

经济聚焦·关注快递下乡④

完善农村寄递网络助力乡村振兴

——专访国家邮政局局长马军胜

本报记者 李心萍

7月30日召开的中共中央政治局会议提出：“加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系。”此后，国务院办公厅印发《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》。农村地区快递物流配送体系应如何建设？记者专访了国家邮政局局长马军胜。

农村寄递服务网络不断健全

记者：请您介绍我国农村寄递物流体系的发展现状？

马军胜：党的十八大以来，邮政快递业坚决落实党中央国务院关于脱贫攻坚和乡村振兴的决策部署，推动邮政、快递网络“双下沉”，不断加强农村寄递物流体系建设，取得了长足的进步。

一是服务网络不断健全。乡镇邮政局所补白，快递下乡、建制村直接通邮三大工程如期完成，并启动了“快递进村”工程。目前，农村乡镇邮政局所已经实现全覆盖，建制村已经实现100%直接通邮，邮政普遍服务均等化基本实现；98%的乡镇有了快递网点。目前，一半以上的建制村实现了快递服务到村。

二是渠道作用更好发挥。农村寄递物流与现代农业、农村电商协同发展成效不断显现，在农产品出村进城、消费品下乡进村中分量越来越重。去年，全国农村地区收投快件量超过300亿件，带动工业品下乡和农产品进城销售超过1.5万亿元，累计打造了保定山药、菏泽牡丹、开封大蒜、襄阳鸭蛋和延安苹果等年业务量超千万件的快递服务现代农业金牌项目60个、超百万件项目260个，帮助农民增收致富。今年上半年，各地已形成业务量超千万件快递服务现代农业金牌项目45个，超百万件项目249个，接近去年全年水平。

三是惠民效果持续增强。邮政快递与农村群众的距离越来越近。在建制村全部直接通邮后，农村群众实现足不出村就能享受邮政服务。在“快递进村”工程实施后，快递直达农村和农产品从田间地头直发城市的比例在快速提升。随着快递末端网点备案制度实施，大量快递小哥返乡开办快递末端网点，还带动了一大批农村群众离土不离乡就业创业。

为农产品经营、销售注入新动能

记者：农村寄递物流体系形成后对经济社会发展将产生怎样的积极影响？

马军胜：农村寄递物流是农产品出村进城、消费品下乡进村的重要渠道之一，对满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、促进乡

村振兴具有重要意义。

一是惠及广大农村群众。随着农村寄递物流体系的建设，特别是补齐寄递物流基础设施短板，快递服务网络将进一步健全、完善。广大农民可以享受到更加便利的寄递服务，城乡服务水平差距将进一步缩小，实现更加协调均衡的发展。

二是降低农村物流成本。农村寄递物流体系建设的进程中，将不断推动农村各类资源的整合，特别是邮政、交通、供销、商务等资源有机结合，避免重复建设、资源浪费等情况，能够有效降低农村物流运行成本，破解农村地区消费设施不足和销售渠道不畅的问题，提升农村物流效能。

三是推动农村经济发展。邮政、快递企业网络覆盖广、末端服务深的优势，将为农产品生产经营和销售注入新动能，特别是对农村电子商务的发展产生至关重要的作用。健全的农村寄递物流体系将连通城乡，使全国各地的生产、生活资料更加顺畅地运到农村，使具有地方特色的农产品更加高效地到达城市，为农业发展、农民增收提供更加有力的支持和保障。

继续做好“快递进村”工作

记者：下一步，国家邮政局将如何推进农村寄递物流体系的建设？

马军胜：农村寄递物流体系建设是一项系统性工程，需要综合施策。

一是抓好“一个关键”。这个关键就是分类推进“快递进村”工程。在东中部农村地区，将注重发挥有效市场作用，引导和调动市场主体的积极性，加强商业合作，建设村级快递服

务网点和寄递物流综合服务站，在提升快递进村水平方面多下功夫。在西部农村地区，需要发挥有为政府作用，有效依托邮政企业农村地区网络优势，整合共享交通、供销、商务等各类公共资源，大力发展邮快合作、快交合作、快商合作，努力解决快递服务双向通达难题。

二是释放“两个活力”。实现农村寄递物流体系建设的可持续发展，必须充分依靠市场主体，进一步激发释放市场主体活力和社会参与活力。为此，我们将继续深化农村寄递物流“放管服”改革。激发市场主体活力方面，将简化农村快递末端网点备案手续，取消过多过严的限制，鼓励发展农村快递末端服务。激发社会参与活力方面，我们将推动地方落实属地责任，出台网络建设、运营保障等配套政策，鼓励支持寄递企业、电商企业和社会资本参与农村寄递物流体系建设。

三是调动“多种资源”。农村寄递物流要发展，既需要寄递物流企业加强投入，也需要利用好交通、供销、商贸流通等资源和村内公共设施。既需要农村寄递物流体系自身的发展，也需要有效服务好、协调好上下游市场。为此，国家邮政局将会同相关单位建立工作协调机制，研究出台配套政策措施，形成政策合力。同时，指导各地健全末端共同配送体系，统筹农村地区寄递物流资源，鼓励各类物流平台采取多种方式合作共用末端配送网络，在设施建设、运营维护、安全责任等方面实现有效衔接，推动实现各类市场主体互利共赢。

图①：邮车行进在通往四川汉源县古路村的山路上。

新华社记者 江宏景摄

图②：快递车开往新疆青河县萨尔布拉克村。

新华社记者 江文耀摄



截至目前

农村乡镇邮政局所实现全覆盖

建制村实现100%直接通邮

98%的乡镇有了快递网点

今年上半年

形成快递服务现代农业项目

业务量超千万件45个

业务量超百万件249个

售制成的面条等面点加工品。承包隔壁的门市作为快递网点，李亮心里有盘算：“快递点的往来人员多，也能刺激面点的销量。”

果不其然，每到下班的时候，人们三五成群来取件。“大家顺手在我的铺面里买些面点带回去，店面生意好了不少。”李亮说。

为了帮助网点经营人员盈利，付相府也当上了业余的商业咨询，他跟很多人说起过李亮把网点打造成线下“流量入口”的例子。“在县城，快递点往来人员多，顺带做些小买卖会比较容易。”付相府说，“取快递的人顺手买瓶水、买点零食，都是很常见的消费行为，如果取快递的人多、消费频次高，这也是一笔不小的收入。”

货物抵达县城，通过门店和快递员触达消费者，这是物流运输的“最后一环”，也是很多网点经营者直接和消费者打交道的环节。看似最直接简单的服务，其实也有生意可做。

在县里，很多人都有快递员的联系方式。有时候，快递员会帮消费者安装电商的手机应用，教他们如何使用。越来越多的消费者学会了在网上购物，网点的单量自然也就更大了。

“物流，联系起无数消费者和经营者。我们是市场的一分子，我们也在不断改变着市场，让消费者更快、更便宜地获取商品，让经营者更好地销售、获益，在这个过程中，我们不但收获了利润，也收获了个人的成长。”付相府说。

四点睛

激活内生动力尤为重要

赵小敏

当前，全国乡镇快递网点覆盖率达到98%，在促进“网货寄进来、山货卖出去”方面发挥了重要作用。不过，快递直投到村的比例仍然不高，制约了农村消费潜力的进一步释放。

农村基层网点，特别是西部偏远地区的网点，面临着服务集约程度低、基础设施差、配送成本高等难题。部分地区快递网点投入后，存活难度大是客观事实。要推动快递业在农村“落地生根”，激活行业主体的内生动力尤为重要。

对基层网点而言，要努力“向上走”，争取做到“一点多能、一网多用”。各基层网点可利用自身的流量优势，匹配新业态，实现多元化经营。例如，可将网点与水果店、便利店、干洗店等居民必需的门店类型结合，以“前店后仓”的

海南澄迈打好“长寿”“富硒”“绿色”三张牌

品牌农业加速发展

本报记者 温素成

在海南省澄迈县的洪安无籽蜜柚种植基地，1500亩蜜柚青果尚未被摘下，首届海南国际消费品牌博览会现场就已签下300万元意向订单。一颗柚子，从种苗、生产到销售，要走过36个生产环节，经过168道种植标准检验，最高可以卖到298元。

立足资源优势讲好“品牌故事”，澄迈品牌农业加速发展。

把资源优势变成品牌价值

“10年前，我拉一车地瓜到海口卖，一斤只卖4毛钱，现在市场上一斤要卖到10多元。”澄迈桥头地瓜协会秘书长杨英春说。

桥头地瓜是澄迈重点培育和扶持的品牌农产品之一，2018年成功注册国家地理标志商标后，品牌价值不断释放，2020年产值4.18亿元；在政府扶持下，2020年，洪安无籽蜜柚种植基地创下2000万元产值，今年预计可达3000万元。

除了桥头地瓜，还有澄迈福橙、福山咖啡等多个商标被列为海南省第一批重点保护商标。

澄迈有着天然资源优势，富硒土壤占全县总面积的56%，是海南富硒土壤分布较集中、面积较大的市县之一，“富硒福地、长寿澄迈”成为它对外宣传的独特名片。

有优势，还要会用、善用。握着“长寿”“富硒”“绿色”三张牌，澄迈立足资源优势，讲好“品牌故事”，坚持以发展工业的理念发展农业，大力实施农业“四化四县”建设，加快推进农业供给侧结构性改革，先后荣获国家现代农业示范区、首批国家农产品质量安全县、国家级出口食品农产品质量安全示范区等60多项殊荣。

政策扶持品牌数量大增

在农业品牌化推进过程中，澄迈持续发力，出台一系列政策举措，实施“商标富农”工程：推进标准化、产业化建设；调减低效农作物面积，扩种优质农作物；设立8家农业科研机构，聘请科研院所农业专家，培育脱毒种苗、选育优良品种、推广标准化种植技术，制定推广生产技术标准；搭建智慧农业平台，推进农产品质量安全管理体系建设；发挥现代农业产业园集群效应，助力农业品牌提质升级；运用“互联网+”及域内成熟的物流体系，加强市场推介营销、深化品牌效应。

经过多年培育，澄迈“富硒农业”的绿色标签越擦越亮，品牌农产品数量不断增加。据统计，全县累计有效注册农产品品牌1450件，2020年新增长农产品商标118件。截至目前，经过认证的“三品一标”农产品有56个，其中无公害农产品34个、绿色食品8个、有机农产品7个、地理标志农产品9个。

品牌农业推动乡村振兴

打造一个品牌、发展一方产业、富裕一方百姓。沙土村是澄迈桥头地瓜的原产地，13个自然村，总人口4100多人。“10多年前，村里很穷，沙土上种啥都不长，水稻产量低，人只能靠地瓜充饥。”杨英春介绍，“富硒地瓜”让沙土村人走上了致富路，过上了好日子。如今的沙土村，家家户户种地瓜，2020年全村人均收入1.8万元。

在沙土村的带动下，整个桥头镇注册成立48家专业合作社，地瓜种植面积达到3万亩，种植户1980户，今年预计产值3.72亿元。

品牌化是农业现代化的重要标志，是实施乡村振兴战略的重要驱动力。“近年来，围绕现代农业发展，澄迈抓质量、聚特色、创品牌、提效益，用品牌撬动产业升级、用特色打造品牌，品牌农业已经成为农业增效、农民增收的一张王牌，为澄迈实施乡村振兴战略提供了重要支撑。”澄迈县委书记吉兆民说。

品牌响，农业强。据统计显示，2020年澄迈农业增加值达93.08亿元，比上年增长4.7%，其中热带特色高效农业增加值占农业增加值比重超70%。品牌农产品种植面积16.2万亩，产值突破10亿元，同比增长30.5%。

海南控股资产突破千亿元

本报海口10月14日电（记者赵鹏、朱荣鹏）记者日前从海南省发展控股有限公司获悉：截至今年9月底，该公司总资产已达1040亿元，成为海南国资系统首家资产突破千亿元的省属国有企业。

目前，海南控股公司控股、参股企业达169家，已成为海南省两家省级国有资本投资运营试点企业之一，企业从单纯的投融资平台向综合性大型集团公司转型过渡。

本版责编：沈寅 白之羽 吕中正
版式设计：汪哲平

多元经营，偏远快递网点收入增多

本报记者 徐取尧

清晨7时许，在海拔3800多米的西藏日喀则市，天刚蒙蒙亮，一辆蓝色卡车停在中通快递日喀则公司的分拣仓库门口。来自各地的5000余件包裹被快递工作人员从车上卸下，放在传送履带上，经过分拣，它们将会被分配到日喀则各地。

中通快递日喀则公司工作人员付相府是一个“95后”，从事快递行业5年多，从普通快递员到现在的管理者，他是当地快递物流行业发展的参与者和见证者。“这里地广人稀，对物流行业的发展限制较大。”付相府说，“不过，我们采取了各种措施改善经营，这几年快递单量持续增长，越来越红火啦！”

市场扩张带来更多机会

2016年，重庆小伙付相府来到日喀则。他所在的公司，是中通快递物资下行日喀则的第一站。来自全国的包裹在此分拣，而县城的快递点经营者则要来此取货。

付相府回忆说，那时候，每天早晨六七点，自己和同事就来到仓库分拣包裹。当时包裹数量不多，一天不过三五百单。然而，手工分拣几乎让人消耗了全部力气。到了冬天，手被冻裂、冻伤，几乎是家常便饭。

“2016年前，我们正处于前期投资建设网点阶段，当时公司亏损不小。”中通快递日喀则公司负责人左晓锋说，“但是，我们从日渐增长的快递单量中看到了机会，现在我们已扭亏为盈。”

近年来，随着日喀则市群众的消费能力不断增强，电商持续向下沉市场渗透，左晓锋、付相府感受到了变化——当地物流快递的市场规模明显扩大，越来越多县城和农村的消费者开始使用电商。

基础设施的改善也在推动快递提速。在付相府的记忆里，4年前，包裹从日喀则到东部省会城市，可能要花两到三周时间。现在有了航空直达的线路，多数地方的包裹可在三五天送达；陆运也比以往快捷许多，“从江浙沪到日喀则，也就是一周时间。”

在规模增长的激励下，公司的效率不断提

升。虽然货量增长了，但如今付相府每天早晨只需要一个小时即可将全部货物分拣完毕。“公司的人多了，分工明确了，也换了新的分拣设备，效率大大提升了。”他说。

然而，一些困难依然存在。对于中通来说，送到日喀则的包裹要通过市区的快递员和10多个县城加盟商，送达生活在18万平方公里上的80余万群众，其中最远的一个县，距离日喀则市区足有600多公里。

要把包裹送到如此广阔而分散的客户手中，物流网络如何降成本、增利润？快递从业者一直在探索。

配送商品多样化提升单程效率

日头渐西，天色近暮，雪山被染成金色。

岗巴县快递经营者李亮开着小货车，却无意欣赏这高原上的壮丽景观。“晚上9点前必须到岗巴县城，前面还有好几座山要过嘞。”

这个汉子已经奔波了一整天。一大早，他就从店面出发，驱车3个多小时，前往日喀则市区取货。沿途大多数是山路，车子不敢开快。到了市区，他直奔中通物流的仓库。与此同时，付相府和同事们已经完成了分拣工作，如小山般堆积的货物分门别类，即将交给像李亮这样的县级网点经营者。

李亮的快递网点对接的不止中通一家，申通、韵达等公司的仓库，他也要跑一个遍。“平均算下来，全县一天的包裹有200单左右。”李亮说。

然而，这依然不能填满李亮的运输车。作为县城里除邮政之外唯一的快递经营者，李亮跑的路线不仅是从日喀则延伸至岗巴县的物流通道，也是县城小商铺与外界进行物资交换的重要渠道。

“高洁，给你带的菜！”晚上9点，终于到了岗巴县城，李亮把车停在农贸市场的一家店铺门口。这时，店老板走出来，把新鲜的果蔬从车上搬到自己的店铺里，然后掏出手机，把运费转给李亮。

这是县城里商户“委托”的业务，“我们往返日喀则一趟，不少利润是靠‘带货’赚到的。”