

“蜀”写奋进之笔 擘画交通蓝图

□ 全媒体记者 周佳玲

到2025年,交通强省建设取得重大突破。初步建成“四向八廊”战略性综合交通走廊和成渝地区双城经济圈国际性综合交通枢纽集群,基本形成“123出行圈”和“123快货物流圈”,基本实现“快速网覆盖区(县)、干线网畅达乡镇、基础网连接村组”,为打造全国交通“第四极”奠定坚实基础……日前,《四川省“十四五”综合交通运输发展规划》(以下简称《规划》)印发,为四川省综合交通运输高质量发展勾勒出了一幅清晰的蓝图。

补齐竞争力短板

“十三五”时期是迄今为止四川交通发展史上投资规模最大、发展速度最快的时期。《规划》中这样表述“十三五”期的交通发展成绩。

回望过去五年,四川省综合交通完成投资1.3万亿元,综合交通线网里程从33万公里增至41万公里。铁路营业里程从4442公里增至5312公里;高速公路通车里程从6016公里增至8140公里;高等级航道里程从1321公里增至1648公里,岷江航电综合开发全面推进、嘉陵江川境段全线复航;民用运输机场数量从13个增至15个;城市轨道交通里程从88公里增至558公里。四川已成为线网规模排名全国前列的交通大省,服务支撑重大战略作用凸显,保障改善民生成效显著,助力经济循环更加顺畅。

虽然已是交通大省,但对标交通强省建设和现代化高质量综合立体交通网发展要求,四川交通仍然呈现出“大而不强”“东强西弱”的特点。

这主要表现在进出川大通道能力不足,至京津冀、粤港澳大湾区、北部湾依然

缺乏较高标准的高铁通道,长江黄金水道川境段常年仅能通行1000吨级船舶,高速铁路、内河水运瓶颈制约明显;路网覆盖联通不够,仍有12个市(州)未通高速铁路、47个县(市、区)未通高速公路,39.1%的乡镇不通三级及以上公路,36.5%的30户及以上自然村不通硬化路;枢纽体系建设滞后,国际性枢纽竞争力不强、区域性综合交通枢纽基础设施不完善等。

同时,还存在乡村运输发展的长效机制有待完善,在大数据、智慧交通、交通金融等领域缺乏人才和技术积累,综合交通运输地方性法规、规划、政策和标准体系不完善等问题,发展质量效益还有待提升。

针对这些短板问题,《规划》中明确,“十四五”期,要以加快打通“四向八廊”战略性综合交通走廊和打造国内国际双循环门户枢纽为牵引,协同推进铁路强通道、公路提品质、水运挖潜能、航空扩能级、邮政优体系,加快构建安全、便捷、高效、绿色、经济的现代化综合交通运输体系。

展望高质量发展

结合交通强国建设纲要、国家综合立体交通网规划纲要、成渝地区双城经济圈规划纲要等文件,《规划》阐明了“十四五”时期四川综合交通运输发展目标、主要任务,明确重大项目、重大政策和重大改革举措,是指导全省综合交通运输高质量发展的纲领性文件。总的来说,该《规划》重点目标是实现“万亿”“三网”“两圈”。

“万亿”即综合交通建设完成投资1.2万亿元以上,其中公路水路7000亿元、铁路3000亿元、民航250亿元、轨道交通2200亿元。

“三网”即发达的快速网(高速铁路、高速公路、民用机场)覆盖94%的县级行政区;完善的干线网(普速铁路、轨道交通、普通国省道、内河航道)实现65%的

乡镇通三级及以上公路;广泛的基础网(农村公路、通用机场)实现65%的30户以上自然村通硬化路。

“两圈”则是指基本形成“123出行圈”(都市圈1小时通勤、成渝地区主要城市2小时互通、毗邻省会3小时到达);“123快货物流圈”(国内1天送达、周边国家2天送达、全球主要城市3天送达),实现“人便其行、货畅其流”。

《规划》展望到2035年,基本建成交通强省和现代化综合交通运输体系。全面建成“四向八廊”战略性综合交通走廊和成渝地区双城经济圈国际性综合交通枢纽集群,建成发达的快速网、完善的干线网和广泛的基础网,形成便捷顺畅、高效经济的客货交通圈,基本实现交通治理体系和治理能力现代化。



巴广渝高速公路龙门枢纽互通。吴德权 摄

实现突破性成就

推动综合交通运输高质量发展,完善交通基础设施建设依然是关键。根据《规划》内容,“十四五”时期,四川省要推进设施网络建设迈上新台阶,全省综合交通线网总里程要达到45万公里,进出川大通道达到53条,东向沿江长江综合交通走廊更加完善,西向川藏川青通道建设实现历史性突破,南向通道集群加速形成,北向通道能效显著提升。具体将在铁路、公路、水运、航空、邮政等方面加大建设力度。

加快高速铁路建设。“十四五”期,四川将打通多向出川高速铁路大通道,实施成达万、成宜、渝昆、渝西等设计时速350公里的高速铁路项目;打造轨道上的双城经济圈,实施成都都市圈环线铁路、绵阳至遂宁至内江铁路等项目。将续建成都至自贡至宜宾高速铁路等3个项目、860公里。新开工建设成渝中线高铁、渝西高铁重庆至安康段。到2025年,高速铁路覆盖

13个市(州)。

加快高速公路建设。建设高速公路项目6300公里。其中,续建3800公里,新开工2500公里,加密川黔、川滇、川陕、川渝省际通道,力争高速公路进出川大通道达到37条。推动高速公路向民族地区延伸,基本实现省内五大区域、区域内部城市之间有城际高速公路直连直通。到2025年,高速公路覆盖152个县(市、区)。

在国省干线建设方面,将新建普通国省道9000公里。加快打通“瓶颈路”“断头路”,有效消除与城市道路衔接“肠梗阻”。到2025年,普通国道二级(三州三级)及以上比重达95%,普通省道三级及以上比重达到65%。

如何进一步挖掘水运潜能?《规划》明确,将加快构建“一横五纵多线”航道网,并加快完善“两核四翼多点”港口体系,推进泸州港、宜宾港、乐山港一体化发展,推动

广元港、南充港、广安港融入重庆港。到2025年,内河高等级航道里程突破2000公里。

如何让“航空扩能级”?未来五年,四川省将提升成都国际航空枢纽能级,建成投运成都天府国际机场,提升双流国际机场保障能力,实施“两场一体”运营模式。将续建阆中机场、达州机场(迁建),改扩建九寨、绵阳机场,新开工建设乐山机场,改扩建南充、广元、西昌等机场。到2025年,民用运输机场建成及在建数量达到22个。

在邮政快递网络建设方面,构建“一核九辅多点”邮政发展总体格局,打造成都“中西部地区邮政快递枢纽中心”“面向亚欧的国际邮件快件集散中心”。强化邮政快递末端基础设施建设,深入推进“邮政下乡”,实施“快递七进”“快递两进一出”工程。

决战“双11”,各家如何显神通?

□ 李波

走过十余年历程的“双11”,大众参与热情丝毫不减,每年销售额屡创新高,已经成为全电商行业的盛会。今年的“双11”好戏才刚刚开始,各大平台、快递物流企业都拿出看家本领一决雌雄,谁将成为这届“双11”的最大赢家?

韵达拓土

从2019年开始的快递行业“价格战”划上了“休止符”,谁要想在未来赢得市场,除了“拼服务”之外,还必须蹚出一条新路子,开疆拓土不失为一条新途径。

韵达,可以说是这方面的先行者,“双11”来临之际,韵达试水多项新业

务:承接上门取件退换货业务、发力切入送装服务、加码快递出海通道……

拿下拼多多退换货业务。据报道,韵达近期已经开始承接拼多多的退换货业务,为此还要求业务员全部下载拼多多快递员版APP,以方便业务开展。

切入家电送装业务。在“双11”订单爆发之际,韵达开始尝试家电送装新业务,主要是将日日顺物流仓库来自淘宝等电商平台的订单送货上门,配送员需要将大家电搬上楼,并进行安装。

出海加速。近日,韵达出海加速,韵达国际携手加拿大韵达推出新服务——加拿大集运专线服务,旨在为加拿大华人与留学生提供在中国网购转运服务,

让海外消费者告别无法集中转运、运费昂贵等问题,满足各种客户的跨境购物需求。

安迅开仓

每年“双11”,对物流快递来说,既是挑战也是机会。物流业已进入后价格时代,企业之间开始从价格竞争转向服务质量竞争,今年的“双11”,效率和服务质量,将是一个重要考量标准。

安迅物流在“双11”的竞争中采取的策略就是以智能仓储服务为基础,建立覆盖全国的供应链社会化开放平台,形象地说,就是开仓迎客。

电商平台和互联网新业态的高速发展带来了全面、定制化的仓储需求,在“双11”这种特殊时段更会出现一库难求的情况,而社会仓源与商机的信息不对等造成社会仓源无法共享,有能力的仓和有需求的商机无法获得匹配。对此,安迅为商家提供集商机发布、产品输出、业务撮合于一体的安迅云物流线上撮合平台。将平台面向社会开放,吸引社会仓源入驻,将其多样化、经济实惠、合规的海量仓源进行平台共享和展示,将云仓“灵活”属性进一步放大,方便商家匹配资源。

抖音入局

从抖音提出“兴趣电商”的概念,到扶持品牌直播等一系列动作,今年抖音电商的热度已经超过快手等同类平台,甚至扬言对标天猫。抖音平台在不断完善自己电商板块的功能,想在“双11”大



促期间拿下不错的成交额,吸引更多用户来抖音平台消费,为自己的电商版图打开新的空间,抖音电商的生态体系越来越完善,在这个“双11”的大促期间准备迎接大考。

短视频的先行者抖音,作为电商新秀,“双11”又带来什么新玩法,自然成为人们共同的焦点,然而让人们最感兴趣的,恐怕还是抖音要入局物流。

物流是一个桥梁,串联供给与需求两端,物流给电商保驾护航,无论任何平台,都离不开快递物流环节,抖音也不例外,开启了物流补课之路。

近些年,抖音电商崛起,在全面挑战老巨头的过程中,物流迟早会有一战,正反两方面的经验也让抖音下定决心自办物流:拼多多的年活跃买家已经超过淘宝,然而历年像“双11”这种大的购物节,拼多多几乎都是“失声”状态,主要的原因还有物流跟不上,而京东自建物流的示范效应又十分向好。

快递竞争,拿手武器是价格战,抖音布局物流,虽然有资金雄厚的字节站台,却没有像极兔那样掀起腥风血雨的价格战,在别人的价格战之下,抖音以稳步发展著称。

事实上,抖音早在5月底就已经推出抖音电子面单,并推荐抖音商家使用,有消息称,8月1日起抖音全面加密,各网点的抖音店铺和客户抓紧对接,尽快切换成抖音的电子面单,这也在为布局物流铺路。

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的2021年10月份中国电商物流运行指数为111.5点,比上月上升0.3个点。从9个分项指数看,总业务量指数、农村业务量指数、库存周转指数、人员指数、履约率指数、满意率指数和成本指数有所上升。物流时效指数、实载率指数有所回落。

电商物流总需求继续回升。10月份,总业务量指数为127.3点,相比上月回升0.6个点。分地区来看,中部和东部地区电商物流总业务量分别上升0.9和1.9个点,东部和西部地区电商物流总业务量分别下降0.3和3.3个点,中部和西部地区电商物流总业务量高于全国平均水平。

农村电商物流需求有所回升。10月份,电商物流农村业务量指数为129.4点,比上月回升0.7个点。分地区来看,东部和西部地区分别下降0.2和0.6个点,中部和东部地区分别上升0.5和2.3个点。中部和西部地区农村电商物流总业务量高于全国平均水平。

10月份,虽然我国多地出现局部散发疫情,但在国庆假日电商促销活动刺激下,电商物流总指数继续回升。其中,电商物流总需求小幅上涨,实现连续两个月回升。分地区看,西部地区受疫情影响回落幅度较大,总需求回落3.3个点,其他地区总体保持稳定。农村电商物流需求继续回升,并创出年内新高,东部地区农村电商业务量上升2.3个点,实现止跌回升。据统计局公布数据,前三季度全国网上零售额91871亿元,同比增长18.5%。其中,实物商品网上零售额75042亿元,同比增长15.2%;占社会消费品零售总额的比重为23.6%。供给端,受疫情影响,电商物流供给效率有所回落,物流时效指数与实载率指数环比下降,但满意率指数创出年内新高。后期来看,“双11”电商购物节的到来将显著促进11月电商物流需求的增长,但目前疫情呈现多点散发的情况,防控形势依然严峻,对后期电商物流市场的影响需进一步关注。(中物联供稿)

10月电商物流指数为111.5点

