

# 快递送到村 农货卖进城

## ——江苏苏北地区乡村电商物流体系建设调查

本报记者 蒋波

当前,一系列促消费政策持续发力显效,我国消费市场持续恢复提升。下一阶段,要继续有效恢复和扩大消费,更好满足消费新需求,一个重要着力点是不断完善消费基础设施建设,从而补齐消费基础设施短板、优化消费供给、改善消费条件。

其中,完善农村电子商务和快递物流配送体系就是完善消费基础设施建设的重要方面,有助于进一步挖掘农村消费市场潜力,满足农村不断升级的消费需求。那么,该如何发展农村直播电商、即时零售?如何降低农村物流配送成本?如何加快提升电商、快递进农村综合水平?

我国农村人口规模巨大,是构成超大规模市场的重要组成部分。县乡村电子商务体系与物流配送体系建设是农产品出村进城、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、释放农村消费潜力具有重要意义,是推动乡村振兴、提升县域商业体系建设的重要环节。

目前,农村地区商品消费的流通成本相对较高,服务消费供给相对缺乏,消费环境不尽如人意,总体消费水平相对较低。

2022年4月,江苏省出台的《关于加快农村寄递物流体系建设的实施意见》提出,到2025年,江苏全省建设县级寄递公共配送中心或快递产业园区不少于30个、乡级寄递公共配送中心不少于100个、村级寄递物流综合服务站不少于1万个,实现乡乡有网点、村村有服务,农产品运得出、消费品进得去,农村寄递物流供给能力和服务质量显著提高,便民惠民寄递服务全面覆盖。

江苏乡村商贸设施建设如何?依托电商物流,农货出乡效果如何?快递进了村,如何稳得住、可持续?近日,记者对江苏省苏北部分地区县乡村电商物流建设情况进行了调查。

### 完善乡村商贸设施覆盖

走进宿迁市沭阳县青伊湖镇好又多超市,5000多平方米的场地中摆放着5万多种商品。小青菜、草莓、车厘子等新鲜蔬果在生鲜专区被码放得整整齐齐,婴幼儿奶粉、彩电冰箱、快速消费品等专区人流涌动,各类品牌商品琳琅满目,供周边村民前来挑选。

“超市就在家门口,骑车十几分钟就能到。商品也齐全,全都是‘牌子货’,就像走进了城市的大商场。”青伊湖镇后乡村村民马德卫说,如今村里有便民小超市,镇上有大超市,农资、农具等生产必需品供应充足,不出乡就能随时逛超市,很方便。

而就在几年前,购物还是马德卫一个不小的烦恼。“以前村里镇上都是小卖部、小商店,有啥买啥,没法挑选。东西少不说,还都是杂牌子,品质没保障。”马德卫说,“去城里购物来回就要半天,背着东西上下车也麻烦。真是城里商品下不来,农村地产出不去”。

梁从高是青伊湖镇好又多超市负责人,也是青伊湖镇供销社主任,他告诉记者,为了推动乡村商业体系提档升级,从2016年开始,青伊湖镇供销社不断完善物流配送体系,采取直营与加盟方式,推动连锁超市进社区。“青伊湖镇已经建设了2家2000平方米以上的中型超市,12个行政村开设了8家300平方米的便民超市,两年内实现便民超市行政村全覆盖。”梁从高说,“随着县域经济高质量发展,乡亲们钱袋子越来越鼓,消费底气更足了。我们将发挥供销社优势,推动乡村商贸设施建设,填补乡村消费空白,加快形成连锁化、规模化、品牌化经营服务新格局”。

推动供销社农资企业向现代农业综合服务商转型是沭阳县供销社部门的工作重点之一。“构建农产品流通体系,提升为农服务能力是供销社的主攻方向,供销社目前重点发展农产品冷链物流,促进产销对接;同时,完善县乡村三级电商网络,打造‘网上供销社’,解决农产品流通‘最后一公里’的难题。”沭阳县供销社党委书记、理事会主任崔勇表示,沭阳县正在开展“中央厨房+食材宅配”“生鲜电商+冷链宅配”等新型冷链物流业务,依托县域润信农产品批发市场、耿圩中央厨房、供销社家沭阳运营中心等流通企业平台,加强与农产品直供基地等对接,发展订单农业,基地包产、平台包销,拓宽特色农产品上行通道,保障农户收益。

县域商业发展,既是一件关乎县城和农村消费者幸福感的民生事,也是一道必须遵循市场化规律的经济题。

记者从江苏省商务厅了解到,眼下,江苏正依托全系统297个农产品市场、338个连锁企业、75个农产品电商企业,畅通农产品进城、工业品下乡双向通道,积极建设以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系,以数字化、连锁化、标准化为方向,形成以农产品市场为主体、以连锁超市为支撑、以冷链物流和加工企业为配套的农产品流通服务体系,进一步推动资源要素向农村市场倾斜。

按照规划,“十四五”时期,江苏省将建设和改造提升县城综合商贸服务中心60个以

上,新建和改造升级乡镇商贸中心200个以上、品牌连锁超市200个以上,建设10个以上农村电商快递协同发展示范区、40个左右县域电商产业集聚区,建设20个以上县级物流配送中心、30个以上寄递公共配送中心,主要品牌快递服务持续通达行政村。

### 贯通电商物流配送体系

记者在沭阳县走访调查时发现,得益于县乡村三级物流体系的不断完善,工业品下乡的通道更加通畅了,以花木种植为特色的农产品“触网”步伐不断加快,推动数字经济为“花木之乡”插上腾飞翅膀,名气更响亮了。

沭阳县商务部门数据显示,当地花木产品通过电商物流畅销全国,推动电商产业在当地普及和发展。目前,淘宝、京东等电商平台60%的花木类卖家都集聚在沭阳县,花卉直播销售额占全国的三分之一,平均每秒就有15件快递发往各地。

“省外次日到达,省内当天到达,乡镇半个工作日到达,不出村就可以寄快递、收快递……”走进沭阳县庙头镇冷庄村村民陈金茹家的直播小院,她正在打包网售的花卉产品。“花卉和生鲜产品一样,如果没有高效物流,产品再好也走不远。很多快递公司在镇里设立了分支机构,安排了前置仓,进村揽快递,一天跑3趟。有了物达的快递服务,好的农产品就不愁卖了。”陈金茹说。

跟随陈金茹的脚步,几分钟之后,记者走进了圆通速递设立的庙头镇前置仓场地。一个农家院内,几台9米多长的卡车在忙着装货,10多台厢式小货车进进出出,运回从各个村揽收来的快递,十几名工人在快递传送带前贴单、分拣、装车。

“90后”张浪是圆通速递庙头镇前置仓的承包责任人,他说,从2023年冬月到今年夏至,都是花卉苗木的销售旺季,预计日均快递业务量将超过4万单,最高能达6万单。“在辖区内,我们服务超350家电商客户,20多台快递服务车连轴转,基本能实现70%的快递上门取件、所有快递当天发出。”张浪说。

农村物流是服务农村地区产品流通的重要途径。《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出,加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系,建设县域集采集配中心,推动农村客货邮融合发展。

“我们全面构建了县乡村三级物流体系,除面积达1.25万平方米的县级处理集散中心以外,还建成了日均吞吐能力达50万件的宿迁邮政邮件处理中心,解决寄递必须外市周转的难题;在新河、庙头等乡镇建设了快递物流园,入驻22家快递物流企业;建成10个揽收中心,年快递发货量约6000万件。”沭阳县邮政管理局办公室主任王天勃说,沭阳县开通了20条“交邮融合”镇村公交线路,牵头邮政公司与主要品牌快递公司组建共配联盟,投入30余辆新能源车、厢式车和冷链车等标准化、专业化车辆进行农村物流共同配送,实现了大部分建制村邮政、主要品牌快递高效率、低成本的时代直送。

统计数据显示,2021年,江苏就在全率先实现了“快递进村”。3年来,江苏农村三级寄递物流体系进一步完善,不断下沉的快递服务网络,一方面方便了工业品下乡,激发农村消费活力;另一方面畅通了物流末端,帮助农产品进城。

以中国邮政江苏省分公司相关业务为例,在“交邮社”农村寄递服务模式推动下,截至2023年底,江苏在农村社区党群服务中心(综合服务中心)新建寄递物流服务站580个,全省村级寄递综合服务站总数达8486个,7个主要品牌快递服务行政村覆盖率达95.4%。

值得一提的是,记者走访时发现,眼下,快递进村依然是乡村电商物流体系建设的薄弱环节,部分地区农村寄递物流基础设施缺失,让快递进村面临重重困难。同时,推进过程中依然存在一些问题亟待解决,如快递企业服务典型能力不足、嵌入产业链程度不深,以及快递行业发展规范化、快递效率还需进一步提升等。

2022年4月,江苏省商务厅、江苏省邮政管理局等17部门联合印发了《江苏省县域商业体系建设实施方案》,要求补齐乡镇商贸流通基础设施短板,提升商贸流通公共服务质量,促进农村电商和物流融合发展。《实施方案》提出,到2025年,江苏全省建设改造乡

镇商贸中心200个以上、村级便民店2000个以上、县级物流配送网点50个以上、村级末端配送网点10000个以上,建设农产品产地冷藏保鲜设施300个以上,培育40个左右县域电商产业集聚区。

“近年来,江苏重点推广‘交通运输+邮政快递+农村社区’农村寄递物流服务模式。目前,江苏共建成县级寄递物流共配中心36个、县级快递产业园区29个、乡级寄递公共配送中心329个、村级快递服务站11438个。”时任江苏省邮政管理局市场监管处处长杨月新告诉记者,江苏一直在努力补齐快递进村的短板。

### 嵌入农业全产业链条

产业链条是现代农业的结构骨架。电商快递物流的加入,不仅延长了农业产业链,还提高了农产品附加值。特色农业产业与电商的碰撞,改变了农产品的生产销售方式,也从源头上降低了准入门槛,成为推动农业现代化发展的关键一招。

伴随物流发展,搭乘电商快车,在宿迁市、连云港市等苏北地区,很多新农人选择“电商+特色产业”,依托电商和物流打通农业产业链上下游,让手机成为新农具、直播成为新农活,实现农民增收、企业增效。

“这两年,如果没有便捷的电商和物流服务,我可不敢用这么大面积养螃蟹。”记者见到连云港市灌南县新安镇硕项村螃蟹养殖大户宋成伍时,他正在自家蟹塘里清塘和栽种水草,为开春放蟹苗做准备,岸边的台阶上放着一台正在直播的手机。

甩了甩手上的水草,老宋饶有兴趣地跟记者分析:养螃蟹对养殖技术要求高,销售周期的长短决定着养殖成本的高低,销售周期越长,不仅环境因素影响越大,人力成本也会相应增加。如果延续传统的生产和销售模式,养蟹挣钱的难度很大。

“过去都是把螃蟹卖给收购商,利润比较低,自从我开始直播之后,没有了中间商,效益增加了不少。”老宋掰着手指数算着,“400亩蟹塘从养殖、收获到销售,三分之一以上的份额通过电商渠道进行,大大降低了成本,亩均纯利润平均达到1万元,创出成本年收入能达到400万元,这让咱蟹农信心非常足!”

“我们与拼多多、淘宝、抖音等平台合作,希望把电商和物流产业融入乡村振兴,打开乡村经济发展新窗口。”灌南县电商协会会长赵京辉表示,为进一步发挥电商、快递在乡村振兴中的作用,当地建设了县域电子商务公共服务中心和县级电商物流配送中心,以此为载体促进电商企业集聚发展,整合6家快递公司进行统收统配,建设统一的物流中心配送管理系统,实现物流中心货物出入库、运输收发等环节数字化。

“我们同步推进电子商务公共服务体系、县镇村三级物流服务体系、农产品进城服务体系、‘线上+线下’双模式农村电子商务培训体系建设,以数字化、信息化、现代化的电商新模式推动乡村振兴,努力让区域农产品插上远飞的‘翅膀’。”灌南县副县长李秀云说,作为苏北地区的农业大县,灌南县紧抓实施国家电子商务进农村综合示范县的契机,以推进“快递进村”和“互联网+”农产品出村进城等工程建设为抓手,进一步完善现代乡村物流和农村电商体系,助力乡村振兴。

作为沭阳县花木产业最集中的区域之一,新河镇也将“快递+”作为赋能农业产业链式发展的重要手段。

新河镇党委书记乔德素告诉记者,一组数据:新河镇拥有花卉专业农资服务公司30家,花



图① 连云港市灌南县螃蟹养殖大户宋成伍将打包好的螃蟹通过冷链物流销往各地。孙 磊摄

图② 宿迁市沭阳县邮政包裹快递庙头处理中心分拣车间内,工作人员对快递进行分拣。(资料图片)

卉物流配送中心20余家。70%以上的大学毕业生选择返乡创业,发展各类花木网店1.1万家,4000多人通过直播销售花木。

“我们依托电商网络平台,以龙头企业带动,按照‘强链条,抓产业升级;抓市场,线上线下同步;抓种源,确保产品质态’的思路,在全镇10个行政村形成村村有项目、村村有特色的局面,实现花木产业从种籽、育苗、种植到加工、销售再到仓储物流、包装运输的全产业链,推动花木产业扩量提质,提升花木产业的能级与效率。”乔德素说,农村电商不仅富了村民,更为乡村发展带来生机,依托电子商务产业打造的“花木+旅游+生态农业”新业态正在当地蓬勃开展。

作为数字经济的重要组成部分,江苏将电商物流体系更高水平地嵌入农业产业链,为“三农”发展和乡村振兴提供新动能、新载体,在更大范围内发挥电商兴农作用。2022年,江苏省培育快速服务现代农业重点项目49个,快递业务量达到4.56亿件,支撑农业总产值310亿元。截至2023年底,中国邮政江苏省分公司培育“快递+现代农业”项目163个,形成业务量6.12亿件、8家寄递企业入选省级“互联网+”助农典型企业,9个项目获评全国快递服务现代农业金牌项目,形成了以沭阳花木、连云港海鲜、苏州大闸蟹等为代表的典型项目。



### 邮政快递业深化与农村电商协同发展

开展 100个 农村电商快递协同发展示范区

300个 快递服务现代农业示范项目创建工作

破解调查手记

难题

近年来,电商业态在农村地区快速推广和布局。从农村电商发展现状来看,成效非常明显,有助于拓展农产品销售渠道,促进农民增收致富,带动农村消费,为农业农村现代化提供了新动能和新载体。但也要看到,在推进农村电商高质量发展过程中还面临着诸多困难和挑战,其中最突出的问题就是农村电商基础设施薄弱、物流体系不畅通。在很多地区,农村物流业务发展止步于乡镇一级的物流配送网点,农产品上行“最初一公里”和产品进村“最后一公里”问题制约着农村电商发展,直接影响市场拓展、用户体验、成本控制、效益提升等。

畅通物流体系赋能农村电商发展的核心在于完善基础设施,打通农村电商流通的“毛细血管”。将电商物流服务从城市“大动脉”延伸至乡村“毛细血管”,才能形成顺畅的闭环。各地应全面加快农村新基建,改善农村电商基础设施,整合快递物流行业资源,完善农村物流快递网点布局,加快实施“快递进村”工程,鼓励发展“多站合一”的乡镇客货邮综合服务站、“一点多能”的村级寄递物流综合服务站等,推进县乡村物流共同配送,促进农村客货邮融合发展。同时,进一步推广自动分拣线、立体货架、新能源配送车、智能取件终端等设施应用,提高物流配送效率,提升服务能力,实现地尽其利、货物共流。

畅通物流体系赋能农村电商发展的关键在于提高信息化、数字化、智能化水平,提升农村电商物流的能力和效率。各地应抓住技术迭代机遇,加快实施“数商兴农”工程,广泛发挥各自优势,集中配送资源,协同发展信息互通、资源共享、集成仓储的共配模式,促进物流业务共同揽收、分拣、运输、派送,进一步降低农产品上行成本,激活商品下沉需求市场。