



羊城晚报记者 杭莹

国家邮政局监测数据显示，截至8月13日，今年我国快递业务量已突破1000亿件，比2023年达到千亿件提前了71天，凸显出我国快递市场的繁荣活跃和发展质效的不断提升，折射出我国经济发展的活力与韧性。这意味着全国人均收到快递71.43个，每一秒钟有5144件快递、每一天有4.4亿件快递在神州大地上流动。

快递企业工作人员忙着分拣、扫描出库等工作
新华社发

A 月均快递业务量超130亿件

记者从菜鸟速递获悉，今年全国第1000亿件快递已在乌鲁木齐一电商仓库完成揽收，预计明日上午由菜鸟速递自营的新疆昌吉站点送达当地乡村的收件人手中。

在菜鸟速递自营的新疆昌吉站，站点负责人赵小东已经为送达第1000亿件包裹做好了准备。据介绍，菜鸟速递新疆昌吉站点成立已两年多，为当地提供网购次日达、送货上门和退换货2小时上门揽收等服务。

而这一站点也是菜鸟速递单量增长最快的站点之一。从最初的一二十单，到一天揽收和配送的订单超过1000单，配送的商品也从以前简单的日用品，到破壁机、扫地机器人等更丰富的生活电器。

与此同时，今年以来我国内政快递业持续快速发展，月均快递业务量超130亿件，月均快递业务收入超1000亿元，均创历史新高。

国家邮政局相关负责人表示，随着我国经济回升向好，消费需求保持活力，在扩内需、稳增长系列政策利好下，快递业为服务线上经济发展、促进产品要素流动提供了有力支撑。此外，快递业还不断开辟进厂快递、逆向物流等发展新领域新赛道，加快培育发展新动能新优势，为行业高质量发展注入了崭新动力。

2024年是“快递下乡”工程启动十周年。十年间，邮政快递业通过“快递下乡”“快递进村”“一村一站”等工程不断推动农村邮政快递网络下沉，激发了乡村振兴的巨大潜能，农村地区收投快件量十年间增长超10倍。特别是在中西部地区，快递企业持续加大基础设施投入，逐步完善县级寄递公共配送中心、乡邮标准化服务网点、村级寄递物流综合服务站等县乡村三级基础设施，农村寄递服务更加快速准确，区域发展的均衡性和协调性得到了进一步提升。

截至目前，我国已累计建成1200多个县级公共寄递服务中心、超30万个村级寄递物流综合服务站，建成了较为完善的农村寄递物流体系。“小包裹”折射出我国产业链供应链的韧性，中国快递业务量连续十年稳居世界第一。2023年，中国人均快件使用量达93.7件，快递支撑网络零售额13万亿元。

B 揭阳快递业务量居全国第五位

今年以来，我国快递行业发展区域结构持续优化。上半年，中、西部地区积极投产分拨中心，增强仓配能力。上半年，东、中、西部地区快递业务量占全国的比重分别为73.0%、18.5%和8.5%，与上年同期相比，中部和西部分别提升1.3个和0.9个百分点。

此外，今年上半年，长江中游城市群和成渝城市群发挥鄂州花湖国际机场和成都天府国际机场等航空货运枢纽优势，快递业务量同比增速在35%以上，多个二、三线城市业务量也出现增长。

除了农村地区的业务量增长，今年以来，一些中小城市的快递业务量增速较快。在国家邮政局发布的上半年数据表中，广东省揭阳市快递业务量居全国第五位，仅次于金华（义乌）、广州、深圳和上海。今年上半年，揭阳市快递业务量、收入累计完成

20.93亿件和99.02亿元，全国排名分别为第5名和第11名。

从今年上半年快递业务量排行榜来看，快递十强城市中广东占了一半。义乌这个小城市可真是给了大家一个大惊喜：80.37亿件！紧随其后的是广州，以66.5亿件的业务量稳坐第二把交椅。深圳和上海紧随其后，分别以35.7亿件和22.47亿件的业务量占据第三名、第四名的位置。

再往下看，揭阳和东莞各自20亿件的业务量也是不容小觑，杭州、汕头、苏州、泉州这些城市也都有十几亿件的业务量。

国家邮政局最新数据显示，今年上半年，用户快递服务公众满意度得分为83分以上，比去年同期上升了2分。2分的背后，是87万名邮政工作人员、450万名快递从业人员日夜奔波在路上，确保每一份包裹都能准时送达。

七家邮政快递行业公司上榜《财富》中国500强

7月25日，《财富》杂志发布了2024年《财富》中国500强排行榜。在邮政快递行业，中国邮政、顺丰、极兔、圆通、韵达、申通、中通等七家公司上榜。

榜单显示，中国邮政营收1127.79亿美元，排名第27位；顺丰营收365.02亿美元，排名第109位；极兔以88.49亿美元的营收进入榜单前300名，位列第286位；圆通、韵达、申通、中通分别以81.48亿美元、63.54亿美元、57.81亿美元和54.27亿美元的营收排名第303位、344位、371位及388位。

数字人带货成为潮流 可以玩不能蒙是底线

□羊城晚报财经评论员 戚耀琪

近日，北京市市场监督管理局发布了《北京市直播带货合规指引》(以下简称《指引》)，并宣布即日起实施。事实上，近两年来，多地都出台了相似的指引规范文件。直播电商消费者依然不时被售后难、虚假宣传、“低价”诱惑、产品质量等问题困扰。尤其是人工智能的普及，让直播带货更是陷入了真假难辨的虚拟与魔幻之中。

如今，传统电商和兴趣电商都在发力AI，京东的“采销东哥AI数字人”开启直播首秀，淘宝、抖音、快手等平台也都宣布开发或上线AI辅助电商业务工具。虚拟试衣间、智能客服和助手、个性化推荐、AI主播，数字人越来越多。这次北京的《指引》第十三条提出了人工智能(AI)技术合成的虚拟形象及内容也要符合相应合规要求。由此看来，官方也是看到了问题与机遇同在的虚拟人带货的新现实。

看直播基本就是看脸，这是大多数网友的共同代码。问题是现实中哪里有这么多星光闪闪的真人，于是虚拟形象就成了竞争流量的重要武器。粗脚大汉躲在后面，通过数字人制造美女带货的声音、姿态和情调，最后让深陷其中的看客买单，这已经成为可以想象的现实。这样一来，所谓的人设变得轻而易举又千变万化，监管到位也变得更加不容易。

例如根据媒体此前报道，某红书等平台曾出现大量“俄罗斯美女带货”视频，多为AI换脸技术合成。在今年2月国外某网红发布辟谣视频后，时隔三个月后仍可在内容平台搜索到这类带货视频。尽管部分被标注了“内容疑似AI生成”，但评论区仍吸引了不少中老年人。

有律师建议：“应该对虚拟人物进行严格管理，备案虚拟人物的责任主体，未经备案的不得开展直播工作。”有的地方要求直播电商从业者使用数字人主播，应确保获得充分授权，签署相关合同，明确各方权利义务，并在直播间加显着标识。但要做到这个并不容易，因为首先得有这样的法律，然后平台才能执行，而不是愿意彻底执行，也是难题。

最近，直播电商做的所有事情，都是为了赚钱，而消费者花费时间精力，最后还是为了买到而不是被骗。一旦因为虚拟角色的存在，导致消费者认知掉入陷阱，那么能不能快速方便地投诉且能得到反馈，都是很重要的。作为平台设计，需要设置便于投诉的入口，在平台直接设置居中调解机制等，就像方便用户退货一样，设立保护消费者不受损失的机制。如此，电商平台才能在消费者、商家和监管机构中起到发挥作用，而不是成了灰色与违法的帮手。

王自如被限制高消费背后

曾因“不看格力工资条”引热议



王自如 视觉中国供图

Zealer创始人王自如，曾因“不看格力工资条”言论而引发热议，最近由于被法院限制高消费而成为网络关注的焦点。

企查查信息显示，近日，王自如被深圳南山区人民法院下达限制消费令，执行标的约3384万元。

在社交媒体上，有网友调侃：“现在确实不用再关心格力的工资条了，看看已经不重要了，工资一到账说不定就直接交银行了。”

A 王自如为何被限制高消费？

王自如为什么会限制高消费？案件流程信息显示，今年1月22日，深圳市南山区人民法院立案执行申请人上海曙晖创业投资中心(有限合伙)(以下简称上海曙晖创投)申请执行王自如与上海曙晖创投有关的纠纷一案。因王自如未按执行通知书指定的期间履行生效法律文书确定的给付义务，法院依照相关规定，对王自如采取限制高消费措施。

限制高消费，不仅影响了王自如的个人自由，还影响到了他的工作和社交生活。根据限制消费令，王自如被禁止实

施以下高消费及非生活和工作必需的消费行为：包括乘坐飞机、列车软卧、轮船二等以上舱位；在星级以上宾馆、酒店、夜总会、高尔夫球场等场所进行高消费，以及乘坐G字头动车组列车的所有座位、其他动车组列车的一等以上座位等非生活和工作必需的消费活动。如果因生活必需而进行上述禁止的消费活动，须向法院提出申请，获批准后方可进行。

王自如最早因其测评博主的身份而为公众所熟知。2010年，他开始做电子消费品的开箱、测评视频。2012年创办Zealer，随后，王自如和他的团队建立了一套详细的测评流程和标准，这套标准被行业和消费者给予了广泛的认可，被多个手机厂商引入为产品检测标准，并在多个发布会上被引用。然而，王自如的测评也曾

B 会不会影响其在格力的工作？

公开信息显示，王自如目前担任格力电器渠道改革项目的负责人。

然而，近年来他因在网络上的言论而多次引发争议。去年，在与格力电器董事长董明珠共同参加的一档节目中，王自如的一些发言令公众哗然。

他在节目中表示：“我没有看过格力给我的工资条”“能不能给我一间离你比较近的办公室，我要随时向您汇报”“我哪怕每天什么事都不干，我就看她怎么开会，我听她每天讲什么、做什么，我都觉得是一件很幸福的事”……

这些言论引发了广泛讨论，不少网友认为王自如表现出了一种令人不适的职场“油腻”作风，“质疑王自如、理解王自如、成为王自如”甚至成为某种职场梗。

面对社交媒体上的风波，格力电器当时迅速作出了回应。公司指控部分自媒体为博取流量，恶意剪辑相关视频，甚至使用低俗语言诋毁和侮辱公司高管。针对这些行为，格力电器已向公安机关报案，并收到相关处罚决定书。

需要指出的是，王自如被限制高消费的行为，还可能对

华为为何连续发行融资券

科技巨头资本市场布局再深化

羊城晚报记者 潘亮
实习生 关铜瑶

在全球科技领域，华为的一举一动总是牵动着市场的神经。8月12日，华为投资控股有限公司完成了2024年度第四期超短期融资券的发行，发行总额高达40亿元，利率为1.6%，期限为130天。

这一数字在资本市场上引起了不小的波澜。根据华为公告，这些资金将用于补充公司本部及下属子公司的营运资金，以支撑公司各项业务的发展和关键战略的落地。作为中国乃至全球的科技巨头，华为的这一系列发债动作，不仅展示了其在资本市场的强大吸引力，更透露出其在资金运作上的深远考量。

发债行动解码

华为在资本市场上的新动作再次引发了市场的广泛关注。8月12日，华为发行了40亿元人民币的超短期融资券。根据华为官方公告，该债券期限为130天，利率为1.6%，起息日定于2024年8月9日，兑付日则为2024年12月17日。此次债券发行的主承销商为浦发银行，而联席主承销商则包括中国农业银行和兴业银行。这一系列的发债行动，是华为在资本市场上的又一次重要布局。

值得注意的是，华为已于今年2月27日、3月21日和4月23日分别发行了三期超短期融资券，发行总额均为30亿元。随着第四期超短期融资券完成发行，华为年内发行的超短期融资券已达到4笔，共计130亿元。这一系列的融资行为，不仅展示了华为对资金流动性的高度重视，也透露出其在当前经济环境下的财务



华为产品展台 新华社发

策略和市场布局。

从华为的财务报告来看，公司在2023年的营业收入达到了7042亿元，同比增长9.64%，显示出华为在全球范围内的业务依然保持着稳健的增长态势。然而，面对国际市场的不确定性以及潜在的市场风险，华为选择通过发债来增强自身的资金储备以确保公司能够灵活应对各种挑战。

华为此次连续发债可能是出于对资金流动性的考虑，同时也可能是为了进一步优化公司的资本结构。在当前全球经济复苏和科技行业快速发展的大背景下，华为通过资本市场融资，不仅可

以支持其业务的持续扩张，还能够为可能的市场变化做好准备。

此外，华为的连续发债行动也得到了市场的认可。据联合资信有限公司给予的信用评级显示，华为的主体信用评级为AAA，评级展望为稳定，这为华为在资本市场的融资活动提供了有力的信用支持。

资金投向揭秘

作为全球领先的通信技术公司，研发投入一直是华为发展的核心动力。根据华为2024年度第四期超短期融资券募集说明书，公司拟发行的40亿元超短期融资券，将直接用于补充营运资金，以支持基础研究和开放创新，以应对业务挑战，持续为产业创造价值。