

到2025年，实现乡乡有网点、村村有服务——

农村收发快递将更加便利

本报记者 廖睿灵

广西玉林的百香果、陕西宝鸡的猕猴桃、湖北宜昌的脐橙……近年来，得益于互联网电商和物流体系发展，地方特色农产品通过快递寄达全国各地，有力促进农业发展和农民增收。数据显示，2020年，全国农产品网络零售额达5750亿元，同比增长37.9%。

不过，受村落分散、快递业务量小等因素制约，快递下乡进城仍存在不少难点、堵点。国务院办公厅日前印发《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》（下称《意见》），提出到2025年，基本形成开放惠民、集约共享、安全高效、双向畅通的农村寄递物流体系，实现乡乡有网点、村村有服务。未来，在更完善的物流体系支持下，农村收发快递有望更便利，农村经济的活水将更好地流动起来。



近年来，贵州省黔西市红林彝族苗族乡积极支持村民成立非遗手工合作社，创建“刺绣作坊”，同时积极发展电商，承接旅游商品订单，增加群众收入。

图为该乡村民在直播网上销售苗族刺绣成品。

周超摄
(人民视觉)

农村物流仍待提速

在山西省临汾市汾西县和平镇，一家挂牌“菜鸟乡村”、占地约30平方米的快递网点里，几名快递员正忙着把快递包裹摆放到货架上。“村里老年人居多，这些大多是他们从电商平台拼单的小玩意儿。”一名快递员边扫描包裹上的条码边介绍道。

28岁的小吕即将在和平镇开始为期两年的工作。前几天，他从某电商平台下单一张书桌，发货地是江苏省江阴市。没过几天，就接到了这家“菜鸟乡村”通知取件的电话。“本以村子里收快递不方便，没想到只用了3天。”小吕很开心。

菜鸟乡村是菜鸟驿站的乡村版本，以县域共同配送、整合不同品牌快递公司资源的方式，搭建起县乡村三级共配的物流网络。近年来，中国大力推进快递进村工程，菜鸟乡村等配送模式落地见效，农村寄递物流体系逐步完善。

国家邮政局发布的数据显示，今年上半年，全国农村地区快递的收投量超过200亿件，较去年同期增长30%以上。乡镇的快递网点覆盖率达98%，直接投递到村的服务比重超过一半，重点地区快递服务的全程时限缩短至58小时。农村市场正成为寄递物流新的“增长极”。

但是，相比在城镇的快捷便捷，快递在乡村仍然有些“慢”。

以小吕所在的和平镇为例，这家“菜鸟乡村”缓解了当地村民收发快递的问题，但

为打通快递进村“最后一公里”，浙江省金华市武义县融合客运、邮政、快递等资源，构建“一点多能、一网多用、功能集约、便利高效”的农村运输服务新模式。目前，共有18条客货邮合作路线和35条邮政普遍服务路线，覆盖全县258个行政村，为村民收发快递提供便利。

图为8月27日，客运工作人员正将快递交给武义县新宅镇少妃行政村网点负责人。

朱翠摄(人民视觉)

由于人口集中度不高，附近村的村民要收发快递，还得来和平镇的网点。因此，各村一直流传着谁有事去镇上就顺便帮全村取快递的习惯。城里一两天能收到的快递，在村里可能要三四天。

较高的配送成本也是个问题。一名快递加盟商表示，自己从快递公司获取的每个快件派单费是固定的，如果快件从乡镇下沉至村一级，每一件就要亏3毛钱。快递企业普遍“不愿下”“下不去”，即便网点进了村，“稳不住”“待不久”的问题也较突出。

“电商快递目前处于低价竞争、低利润发展阶段。中西部部分农村地区自然村落分散，使得快递需求分散，难以形成规模效应。”中国物流学会特约研究员杨达卿向本报记者分析，农村户与户之间距离远，拉长了配送半径，影响配送效率和综合成本。快递网点尚未实现农村地区全面覆盖。



“从目前农村各类资源的整合情况看，农村地区邮政、交通、供销等资源很多，但没有形成共享共建机制，制约了农村寄递物流体系的建设。”国家邮政局副局长陈凯说。

畅通快递下乡进城

农村寄递物流，一头牵着农产品进城、农民增收，一头牵着消费品下乡、农民满足更加美好生活的需要。

年初，距离青海省西宁市约200公里的海北藏族自治州刚察县，发布了可观的销售成绩——今年上半年，刚察县农畜产品在各类电商平台上的平均月销量达约3000单，平均月销售额达30万元左右。

刚察县地处偏远、交通闭塞，前几年，在这里收发快递被物流拒单不是啥稀罕事

儿。近年来，伴随刚察县交通条件和物流体系的改善，水泥路修到了牧民家门口，刚察特产也得以销往全国各地。

“现在，一些村集体、合作社和冷链物流企业，拿下不少‘大单’。”国家能源集团援青干部、刚察县挂职副县长张瑞告诉记者，当地生鲜羊肉以吨为单位，用冷链车直接送货上门；散客通过电商平台下单网购，基本实现国内一线城市“三日达”，部分华北和华东地区城市“次日达”，大大提高了村集体和合作社的收益。

在中国，许多地方拥有优质的特色农产品，急需更便利的上行机制帮助其卖出去、卖个好价钱。《意见》提出，鼓励支持农村寄递物流企业立足县域特色农产品和现代农业发展需要，主动对接家庭农场、农民合作社、农业产业化龙头企业，为农产品上行提供专业化供应链寄递服务，推动“互联网+”

农产品出村进城。

“接下来，将完善农产品上行的发展机制，建设300个快递服务现代农业示范项目，为农产品上行提供专业化寄递服务模式。”陈凯说。

农产品要“出得去”，消费品也要“下得来”。“想给女儿买双漂亮的运动鞋”“想买进口的车厘子尝尝鲜”……随着信息的传播以及寄递物流的拓展，农民“买全国”甚至“买全球”的需求正不断增长，这同样需要“快递进村”提速。对此，《意见》指出，分类推进“快递进村”工程。在东中部农村地区，引导企业通过驻村设点、企业合作等方式，提升“快递进村”服务水平。在西部农村地区，引导、鼓励企业利用邮政和交通基础设施网络优势，重点开展邮政与快递、交通、供销多方合作，发挥邮政服务在农村末端寄递中的基础性作用，扩大“快递进村”覆盖范围。

“农村地区的村委会、农村书屋等服务资源，都可以作为农村快递末端服务场所。”国家邮政局市场监管司司长金京华说，“我们将指导各地邮政管理部门与基层党组织、村民自治组织加强协作，促进资源整合利用，建设村级寄递物流综合服务站，让快递服务离农民家门口更近。”

创造更好的市场环境

村里有了快递点，受到村民欢迎。但不少村民反映，取件不便利、网点违规收费等现象在农村仍较普遍。有的快递点不主动通知取件，丢件、损件等情况频频发生；有的快递点取件时间有限制，周末不提供服务；有的农村网点根据快递体积大小，违规收取单件3至10元、价格不等的取件费，影响农村消费者的网购体验。

针对农村物流行业乱象，《意见》积极“亮剑”，要求加强寄递物流服务和运输安全管理，完善消费者投诉申诉机制，依法查处未按约定地址投递、违规收费等行为，促进公平竞争，保障群众合法权益。支持有条件的地区健全县级邮政快递监管工作机制和电商、快递协会组织，加强行业监管和自律。“对损害用户合法权益的行为，我们将依法实施更严格的监管措施。对企业违规收费行为零容忍，坚持发现一起、查处一起。”金京华说。

“管”得住，也要服务得好。《意见》提出，取消不合理、不必要限制，鼓励发展农村快递末端服务。“市场准入方面，在守住安全底线的前提下，未来将简化农村快递末端网点备案手续，推动实现网上备案和‘一次都不用跑’。”金京华表示。

针对农村物流设施网点不足、资源整合不够、配送成本高等短板，商务部流通发展司负责人李刚表示，将会同有关部门，深入实施县域商业建设行动。

“我们将把农村物流配送体系与完善农村商贸流通体系、促进农村消费更紧密地结合起来，推动工业品下乡和农产品进城，促进城乡生产与消费有效衔接。”具体而言，包括进一步推动农村物流配送资源共享衔接，实现“多站合一、一点多能、一网多用”。在推动县域电商和快递协同的基础上，搭载和整合日用消费品、农资、农产品等农村商贸物流资源，发展农村物流、客货邮快融合等，创新农村物流模式。

“建设农村寄递物流体系是立足国内经济发展的务实举措。下一步，将考虑衔接国际寄递网络建设的相关体系，通过国内、国际、农村、城市多重措施、多条路径、多项抓手，为畅通国内国际双循环提供重要支撑，为广大农民群众更好地实现网购需求、实现对美好生活的向往，作出积极贡献。”陈凯说。

主城区公共自行车让步互联网租赁单车，部分郊区转为市场化运营——

北京公共自行车渐次退场

罗静颖

“骑了两三年，现在亲眼见证公共自行车退市了。”8月下旬的一天，家住北京市通州区的刘琦和往常一样，下班后从土桥地铁站出来，准备骑公共自行车回家。但找了一圈，刘琦发现市政公共自行车站桩上的自行车已经被统一移走，站桩开始关停和拆除，路上也不见市民骑行公共自行车的身影。原先放置公共自行车的站桩停靠在路边，放上了多个平台的共享单车。

今年以来，北京市各区陆续发布公告，宣布停止公共自行车运营或转为市场化运营。截至8月中旬，怀柔区、大兴区、昌平区公共自行车已转为市场化运营并接受区级管理部门监管，其他行政区公共自行车全部退出运营。这意味着陪伴了北京市民多年的公共自行车正式“谢幕”或转场。

北京是国内较早投放公共自行车的城市，公共自行车自运营之初就在很大程度上弥补了当时北京公共交通还不够完善的缺点，服务着市民“最后一公里”的交通需求。为何如今退出历史舞台？

从使用感受出发，市民们各有各的看法。刘琦经常骑公共自行车，认为“一小时内免费的运营措施很优惠，但大多数市民不会超出这个使用时间，运营

的收入就相对少了”。家住北京市丰台区的李佳星在办卡后发现了公共自行车的缺点，例如办卡交押金手续复杂、车辆少、站点少、停车麻烦等，“这样一来，身边人选择公共自行车就少了，相比之下，共享单车会更方便”。

运营方也给出了停运解释。如西城区公共自行车停运公告中提到，公共自行车实现了相对共享单车的创新引导、融合发展直至逐步退出的过程，完成了其作为出行模式探索和过渡的历史使命。经充分论证研究，西城区公共自行车系统退出运营市场。多位专家指出，无论是资源分布还是管理模式方面，公共自行车已很难跟共享单车比较。随着城市内部交通的优化，让公共自行车逐步退出是自然选择。

据了解，目前，北京各区均已引入互联网租赁自行车服务。不论是转由互联网租赁自行车接棒，还是将原来的公共自行车转为市场化运营，都意味着将市民“最后一公里”的出行需求交给了市场。未来情形将会怎样？

据北京市交通委发布的互联网租赁自行车行业2021年上半年运营监管情况公示，上半年全市累计骑行量3.65亿人次，同比增长53.42%；日均骑行量201.85

万人次，同比增长54.26%。在大数据等信息技术的发展下，互联网租赁自行车有着大规模车辆投放、APP操作便捷等优势，吸引市民注册并骑行。

同时，相关部门进一步加强对互联网租赁自行车行业的协调和监管。北京市内运营互联网租赁自行车的3家企业“美团”“哈啰”“青桔”均需按规定将运营车辆信息接入北京市共享单车监管与服务平台，并接受市、区、街道（乡镇）管理部门的监督管理。

上述监管情况公示还显示，上半年，北京市车辆投放布局进一步优化，运维调度力量显著增强，车辆淤积和分布不平衡等现象有明显改善，车辆运营效率和服务水平不断提高。中心城区作为统一运营区域，车辆投放总规模控制在80万辆以内，各郊区运营车辆约12.8万辆。截至6月底，中心城区合规投放车辆比例达到90%以上，总量调控政策取得显著成效。

现在，刘琦上下班从家到地铁站的“最后一公里”也换上了共享单车，他打算这几天把公共自行车的押金退费手续办了。“很感谢公共自行车为我们出行作出的贡献，相信未来共享单车的管理会越来越规范，我们老百姓的出行也会越来越顺畅。”

本报北京8月31日电(记者林丽鹂)

近期，在市场监管总局的行政指导下，哈啰、青桔、美团、怪兽、小电、来电、街电、搜电8个共享消费品牌经营企业积极整改，取得成效，共享消费领域价格涨势得到有效遏制，标价逐步透明化、规范化。

近年来以共享单车和共享充电宝为代表的共享消费领域服务价格一路上涨，引发社会关注。6月3日，市场监管总局价监竞争局会同反垄断局、网监司召开行政指导会，要求哈啰、青桔、美团、怪兽、小电、来电、街电、搜电等8个共享消费品牌经营企业限期整改，明确定价规则，严格执行明码标价，规范市场价格行为和竞争行为。

共享充电宝行业价格整体小幅回落。此次参加整改的6个共享充电宝品牌共有机柜426万台，占市场份额约80%。相关企业提出了整改计划：进一步完善定价规则，与合作商户沟通协商，通过直接降价

或者降低计费单元等方式下调部分机柜价格。其中，街电逾8万台机柜降价，小电、搜电、怪兽、美团分别有数千台机柜降价。目前各品牌平均价格为2.2~3.3元/小时，标价在每小时3元及以下的机柜占比69%~96%，从最高价格占比来看，均不超过1%。

落实明码标价要求，准确标示计价标准。共享单车企业通过手机软件、小程序、扫码骑行页面标示当前行政区域的计价规则和计价标准，规范会员骑行卡打折促销行为，畅通公司服务投诉渠道。共享充电宝企业通过官网公示、移动端客户端显示、机柜标示等方式分别标示。小电、怪兽在官网和移动端公示全部点位机柜的免费时长、计费标准和封顶价格；来电在官网对获知价格方式作出说明；大多数品牌可通过扫码获知当前机柜及附近机柜价格，方便用户从所在位置周边选择较低价位的充电宝。

共享消费标价逐步规范化



福建省福州市共享单车驿站日前启用“蓝牙道钉”装置。这种装置可发射信号，与安装在共享单车上的北斗卫星高精度分体锁通信，提高共享单车智能化监管水平。

图为管理员在福州市台江区长汀街一处共享单车驿站摆放车辆。
新华社记者 林善传摄