分局监督咨询电话:0527-84490114</p>	

注:本公示仅针对项目用地红线范围内的建筑,公示内容在项目现场、宿迁自然资源和规划局、《宿迁日报》或《宿迁晚报》上同步进行公示。若有异议,请在公示期内以书面形式向市自然资源和规划局宿豫分局反馈或提出听证申请。