

11 月 CPI 同比上涨 4.5%

分析人士认为,CPI 涨势或延续至明年一季度

据新华社电 国家统计局 10 日发布的数据显示,11 月份全国居民消费价格(CPI)同比上涨 4.5%,环比上涨 0.4%,食品涨价是影响 CPI 变动主要因素;工业生产者出厂价格(PPI)同比下降 1.4%,降幅收窄。分析人士认为,受猪肉价格影响,CPI 上涨势头将延续到明年一季度;在需求偏弱以及输入性价格偏低的情况下,PPI 负增长态势可能延续至明年上半年。



■12 月 10 日,消费者在一家商店购买食品。
新华社发

食品价格是影响物价变动主因

从环比变动看,CPI 上涨 0.4%,涨幅较前一个月收窄。其中,食品价格环比上涨 1.8%,影响 CPI 上涨约 0.39 个百分点。据国家统计局城市司高级统计师沈赟分析,苹果、柑橘和梨等水果大量上市,鲜果价格下降 3%;水产品供应充裕,价格下降 0.5%;进入冬季,鲜菜生产及储运成本增加,价格上涨 1.4%;猪肉供应紧张状况有所缓解,价格上涨 3.8%,涨幅明显回落 16.3 个百分点;受消费旺季及替代需求影响,牛肉、羊肉、鸡肉和鸭肉价格有所上涨,涨幅在 1.3%—4.3%

之间。

从同比变动看,CPI 上涨 4.5%,涨幅比上月扩大 0.7 个百分点。以猪肉涨价为代表的食品价格上涨是影响 CPI 变动的主要因素。食品价格上涨 19.1%,影响 CPI 上涨约 3.72 个百分点,其中,猪肉价格上涨 110.2%,影响 CPI 上涨约 2.64 个百分点。

尽管 11 月份物价同比涨幅扩大,但国务院发展研究中心宏观经济研究部研究员张立群指出,由于前期猪肉价格涨幅较大,目前 CPI 同比涨幅的进一步上

行在预料之中。当前是单一因素推动的价格上涨,在供求关系继续保持供给充裕、供大于求的背景下,生活消费品的供给有保障,除去猪肉和其他部分肉价价格涨幅较大之外,11 月鲜菜食品价格都比较平稳,11 月份非食品价格同比上涨 1.0%,环比持平,同样较为平稳。

交通银行金融研究中心研究员刘学智有类似观点。他分析认为,除去食品和能源价格后的核心 CPI 略有上涨,这折射国内需求和市场流动性平稳,市场高通胀预期不强。

PPI 明年有望企稳回升 CPI 短期或维持高位

11 月份,PPI 同比下降 1.4%,环比下降 0.1%;工业生产者购进价格同比下降 2.2%,环比下降 0.1%。从同比看,据测算,在 11 月份 1.4%的同比降幅中,去年价格变动的翘尾影响约为-0.9 个百分点,新涨价影响约为-0.5 个百分点。

交通银行首席经济学家连平预计,在需求偏弱以及输入性价格偏低的情况下,PPI 负增长态势可能延续到 2020 年上半年。随着逆周期政策释放效力,基建补短板力度加大带动需求,再加上低基数的抬升作用,未来可能有助于推动 PPI 企稳回升。

目前,CPI 和 PPI 的“剪刀差”仍然较大。刘学智分析认为,受猪肉价格影响,CPI 上涨势头将延续到 2020 年一季度。随着稳定猪肉价格的各种措施逐渐见效,11 月以来猪肉批发价有所回落,能繁母猪存栏量已经出现止跌回稳,但由于生猪养殖周期在 6 个月左右,生产供应恢复正常至少要到 2020 年一季度以后,加上新涨价因素,CPI 处于高位的状况仍将延续,不排除部分月份突破 5%的可能。未来随着猪肉市场供需关系逐步回归平衡,2020 年二季度之后翘尾因素下降,CPI 回落的可能性较大。

刘学智建议,为了有效应对结构性物价上涨,需要尽快恢复猪生产,并扩大牛羊肉、禽肉、水产品等肉类食品生产供给。

高调推出的“绿色”快递为何遇冷?

据新华社电 近来,各大电商平台与快递企业纷纷高调宣传“绿色”快递,成为今年网购领域的一大亮点。不过,“新华视点”记者调查发现,商家使用“绿色”包装的是极少数,不少消费者反映,对“绿色”快递“没听过”“没见过”。由于快递企业设立的回收点不多、使用不便,快递垃圾减量、循环利用效果不理想。

“绿色”包装零星可见 一些快递点占比不到 1%

国家邮政局预计,2019 年快递业务量将超过 600 亿件,同比增长 22%。今年以来,不少电商、快递企业纷纷推出“绿色”包装和纸箱回收计划。

一些快递企业和环保机构推出可循环使用 20 多次到 50 多次的包装箱、袋。今年 5 月,菜鸟联合多家快递企业在各地快递末端网点设置了 3 万个回收箱。上海今年将推动 2500 个邮政快递网点设立包装废弃物回收装置,广州市邮政局称年底前将在全市 400 个快递站点设置回收点。

“双 11”前,多家快递公司宣布加码“绿色”回收举措。京东物流纸箱回收活动在此前覆盖北上广深等 12 个重点城市基础上扩展至全国,圆通在一些重点城市放置 7500 余个回收箱。

但记者在“双 11”后走访多地发现,在堆积如山的快递中,“绿色”包装零星可见,很多网购达人表示从没收到过使用“绿色”包装的快递。

京东快递北京一配送站负责人王先生说,虽然数量在慢慢增加,但当前站点使用循环包装“青流箱”的快递件占比不到 1%。网购达人张女士告诉记者,平均每天会收到一个快递,但仅有一次收到用环保箱包装的。“快递员说需要当面签收回收包装,只能约下班后的时间重新送。环保是好事,可确实不太方便。”张女士说。

根据中国商业联合会商贸物流分会等机构今年 10 月做的一份调研,京东目前回收的包装主要以品牌商入仓的商品外包装为主,终端回收的比较少,占比 30%左右。

企业成本增加 消费者“嫌麻烦”

记者调查发现,“绿色”包装和包装回收之所以遇冷,主要原因是企业成本增加,一些回收站点设置不合理,且消费者配合度不高。

顺丰快递负责人表示,建立循环包装的发放、回收、报废等体系,要投入更多的研发尤其是管理成本,同时需要快递员改变配送习惯。“可降解材料的采购

成本比常规物料贵 1 倍以上,目前国家尚无明确政策扶持,成本压力很大,难以大面积投放。”

京东相关负责人表示,相比普通纸箱,“青流箱”的单次使用成本约高出 40%,加上运营成本,大规模推广有难度。

此外,记者调查发现,可循环使用的包装由于派送相对麻烦,降低了配送效率,并不受快递员欢迎。京东快递王先生说:“‘青流箱’需要现场拆包装,完好回收,很多时候需要和客户约时间,快递小哥也觉得麻烦。”

对于回收快递包装,多数消费者表示“不知道最近的派送网点在哪里”“没听说过包装可以回收,一般就扔在楼下垃圾箱了”;有的表示“见过,但离家远,送过去太麻烦”。不少快递企业宣称将回收点设在了末端派件网点,虽然多在居民区周边,但一般近的也有一两公里。

此外,回收率低与消费者环保意识不够密切相关。记者在广州一所高校的快递集散网点看到,现场设有快递包装回收处,但并无一件纸箱。记者随机采访了几位大学生,他们均表示“现场拆不方便”,一般都是拿回宿舍,拆完就扔在楼下的垃圾箱了。

中华环保联合会国际合作部副部长

倪垚介绍,他们曾联合一些机构在一所大学做过调查,高峰期一小时取件人数 170 人,仅有 7 人现场拆解,并将包装箱放入回收箱。

国家邮政局相关负责人表示,到 2019 年底,循环中转袋使用率达到 70%,在 1 万个邮政快递营业网点设置包装废弃物回收装置。

业内人士表示,减少快递包装垃圾需要政府、企业、消费者共同努力。北京印刷学院青岛研究院副院长朱磊认为,快递业的绿色发展,可以减少地方政府垃圾处理的压力,政府应制定有效的扶持政策,帮助企业降低运行成本,提高企业“绿色”发展动力。

对于企业来说,应充分认识和承担社会责任,也需要从长远发展来看待企业成本。京东方面表示,“青流箱”如果充分循环使用,保证周转次数并且大规模推广之后,成本可以低于普通纸箱。

不少受访人士均表示,不管快递垃圾回收工作如何完善,最重要的还是源头减量。目前,快递还大量存在包装过度问题,比如多层包装纸箱和大量使用缓冲物。朱磊认为,这就要求相关部门对当前物流环境做详尽调查,在确保快件安全基础上制定相应的标准,从源头上减少包装使用量。