物流体系更完善 乡村振兴添动力

□ 王宏坤 刘晓阳

物流天下

“唐师傅，又要进村投递了？”“是啊，得赶紧出发，有12个村要跑，几百件快件。”近日，在浙江宁波余姚市四明山镇邮快合作网点，和来网点取件的村民打完招呼，邮递员唐财根就拉着满满一车快件出发了。

以前，四明山镇的群众得坐车到40公里外的梁弄镇上取快件，现在不光镇上群众可以享受“家门口收件”的便利，该镇12个建制村的村民也享受到了和城里人一样的互联网生活。这样的惬意是从该市完善县乡村三级物流体系，加快推进邮快合作助力快递进村后开始的。

快递运输车。

打好“合作牌” 兜底快递进村

四明山是革命老区，山路逶迤，物产丰富。由于村与村之间较为分散、路程较远，收件少、业务量不大，各快递品牌进村寄递成本较高，快递进村一度推进困难，山货出山更是遇到“最先一公里”梗阻。

快递进村，单打独斗行不通。怎么办？在宁波市邮政管理局的指导下，余姚市统筹各方资源，打好“合作牌”，以“一点多能、一网多用、功能集约、便利高效”的县乡村三级物流体系建设为基础，通过推进邮快合作、客货邮融合，不断健全农村物流服务网络，提升农村物流服务水平，助力红色革命老区共同富裕。

余姚市邮政分公司副总经理包立勋表示，该市正在积极推进县乡村三级物流体系建设，总体建设方案包括2个县级共配中心、15个乡镇处理中心、261个村级综合服务点。通过第一阶段的建设和改造提升，目前已建成2个共配中心、1个乡镇处理中心和85个综合服务点。

四明山区域共配中心便是其中之一。四明山区域共配中心位于余姚市梁弄镇，于2022年6月正式投用，软硬件共计投入200万元左右，配送范围辐射梁弄镇、大岚镇、鹿亭乡、四明山镇4个乡镇，为进一步畅通“工业品下乡、农产品进城”双向流通渠道，推动乡村振兴打下了扎实基础。

“共配中心集快递共配、农产品常温仓、冷链仓等功能于一体，使山区进出港件双向流通节点功能得到质的提升，切实解决了农村群众寄递难题，获得地方群众一致好评。”包立勋表示。

打好“引导牌” 推进邮快合作

与此同时，余姚市全力推进邮快合作，兜底解决偏远地区快递进村难题。在宁波市邮政管理局的引导下，余姚邮政积极发挥资源优势，与多家快递公司开展邮快合作，以共配中心为中转节点，由邮政负责山区“最后一公里”配送。

目前邮快合作已覆盖大岚镇、鹿亭乡、四明山镇的38个建制村，快件投递量最初每月只有1000多件，现在每月近2万件，增长了近20倍，累计代投量达到24.8万件。

在客货邮融合方面，余姚市通过遍布城乡的公交车辆富余装载空间将快递商品及时送达乡村服务站点，推动形成“农产品+电商+快递+便民”的服务模式，实现节点资源集约利用，进一步提高农村物流网络节点覆盖率及农村物流组织率，支撑城乡双向物流配送网络有效衔接，打造四明山蜂蜜、大岚土鸡、鹿亭粉丝等优质农产品出村快速通道，为村民提供生活便利的同时拓宽了增收致富渠道。

“合作后，不仅快递企业、公交公司、村民受益了，我们邮政企业的运输成本也下降了，每条线路少投入3万元。”包立勋说，“依托县乡村三级物流体系和多方合作，今年余姚邮政已拓宽助农销售1900余万元。”

打好“惠民牌” 助力共同富裕

邮快合作开展之前，唐财根所在的邮政网点每天只有四五十件包裹，现在达到了三四百件，2022年“双11”高峰期时达到六七百件。

从摩托车、皮卡车到小面包车，再到如今的大货车，随着快件数量的持续增长，唐财根的投递工具也逐步升级。这也是山区群众幸福生活的见证。唐财根说：“大家日子越过越好，包裹里除了有水果、海鲜等，还有一些洗衣机、电冰箱、油烟机等大家电，有时还有一些墙板、地板等装修材料。所以，投递工具得跟上，不能‘掉链子’‘扯后腿’。”

便利的物流体系和优质的物流服务也给余姚山区群众带来了实实在在的好处。“吃的用的都能从网上买，唐师傅给送到家里，现在住在山里和城区没什么区别。”对于这两年邮快合作快递进村带来的便利，四明山镇梨洲村村民王大爷最有发言权。最早的时候，王大爷买件衣服要去梁弄镇，想买件好点的衣服要辗转余姚市区，很不方便。“现在，想买什么只要告诉孩子，他们就会挑选妥当，网上下单，我只需要等着投递上门就行。”王大爷说，想寄点番薯枣子、笋干等山货给孩子，也很方便，当天就能发出去，别提多方便了。

共富路上，发挥作用的不止邮快合作快递进村，余姚邮政的线上平台“邮掌柜”也成为一抹亮丽的风景。

在大岚镇小岩岭头的一处养鸡场，养殖户沈海江在这里养土鸡已有18年。“2004年大概只卖出200只土鸡，2022年在邮政的帮助下预计可以卖出4000多只。”沈海江细数这些年的变化，那时交通不便、物流不畅，他便托朋友把土鸡带出去销售，或者等人上门来收，定价也没有话语权。后来，余姚邮政主动上门，把沈海江的土鸡放到余姚邮政的线上平台“邮掌柜”系统，帮他拓宽土鸡销售渠道。如今，沈海江不再担心土鸡销路，只需一门心思提高土鸡的品质。“土鸡在‘邮掌柜’上架后，知名度大大提升，有不少人专程来我的养鸡场买土鸡。2023年土鸡销量预计可以达到5000只。”

包立勋表示，“邮掌柜”依托邮政网点配送，致力于为农产品上行提供专业化供应链快递服务。现阶段，“邮掌柜”可以为消费者提供各类特色农产品的配送服务，服务范围辐射余姚主城区和慈溪浒山主城区三环内，当天下单的农产品快件可以确保当天甚至1小时内完成配送，服务速度堪比送外卖，打通了山区特产、当季生鲜等农产品进城渠道。

智慧物流如何迈向新台阶？

□ 絮语

现察与思考

智慧物流，在笔者眼里是物流行业备受瞩目的赛道和风口，回眸2022，笔者想谈谈对智慧物流发展的感悟。

展现实力

2022年8月31日—9月5日，2022年中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”），以线上线下相结合的方式在国家会议中心和首钢园区举办，中国邮政速递物流、顺丰、中通、圆通、韵达、申通、菜鸟、美团配送8家会员企业联手打造的“快递服务”展区，展示了自研快递智能新设备、新产品，发布了科研成果，阐述了智慧物流的发展理念。

中国邮政速递展出了邮政无人机以及“会说话”的明信片设备；中通展示了末端无人配送设备体验场景下的先进成果——油电混合快递无人机；美团配送“打包”展示了9项创新服务产品，其中，骑手的“智能安全头盔”，融通了物联网传感器检测技术、智能语音交互技术。

除了硬件，还有软件。韵达的“大掌柜”系统为快递网点提供快递全生命周期的全面监控；申通展示了自主打造的“申小蜜”快递网点智能客服系统；圆通为亚运会量身打造了物流运作及控制信息系统——亚运物流数字管理系统。京东物流展示了自主研发的第五代智能快递车，最大可载重200公斤，可续航100公里，集成了高精地图生产、融合感知、行为预测、仿真、智能网联等10大核心技术，可以实现L4级别自动驾驶。

京东物流，有较丰富的场景和一线数据，其研发的无人机、无人配送车、立体仓库，都走在行业的前列。服贸会上，物流龙头企业展示了其新的智慧科技产品，标志着物流企业在智慧科技领域的突破更加深入。

第五届进博会上，联邦快递，ups，DHL等国际快递巨头悉数登场，更让人瞩目的是国内物流企业面向全球展示了中国智慧物流的创新产品，发出中国声音、增强中国物流企业国际影响力。极兔携手海尔生物，共同打造规范化、标准化高端温控物流产品，共建全球航空温控产业生态平台；美团无人机与全球房地产专业服务和投资管理公司仲量联行（JLL）推出面向商办楼宇集群场景的无人机配送项目；中远海运、菜鸟物流、嘉宏集团、圆通、韵达等国内知名物流企业也都展示了自主研发的智慧物流产品。

智能物流场景。 本版图片由本报资料室提供

制造融合

中国制造业有超大规模的市场优势和内需潜力，近年来，高技术制造业增加值增速接近10%，以华为、大疆，海康威视为骨干的高新制造业不断释放出中国制造的强大发展动力。

数据显示，工业品从原材料采集、生产制造到消费端整个流程中90%以上的时间处于物流环节。笔者认为，制造业能否继续保持优势，关键在物流，在供应链，制造企业与物流企业在供应链运作中要深度融合。物流贯穿生产和销售的所有环节，如何让智慧物流系统满足智能制造时代的企业发展需求，让二者有效融合，是当前政府与企业关注的重要问题。

物流业与制造业融合具有政策红利。2020年，13个部门和单位联合印发《推动物流业制造业深度融合创新发展实施方案》，为物流业与制造业深度融合指明了方向，促进物流业制造业协同联动和跨界融合。

智能制造风口下，从原材料采购、产品生产到最终销售，贯穿产品全生命周期的智慧物流系统正在成为推动制造业物流发展的重要引擎，为制造企业构建柔性供应链以更好地适应市场环境变化提供了可能。

“制造+智慧物流”的融合发展，促进了制造的进步与智慧物流的发展，智慧物流服务的快速发展是一种发展趋势，它渗透到制造业，推动了制造业核心产品的研发提升和结构升级。智能制造已成为当前制造业发展的主流方向，并成为制造业创新升级的突破口和主攻方向。

协同共享

在笔者看来，物流已从附属服务转变为提高制造企业市场竞争力，降低成本，挖掘利润空间的重要一环，物流企业与制造企业融合发展格局正在形成，以物流为内涵的供应链越来越显出重要作用。

2022年的智慧物流，基于技术创新，但不囿于自身技术创新，而是遵循实体经济发展客观需要，将一个个共性关键技术创新产业工艺化，最终实现全产业的全要素生产率提升，为中国制造业由中低端向高端转型提供了技术支撑。智慧物流的核心是“协同共享”，与制造业融合的价值在于对物流的深度认知和适配能力的提高，深度认知赋予了它超越竞争者的产业适配力，能够打穿从B端到C端的生产关系全链路。

据数据测算，2022年我国智慧物流市场规模达6995亿元，到2025年我国智慧物流市场规模可能会超过10000亿。

以笔者之见，我们正处于设计和制造产品革命的风口浪尖，高质量增长的中国产业链对物流要求不断提高，从过去单一的点状服务，向全链路综合物流解决方案偏移，加快不同链路的物流资源整合，成为发展方向，制造与智慧物流的融合将在2022年的基础上阔步前行。

2022年12月份物流业景气指数较上月回落0.4%

中国物流与采购联合会发布的2022年12月份中国物流业景气指数为46%，较上月回落0.4个百分点；中国仓储指数为48.7%，较上月回升4.6个百分点。

中国物流与采购联合会会长助理何辉认为：2022年12月份，物流业景气指数较上月继续回落。从指数上看，业务量和新订单数量降低、库存增多、库存周转减慢、从业人员数量减少，同时受供需关系影响，物流服务价格上涨。从区域看，东中西部地区均位于收缩区间。从企业规模看，除大型物流企业业务需求位于扩张区间，中小微型物流企业仍位于收缩区间。2022年12月由于新冠病毒感染疫情冲击，业务量需求不足，企业到岗率下降，随着各地平稳渡过疫情高峰期后，经济秩序将有序回归正轨，物流行业将恢复至正常水平。

业务总量和新订单指数回落。2022年12月份，业务总量指数和新订单指数分别为46%和45.2%，较上月分别回落0.4和0.7个百分点。

从业人员指数回落。2022年12月份，从业人员指数为44.2%，较上月回落3.2个百分点，显示出物流行业劳动力有所不足。

物流服务价格指数回升。2022年12月份，物流服务价格50.4%，较上月回升2个百分点，显示出受供需关系影响，物流服务价格短时上涨。

（中物联供稿）