

前 7 月，农村地区业务量超 200 亿件，带动农产品进城和工业品下乡近万亿元

## 快递进村 畅通城乡双向循环

本报记者 李心萍

### 核心阅读

今年以来，“快递进村”工程继续推进，带动效果持续显现。不断延伸的快递网络，进一步满足了农村居民生产生活需求，农村地区的消费潜力被激活，成为快递行业发展新的增长极。同时，“快递进村”也有效衔接起农户与市场，促进了农产品供需两旺，对推动乡村振兴具有重要意义。

前 7 月，全国快递服务企业业务量累计完成 583.3 亿件，其中农村地区超 200 亿件，这是中国快递业最近交出的成绩单。

更可喜的是，这是一个全新的纪录——快递业务量突破 500 亿件用时仅为 185 天。而实现这个数据在 2020 年是 200 多天，在 2018 年是 360 天。

“上半年农村快递业务量增速比城市高 10 个百分点以上，农村地区已成为行业发展新的增长极。”国家邮政局发展研究中心业务研究三部副主任王岳含说。

### 农村消费潜力不断释放

“快递来咯！”听到熟悉的声音从门口传来，安徽宿松的王大爷赶忙放下手中的簸箕，迫不及待地打开包裹。原来是在外打工的儿子为自己网购了菜种子和电动除草机，“这下不用大老远去镇上买了。”王大爷乐呵呵地说。

“快递进村一公里，老人就能少走一公里。”宿松县中通快递网点负责人张飞回忆，10 年前，当地的快递站点只到乡镇一级，老年人得换乘不同交通工具到镇上取寄，“现在村村通了水泥路，我们一天能跑好几个村。”

今年以来，“快递进村”工程持续推进。截至目前，主要快递品牌在 98% 的乡镇实现了网点覆盖。

“快递寄递网络从‘下乡’向‘进村’迈进，有效提升了农村地区快递服务水平，带动消费下沉，让农村地区消费者更好地享受网购服务。”王岳含说。

下沉的快递网络，在激活农村地区消费潜力的同时，也为快递业赢得了新的发展机遇。王岳含分析，今年以来，快递市场规模不断扩大，一方面得益于中国消费市场加快线上线下融合发展。作为线上消费最主要的交付渠道，电商蓬勃发展成为快递业务增长的主要来源。另一方面，三、四线城市及农村等市场的潜力得到激发，也使快递业获得规模扩大的机会。

国家邮政局数据显示，1—7 月，农村地区包裹和快递的收投量超过 200 亿件，带动农产品进城和工业品下乡近万亿元。

“小伙子再等一下啊！”收完包裹，王大爷转身拿来一大袋咸鱼腊肉，“今天寄这些吧，还是上回那个地址。”

城乡间这样独特的沟通方式让张飞很有感触。子女在外，这一个个沉甸甸的包裹装的是家乡老人们浓浓的爱。进村后的快递，就像一座桥梁，既拉近乡村与外界的距离，也传递了村内外亲人们的思念。

### 农产品寄递更加便捷

“铜川大樱桃个大、色鲜、口感好！”在陕西铜川的樱桃种植园里，农户正通过直播平台推荐大樱桃。不远处，邮政、顺丰的快递员已在等待，随时准备发货。

“我们通过鼓励邮政快递企业下乡进村，提供上门服务，开展产销对接，使铜川大樱桃实现树上现摘、产地直发。”铜川市邮政管理局有关负责人说。

不少果农表示，如今快递的速度越来越快，坏果率越来越低，“我们现在都特别愿意通过邮寄的方式销售大樱桃。”

据悉，在今天的铜川大樱桃销售季，铜川邮政分公司投入 100 多人、30 多辆车，设立收寄点 30 余处；顺丰组织 240 余人、9 辆专车，设立收寄点 170 多个。截至目前，铜川市邮政快递渠道销售当地特色农产品达 3100 万元，带动就业 185 人，有力帮助果农实现增收。

国家邮政局副局长陈凯说，“快递进村”的关键，是既要让消费品进得去，更要让农产品出得来。

作为生鲜产品，农产品对时效、运输条件等要求较高。经过多年探索，目前，快递企业普遍通过加大驻点揽收力度，提高高峰期产地直发比例，合理统筹冷链车辆、无人机、货机、高铁等运力资源，创新“直播—打包—发货”一体化操作等，打造自身的生鲜服务方案，确保农产品卖得出、供得上、运得好。

“今年以来，快递业充分发挥渠道优势、网络优势、产业优势，精准嵌入现代农业产业链，有效衔接农户与市场，促进农产品供需两旺。”王岳含说。国家邮政局数据显示，前 7 月，全国共形成业务量超百万件的快递服务现代农业“一地一品”项目 249 个，已接近去年全年水平，其中业务量超千万件的金牌项目有 45 个。

王岳含预计，接下来，随着四川和云南的松茸、青海的樱桃等农产品陆续上市，农产品寄递规模有望保持增长态势。

#### 农村寄递物流体系建设加快

当前，“快递进村”效果已显现，不过农村寄递物流体系仍存在末端服务能力不足、基础设施薄弱等问题。

“我国已形成多种推进‘快递进村’的方式，接下来，国家邮政局将坚持因地制宜，实行分类推进。”国家邮政局市场监管司司长金京华说，在东中部较发达地区，将着重调动企业积极性，推广抱团进村、直接设点等模式；在西部、东中部欠发达地区，则注重发挥邮政、交通运输企业的网络优势，着重解决“最后一公里”“通不通”的问题。

快递搭上了公交车！福建厦门同安区莲花镇军营村位于厦门第二高峰状元尖，从状元尖山脚出发进村，要拐 100 多道弯。长期以来，由于山高路远，经营成本高，收入少，村里一直没有快递网点。

2020 年 7 月，厦门首条山区“公交快递”606 路，为快递包裹开辟了“专座”，解决了“快递进村”难题。“最开始，公交车每天只运三四件快递，现在每天有 20 多件。”606 路公交车驾驶员刘怡良说，现如今，中通、韵达、极兔等快递企业都来了，“公交快递”越来越热闹。

金京华介绍，国家邮政局鼓励快递企业通过合作，利用农村客运班车代运邮件、快件，实现“快递进村”。在有条件的县域客运站、货运站，还鼓励快递企业合作建设县级寄递物流公共配送中心，提高运营的衔接效率和服务水平。“此外，农村地区还有供销、商贸流通等网络资源，我们也鼓励快递企业开展共建共享，实现互利共赢。”金京华说。

邮快合作也是国家邮政局着力推广的方式之一。所谓邮快合作，即利用邮政完整的县、乡、村三级网络，做好农村下乡进村快件的承接。据介绍，国家邮政局已经在黑龙江、四川、西藏、甘肃和青海开展了试点，下一步，将在全国范围内逐步推广。

国务院办公厅近期发布《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》，提出健全县、乡、村寄递服务体系，补齐农村寄递物流基础设施短板，推动农村地区流通体系建设。陈凯表示，农村寄递物流是消费品下乡的重要渠道之一，对满足农民生产生活需要、释放农村消费潜力、促进乡村振兴具有重要意义。国家邮政局将持续推进“快递进村”工程，力争到 2022 年底符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。