

物流赛道活跃度提升

今年以来，随着我国经济持续回暖，消费市场恢复向好态势，物流赛道也在全力加速。Choice数据显示，截至7月31日，已有多家物流公司披露中报业绩预告公告，有企业表示，受上半年国内电商消费需求加速恢复、汽车产销量及出口增长等因素带动，公司主营业务实现同比增长。

数据显示，上半年，全国社会物流总额160.6万亿元，按可比价格计算，同比增长4.8%，比1月份至5月份提高0.3个百分点，二季度环比提高1.6个百分点，年内物流需求累计增长整体呈回升态势。6月份，中国物流业景气指数为51.7%，较上月回升0.2个百分点，中国快递发展指数为366.3，同比提升26.6%。

物流产业“供需两旺”的背后，不仅折射出行业发展日新月异的变化，也反映出我国居民消费信心增强、消费需求持续释放，彰显了我国经济的活力与韧性。

业务高速增长

“越来越忙”，这是大量一线快递员上半年的共同感受。某快递公司快递员告诉记者，进入第二季度以来，特别是6月中下旬，快递送货业务量明显增加。

作为物流产业的一个重要分支，快递行业今年上半年发展势头良好，快递业务量月破百亿件成为常态，积极助力经济向好、消费复苏，市场规模稳步增长。

国家邮政局近日发布的《2023年6月中国快递发展指数报告》显示，6月份中国快递发展规模指数为442.1，同比提升14.4%。从分项指标看，预计6月份快递业务量同比增速约为16%，预计业务收入同比增速约为11%。

《报告》指出，今年第一季度，业务量逐月上升，累计完成268.9亿件，同比增速达11%。第二季度，单月业务量稳定在百亿件以上，业务量增速预计将超22%，高于第一季度11个百分点以上。

我国其他物流产业数据同样亮眼。数据显示，6月份，全国物流新订单指数为50.4%，环比回升0.7个百分点，再次回升到景气区间。上半年，我国民航共完成运输总周转量531.3亿吨公里、旅客运输量2.84亿人次、货邮运输量327.6万吨，行业运输生产基本恢复至2019年同期水平。

A股物流公司董事长久物流在中报预告中明确，2023年上半年汽车行业保持稳健发展，产销量均有所增长，我国汽车出口持续高速增长，公司主营业务顺势恢复，国际业务表现优异，预计报告期内实现归母净利润同比增长6475.70%至8941.59%。“外贸市场整体回暖，进出口货物总量的增加也直接推动了物流需求增长。”东高科技首席行业研究员秦亮说。

人民数据研究院院长陈丽表示，多项物流指标显现回升态势，与经济复苏、市场消费需求回暖关系密切。从政策端来看，今年上半年，各地纷纷出台惠民、促消费的政策措施，一定程度上激发了居民网络消费意愿，促进了线上线下消费潜力的有效释放。“此外，随着以抖音、快手、小红书为代表的新电商崛起，直播、种草等方式改变了传统的售卖渠道和方式，挖掘了部分潜在消费需求。另外，随着‘数商兴农’工程的推进，农村电商物流业务量涨幅不错。”陈丽说。

呼唤精细发展

随着市场需求以及行业规模迅速提升，物流产业继续做大做强还要突破一些瓶颈。

快递物流专家、贯铄资本CEO赵晓敏表示，从大物流角度看，包括港口、陆运、水



运、航空运输等在内的众多物流细分产业发展都会受经济形势持续影响，包括经济环境、整体投资规模等，由于部分生产端行业库存压力仍然较大，例如设备制造、纺织、化工等，需求动能有待进一步挖掘，作为上游服务端的大物流产业活跃度也存在较大上升空间。

秦亮表示，目前国内物流行业仍存在三方面问题：一是运价偏低导致企业利润率低。由于国内快递行业价格战较为激烈，快递行业整体净利率偏低。同时，随着人力资源的紧缺和供应链产业链复杂性的提升，人工成本和运营成本持续上升。一些不规范操作，如违规处置垃圾、超载运输等，也会导致成本增加。

二是行业竞争秩序欠规范。快递行业准入门槛相对较低，各种规模的快递企业纷纷涌现，部分小微企业缺乏必要的服务和管理能力，存在费用不透明、服务不规范等问题。三是信息化和智能化技术应用程度不高。主要表现为物联网技术、大数据技术、人工智能技术等部分物流企业落地进度缓慢，这部分企业仍主要依靠人力完成各环节工作，服务效率和服务质量难以持续提高。

多家快递公司披露的6月份快递业务经营简报也显示，相比2022年同期，快递服务单票收入出现了不同程度的下滑，下滑幅度在0至12%之间。有头部快递企业表示，近期公司对平台件结算规则进行了调整，导致部分单票收入和单票成本同时小幅下降，但不影响单票毛利。

为了减少行业价格战对单票收入产生的影响，多家快递企业在提高快递服务质量方面持续发力。菜鸟集团公众沟通与市场部李亚坤表示，今年上半年，菜鸟集团围绕“消费者对高质量服务的追求”推出了一些新的服务。例如，在国内市场的供应链业务上，菜鸟直接为商家提供存储、分拣、配送的全链路服务，既可以帮助商家有效控制成本，又能进一步缩短商品配送时间，更好满足消费者需求。

未来增长可期

上半年，在政策红利、消费回暖等因素促进下，我国物流行业环境持续改善，行业发展正进入一个新阶段。展望下半年和未

来，物流行业将随着经济回稳向好迎来加速发展。

赵晓敏表示，随着促进经济持续回暖的政策“组合拳”的陆续发布和落地实施，受经济环境影响较大的生产端活跃度整体将得到有效提升，企业投资力度和市场消费动能将得到进一步释放，企业生产积极性也将逐步提高，预计年内大物流产业整体将呈现曲线上升的态势，包括港口、海运、陆运、航空运输等赛道活跃度都将得到提升。“此外，基于目前的经济环境以及需求市场回升速度，To C端的快递产业预计年内将有机会维持两位数的增速，产业前景相对比较乐观。”赵晓敏说。

下半年，随着新建基础设施常态化运营，网络下沉加快推进，产业融合深化发展，物流行业增长潜力仍较为可期。

京东相关负责人表示，消费者对快递服务与时效的重视逐步提升，倒逼物流企业开始重视服务端的增效，服务升级正成为带动物流企业业务量持续增长的又一重要因素。“从企业端角度看，公司下半年将拓展更多的行业解决方案，扩大服务广度和深度，有针对性地提供行业一体化供应链解决方案，进一步提升客户体验。”该负责人说。

出让经营权是一种借助市场力量保护文旅资源的办法，但要避免没有经过合理评估、考察的经营行为导致的掠夺式开发。

日前，网上一则“乐山大佛被卖了”的消息，引发广泛关注。对此，乐山大佛风景名胜区管理委员会负责人回应称，网上关于大佛被卖的传言不实，实际上是景区观光游览车和景点经营权出让事宜。有专家表示，这种做法属于特许经营权出让，是一种常规做法，并不意味着整个景区外包。

景区经营权出让是一种利用社会资本让旅游资源保值、增值的手段，有相关法律予以支持和规范。根据我国风景名胜区条例第三十七条，风景名胜区内交通、服务等项目，应当由风景名胜区管理机构依照有关法律、法规和风景名胜区规划，采用招标等公平竞争的方式确定经营者。风景名胜区管理机构应当与经营者签订合同，依法确定各自的权利义务。经营者应当缴纳风景名胜资源有偿使用费。

依法依规出让经营权，可以为景区和文物保护提供更多资金，实现更加专业化的景区运营。相较承担景区文物管理和保护工作的事业单位，专业的项目经营团队一般在运营景区方面更有经验。在保证公平的基础上，通过招标考察选择优质文旅企业，让专业的人做专业的事，可以提高景区配套设施的建设效率，更快打响景区品牌，给游客提供舒适的游览体验。游人多了自然会带来更多经营收入，反过来可以提供更多资金用于景区和文物维护工作，不失为一种借助市场力量加强文旅资源保护的好办法。

经营权出让是为了以市场化手段实现景区与文物保护的可持续，同时方便更多游客领略祖国的自然文化遗产。因此，景区经营权出让后还是应持续监督运营方经营，避免不当行为给景区造成破坏。

合格的景区经营者需要取得相关资质，在法律允许范围内，报有关主管部门批准后进行建设、举办活动。避免没有经过合理评估、考察的经营行为对环境和文物造成破坏，导致掠夺式开发，影响可持续发展。此外，如果投资方在项目上马前没有做好可行性分析和市场调研，也会导致经营不善，出现亏损，最终仓促退出，影响景区开发建设。

允许景区经营权出让，本来是利好管理者和投资方双方的好事，但是要把好事办好，需下一番功夫。景区管理单位应在出让经营权之前做好规划，摸清家底，编制科学合理的标书，在公开公正的前提下进行招标工作。文旅和市场监管部门也要做好对文物保护和经营行为的监管工作，确保经营行为合法合规，不对景区资源造成破坏。承担景区经营工作的企业也要提高自律意识，合理规划景区规模、布局交通和营业项目，保证开发适度、运营有序，同时要承担环境保护、科普宣传等社会责任，让宝贵的自然遗产和人文遗产可以继续传承，实现文化效益和经济效益的双赢。

顺风车高速费如何分担

本报记者 王轶辰

- 据统计，高速费、过桥费在出行总成本中占比达40%，是顺路合乘中绕不开的问题。面对高速费，顺风车行业遵循顺路合乘初衷，为自由磋商留出空间，但在实操中容易引发车乘矛盾。
- 有平台宣布将上线顺风车高速费分摊新规，乘客在发布行程前可在APP内自主决定是否愿意分摊以及分摊比例，车主则能依据乘客表达的倾向来选择是否接单。

如今，顺风车顺路合乘日益成为新风尚，在法定节假日出行高峰尤其如此。有平台数据显示，今年春节、“五一”、端午假期的顺风车需求量均创下5年来新高。

乘坐顺风车出行，高速费、过桥费该由谁承担或如何分摊？这个问题在不少车主和乘客之间存在分歧。

近日，哈啰顺风车平台对外表示，即将上线新功能，请乘客在出发前表达对高速费的支付意愿，平台基于该意愿匹配车主并确保双方遵守约定。

据统计，高速费、过桥费在出行总成本中占比达40%，是顺路合乘中绕不开的问题。面对高

速费，顺风车行业遵循顺路合乘初衷，为自由磋商留出空间，但在实操中容易引发车乘矛盾。

针对高速费问题，哈啰顺风车平台过去5年里累计调研用户数10万人次，经过访谈分析发现，51%的乘客表示愿意承担高速费，仅有6%的车主完全不愿意承担，总体而言乘客和车之间在友好沟通和共识的基础。

据了解，该平台将请车主和乘客在线上表达高速费支付意愿——乘客在发布行程前可在APP内自主决定是否愿意分摊以及分摊比例，车主则能依据乘客表达的倾向来选择是否接单。如果双方选择分摊，高速费也可在线上完成支付；平台方面，基于以上契约设定管理规则。

顺风车车主蔡静洁表示，平常接单时会与乘客协商路线和高速费分摊，如协商不成会自行承担费用。面对哈啰的高速费分摊新功能，蔡静洁认为其能够很好地避免分歧，创造更友好的出行氛围。

无独有偶，国内另一家顺风车企业嘀嗒出行近期也宣布上线类似的顺风车高速费分摊新规。该企业负责人表示，希望通过事前备注、平等协商方式，引导车乘双方遵守契约，和谐友善合乘，此外高速费、过桥费等额外费用建议通过平台线上支付，保障双方权益且便于追溯。

“让乘客和车主在线上提前表达高速费承担意愿，有助于建立合理预期，且平台管理也有据可依。”北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪说。

哈啰顺风车业务总监陈浩坦言，基于顺风车的双边特性，对车主、乘客的双向服务以及车乘体验平衡是较为复杂的课题。在多方沟通中，行业专家和用户的一大共识是，高质量合乘体验需要由社会化治理去推动，其中离不开用户的自发参与，例如自觉抵制脱离平台私下成交的行为、在行程中向平台提供安全授权等。

“顺风车是一种典型的社会互助行为，企业重在撮合及搭建服务平台，顺路合乘体验不断提升离不开平台、用户以及社会各界的共建。”东南大学法学院副教授、交通法治与发展研究中心执行主任顾大松说。



近日，游客和市民在重庆市北碚区峡石街道“稻田餐厅”一边享受美食，一边体验乡村气息。商家将水稻栽种在餐厅外，吸引众多游客和市民前来打卡消费。连日来，当地举办城市露营节、周末集市等活动，推动“夜经济”升温，释放消费新活力。 秦廷富摄(中经视觉)

本版编辑 孟飞 李苑美 编 倪梦婷