

# 快递业从规模扩张转向价值竞争



企业不断延伸拓展多元服务场景，精准匹配不同消费群体差异化寄递需求。

## 短板加速补齐

快递进村是畅通城乡经济循环、服务乡村全面振兴的重要抓手。自2020年“快递进村”工程实施以来，国家邮政局会同农业农村部、交通运输部、商务部等部门打造100个农村电商快递协同发展示范区，培育219个快递服务现代农业示范项目，邮政快递年支撑农产品网络零售额超过7800亿元。

然而，我国农村地区人口分散、地域范围广、村庄数量多、运输距离长，面临着寄递需求低频、分散、不稳定的问题，干线运输成本和末端揽投成本明显高于城市。尤其是中西部边远农村地区，投递距离远、运营成本高等问题更为突出。

国家邮政局新闻发言人、市场监管司司长林虎介绍，为弥补市场供给短板，今年1月29日，国家邮政局与中国邮政集团有限公司联合印发通知，在17个中西部省（区、市）各选择1个县，依托邮政普遍服务网络，开展“快递进村”邮政兜底专项试点。试点开展以来，邮政集团组织制定“一县一策”方案，安排投资计划2.1亿元，其中17个试点县专项建设资金2100多万元，农村投递汽车化率由62%提升至97%，有效打通快递企业及平台数据壁垒，实现快件从交付到妥投全流程数据追踪。

作为中西部农村地区“快递进村”邮政兜底试点县，湖北省十堰市房县通过精准划分村庄类型、建设县级共配中心与乡镇村级节点，并因地制宜采用汽车、无人车、无人机和客货邮4种方式打通深山邮路，同时探索出“政府补一点、邮政投一点、快递

摊一点、村组担一点、站主挣一点”的五分分担机制，有效化解了偏远山区配送成本高的难题。试点以来，进村时限提速16小时，日均进村邮件量增长16.3%、出村邮件量增长48.9%，件均运营成本压降0.2元，且通过动态调整确保邮政“兜底”不“包揽”，持续完善农村寄递物流体系，助力农产品出村进城和乡村民生改善。

截至8月底，在17个试点县3960个建制村中，由邮政兜底实现“快递进村”的建制村已有2939个，越来越多的村民实现“足不出村、方便快捷”收件。

“‘快递进村’邮政兜底，是推动邮政普遍服务内涵创新的有益实践，但相关工作仍面临着可持续发展、多元协同深化等深层次问题。”林虎表示，“十五五”时期，邮政普遍服务将在兜底实践基础上实现内涵的系统性创新，持续优化邮政普遍服务和特殊服务供给，适应经济社会发展和用户需求变化，拓展创新邮政普遍服务内容，实现供需适配、价格合理、质效并进。

## 收入增速实现反超

根据国家邮政局今年以来公布的月度邮政行业运行情况，1月至2月快递收入同比增长7.9%，快递业务量同比增长7.1%，快递业务收入增速开始超过业务量增速。3月至8月，快递业务收入增速连续跑赢业务量增速，增速差由1月至2月的0.8个百分点逐月扩大至8月的4.2个百分点。

今年以来，快递业务量收增速差的这一转变，与邮政快递业深入推进的“反内卷”治理高度吻合。2024年7月，中共中央政治局会议提出，要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争。2024年8月，国家邮政

局召开规范市场秩序、提升服务质量专题会议，要求聚焦规范市场秩序，提升快递服务质量，着力打造良性竞争生态。2025年7月，国家邮政局党组召开会议，旗帜鲜明地反对“内卷式”竞争。2026年全国邮政工作会议明确提出“综合整治‘内卷式’竞争”。国家邮政局、国家发展改革委、交通运输部联合印发的《邮政业发展“十五五”规划》进一步要求综合整治“内卷式”竞争。

进入8月后，国家邮政局赴河南、江苏等地开展“内卷式”竞争专项调研，明确行业正处于由规模增量扩张向质量存量提质转型的关键阶段，要求企业摒弃粗放式规模竞争、健全合规经营体系和民主协商机制。

“业务收入增速连续跑赢，正是行业治理‘内卷式’竞争、推动价格回归理性的直观体现。”国家邮政局发展研究中心产业经济研究部主任王岳岳认为，收入增速反超业务量增速，单票收入持续向合理区间回归，高价值业务比重提升，意味着行业正由“以价换量”转向“提质增效”。这不仅有利于企业改善盈利，有利于行业摆脱“增量不增收”的困境，也有利于末端网络的稳定和快递员群体合法权益的保障，夯实行业高质量发展的基础。

随着国庆假期临近，快递揽收量也将稳步上升。国家邮政局新闻发言人、副局长周国华表示，寄递企业和电商平台要动态监测流量，研判业务高峰，重点保障枢纽转运中心和末端网点畅通，坚决防止禁寄物品流入寄递渠道，让大家寄得放心、收得安心。同时，要加强服务质量监管，畅通邮政业消费者申诉渠道，及时受理、督办解决群众反映的问题，让大家节日期间也能享受到可靠的寄递服务。

# 全链条全周期建设“好房子”



“十五五”时期，我国致力于让人民群众居住水平实现新的提升。住房和城乡建设部副部长陈绍旺近日表示，提升人民群众居住水平方面，关键是建设“好房子”。“好房子”要安全、舒适、绿色、智慧。从好标准、好设计、好材料、好建造、好运维全链条全生命周期去推进。

近年来，“好房子”建设已经深入人心。住房和城乡建设部总工程师李晓龙介绍，“十五五”时期，要将新房子建好，把老房子改好，把服务做好。

李晓龙介绍，把新房子建好，主要是做两件事：一是全链条提升住房的标准、设计、材料、建造和运维水平。二是推动智能建造、绿色建造、绿色建材、模块化的建筑在“好房子”建设中的应用，打造人民满意的“好房子”。比如，“管线分离”的房子让水、暖、电和主体结构分离，能解决将来维修和装修“开墙打洞”的问题，减少邻里之间的相互影响。还有项目居室是可变可调整的，这样可以增加收纳空间，同时也为后来改造预留空间，适配多子女家庭、养老需求。“十五五”时期这样的“好房子”会越来越多。

把老旧房屋改好，一种是原拆重建，经鉴定为D级危房的，必须拆除重建。原拆原建方式尽管面积改变不是很大，但房屋结构、功能完全变化了，旧房直接变新房。另一种是改造、维修、局部提升。把

装配式装修以及更多实用、好用的技术运用到老房子改造上；或者结合适老化、智能化改造，让房子适应时代发展需要。

把服务做好，“好房子”必须得有“好服务”。各地将以“好房子”为基础，统筹好小区、好社区、好城区建设，补齐养老、托幼、用餐等服务，“好房子”价值会更好体现。建立全生命周期的房屋安全管理制度，住宅的设计寿命至少50年，甚至有些是百年建筑。过去，房屋使用过程中的制度建立和完善是短缺的，“十五五”时期要加快建立和补齐。各地还将实施物业服务质量提升行动，进一步强化党建引领，建立社区党组织领导下的居委会、业委会、物业服务企业协调运行新模式，为居民提供多样化居住服务，让房子不仅建得好，更要管得好、住得好。

各地在推进“好房子”建设中取得了积极成效。一些省市完善技术标准。福建省发布《“好房子”设计技术指引（试行）》，重点梳理相关标准中立体绿化、节能门窗、雨水利用、智能家居、防洪排涝、防台风等具有地域特色的条文。山东省青岛市编制印发《“好房子”建设标准体系》，整合了现行工程建设标准、技术导则、标准图集等共计1200余项，设置了通用标准、规划设计、建造实施、建筑评价、运维服务五大板块，明确了“好房子”建设的基本通用要求。

随着我国秋粮陆续迎来大面积收获，各地区各部门开展了以“丰收开新局、实干促振兴”为主题的中国农民丰收节系列活动。丰收节不仅是庆丰收的文化盛景，更成为拉动消费、激活产业的经济契机。丰收节活动金秋消费季开展以来，已累计带动销售农产品超1600亿元。

今年6月份印发的《加快农业农村现代化“十五五”规划》提出，推动农业与文化、旅游、教育、康养、体育等产业深度融合。这启示我们，要以节为媒，把短视频、乡村旅游等新业态与乡土文化资源结合起来，让节庆“流量”沉淀为产业增量、转化为农民增收。其中，做精乡土产品是基础，引来市场流量是关键，做实线下消费是路径，分好增值收益是根本，四者贯通是促进农村一二三产业融合发展的务实之举。

做精乡土产品，夯实供给基础。农时节气、乡土饮食、传统技艺和民俗故事，承载着鲜明地域特色，蕴藏着可开发的产业价值。截至2025年底，全国共设立非遗工坊1.49万家。可依托这类载体，把技艺传习、产品制作与体验服务结合起来，让“指尖技艺”变成“指尖经济”；围绕优势种养产业提升原料品质，发展精深加工和综合利用；将传统技艺与现代设计相结合，开发具有地方特色的食品、手工艺品和体验课程，推动土特产精品化、品牌化发展，为乡村旅游和线上销售备足好货。

借势短视频，引来市场流量。乡村不缺好物产、好风景、好故事，缺的是被看见的渠道。手机直播和短视频降低了传播门槛：农户展示种植采收，返乡青年记录村庄变迁，让特色农产品直达城市餐桌。2025年，全国农产品网络零售额达7833.1亿元，同比增长9.9%。线上热度要变成持久销路，关键在质量与信誉：以稳定品质和可靠供应链承接传播效果，完善产地预冷、分级包装等配套，推动初级农产品升级为承载地域特色和市场信誉的特色品牌，让“网红”变“长红”。

发展乡村旅游，做实线下消费。农事体验、稻田音乐会、丰收市集、非遗展示等活动，让游客在参与中感受乡土文化，也带动了食宿、购物、研学等消费。目前全国已建成1597个国家级乡村旅游重点村镇，超6万个行政村开展乡村旅游经营；全年农村居民国内出游15.26亿人次，出游花费突破1万亿元——城乡双向奔赴，乡村消费潜力加速释放。更重要的是，乡村旅游不止于餐饮住宿的短期增长，更贯通游客消费与本地生产。要引导民宿、餐饮经营主体与家庭农场、合作社、加工企业建立稳定供货关系，让一桌农家饭带动农产品采购，让一次研学带动食品加工，“接二连三”延展增值空间。

健全联农带农，分好增值收益。产业融合的成色，最终要看农民是否受益。要通过合理的组织方式和分配机制，把产品销售、旅游服务、文化体验形成的收益落到农民手中：推广订单农业和保底收购，让农民分享加工增值；培育家庭农场、合作社和龙头企业组成的新型经营主体，让农民就近就业获得工资性收入；完善股份合作、保底分红等利益联结机制，让农民以土地、技艺、房屋等资源入股，分享产业发展收益。同时，保障乡村工匠、非遗代表性传承人在技艺展示和内容创作中的合理报酬，让农民既当乡村文化的创造者、传播者，也当融合发展的参与者、受益者。

丰收，既是对耕耘的礼赞，也是向未来的蓄力。庆祝丰收，不只是庆贺五谷丰登，更是为乡村产业强起来、农民腰包鼓起来积蓄动能。要坚持农民主体、农业主线、农村主场，让资源变产品、让流量变销量、让增值变收入，在加快建设农业强国的新征程上，结出更多富民强村的硕果。