

东北振兴的快递力量

□ 张明珠

近期，哈尔滨冰雪旅游爆火，引起了全国对东北的关注。东北地区作为中国粮仓的“压舱石”，长期以来为全国人民提供优质的粮食。东北还是我国“一带一路”向北开放的重要窗口。邮政快递业不仅助力“中国制造”走向国门，还将“洋货”送达全国。邮政快递业如何助力黑土地上的粮食走上千家万户的餐桌？快递服务延伸进村，科技赋能粮食产地仓是东北粮“邮”力量的最好见证。



物流仓库。本报资料室供图

线上市场旺

“捏把黑土冒油花，插双筷子也发芽。”东北黑土地总面积高达109万平方千米，肥沃程度正如东北俗语所描述的那样。

“黑龙江省粮食总产量1557.64亿斤，连续14年位居全国第一。”“吉林省粮食产量再创新高，达到837.3亿斤，连续三年超过800亿斤，全国排名晋升一位。”“2023年辽宁粮食产量达512.7亿斤，创历史新高。”2023年12月，国家统计局发布的数据显示，2023年全国粮食生产再获丰收，东北三省的粮食产量接连发出喜讯。

那么，黑土地上的品质好粮如何走向千家万户？线上购物平台下单原产地粮食或成为人们喜爱的屯粮方式。

2023年9月，京东消费及产业发展研究

院发布了《2023丰收节一线上农产品消费报告》(简称《报告》)。《报告》显示，2023年1月至8月，京东平台销售的米、杂粮增长超过91%。从京东销售数据来看，东北三省售出了全国64%的米面杂粮。

线上消费市场的高速发展使东北粮食产业迎来新机遇，快递服务东北粮食产业发展有了更多可施展的空间。而线上消费的增长也恰恰说明，优质的快递服务一方面助力东北粮食产业发展，另一方面激发了消费者线上买粮的热情。

随着东北地区“快递进村”工程的推进，逐步完善的快递基础设施及服务体系有力带动了各地乡村电商产业发展，电商成为宣传农业品牌、吸纳农村劳动力就业

和农民自主创业的重要渠道。农民通过快递服务可以便捷地将东北粮销往外地，畅通了“从田间到舌尖”的供货渠道，提升东北粮销量，促进农民增收。

大米是东北地区农产品的一张名片，受到全国各地消费者的欢迎。2022年，黑龙江省哈尔滨市大米品牌价值突破千亿元大关，其中，五常大米连续7年蝉联地标产品大米类全国第一。哈尔滨市不仅有闻名全国的五常大米，还包括通河县、方正县等有地理标志的大米品牌，形成了以哈尔滨市五常为主、其他区县为辅的大米种植、加工、仓储、电商和物流快递一整套产业链和供应链，在全市邮政快递企业的积极参与下，打造出快递服务农产品

“大米”项目。

吉林省邮政管理局鼓励邮政快递企业为“吉字号”特色农产品上行提供专业化供应链寄递服务。2023年上半年快递服务农业业务量2292万件，实现收入7793万元，服务产值14亿元。快递服务“长白山人参”“长春大米”“白山人参”3个金牌项目累计业务量1993.41万件，业务收入1.13亿元。

辽宁省邮政管理局鼓励快递企业满足农产品上行寄递服务需求，扩大快递服务现代农业项目覆盖面和规模，在大连海味、沈阳新民大米之后，推动大连樱桃、丹东草莓入选全国快递服务现代农业金牌项目。

村里发货忙

可以提供体系化物流解决方案，快递进厂帮助商家打包发货、提供商品储备仓为商家节省短驳运输成本、提供客服提升客户服务能力等多种服务模块可供客户选择。

据了解，五常申通目前合作的五常大米商家超过100家，其中80%以上是基层农户、合作社为主的中小型商家，日发货量超4万件，超200吨。五常申通的操作地设有4500平方米的大型货物分散中心，配备大型自动化分拣设备及包装设

备，共有货物运输车9辆。

为了给大米商家提供更好的快递服务，各家快递企业纷纷通过引进新设备、优化发运模式等形式提升时效和服务品质，助力当地大米产业发展。

五常京东的发运模式以产地直发为主。为保障客户时效及货物安全，减少中转环节，京东快递整合了华北、华东、华南、华中的运输线路，整车直送到目的地，由此提高了整体时效，运输时间同比

缩短了1天。

统计数据显示，2022年10月至2023年9月底，哈尔滨市邮政快递企业揽收大米业务量累计达到3441.9万件，为邮政和快递企业累计增收1.7亿元，带动就业3654人。

据了解，黑龙江省培育出快递服务现代农业超千万件项目1个、超百万件项目10个，带动产生寄递业务量5729.17万件、业务收入3.42亿元，带动农特产品销售额23.14亿元。

仓链助发展

在冬季，东北地区受降雪天气影响大，能不能向外正常发货成为商家最牵挂的事。近年来，沈阳、盘锦、哈尔滨、长春、松原……几乎每个大米产地都有了菜鸟产地仓，让商家可以就近发货。以沈阳直营仓作为兜底仓，菜鸟供应链可以满足商家在特殊情况下紧急发货的需求。加之在南方等地开设的分仓，可以进一步分散突发风险，保证履约。完善的运营体系也保障了出库时效。根据统计，菜鸟产地仓24小时出库率99.9%。

同时，针对大米、大豆等农产品重货，菜鸟供应链在末端配送方面为商家嫁接了菜鸟速递送货上门服务，提升消费者线上购买东北粮的消费体验。

据了解，为了服务更多的商家，根据

商家需求匹配资源，在直营仓之外，菜鸟供应链还开启了新模式：筛选当地比较优质的经济仓，嵌入菜鸟供应链的科技能力与运营经验。仓内嫁接菜鸟的系统，通过系统对仓内商品进行效期管理、入库规范、产品信息维护等，减少了仓内、快递、商家的对账矛盾等现象。同时，以菜鸟的标准严格要求仓内操作，例如库区管理优化、虫鼠消杀，考核发货及时率、揽收及时率等，整体提升仓内的规范操作能力。

不仅如此，基于产地仓资源，菜鸟供应链还打造出产地仓解决方案，为商家提供厂仓一体运营、专项仓全托管、包材采购、加工组套等服务。菜鸟沈阳产地仓相关负责人表示，农产品产地仓建设即“最

先一公里”的竞争，是推进农产品上下行的新模式，对促进我国农产品市场流通、保障消费安全、加速农业增产农民增收具有重要意义。

未来，数字化引领的产地仓模式可凭借低成本、快物流、高效率、高价值、强品牌等优势助力解决东北地区农产品上市损耗和产后“最先一公里”难题，推动东北地区农产品“种加销服”(种植、加工、销售、服务)等一体化发展，提高农业产业链增值能力，促进农业提质增效，助力东北地区乡村全面振兴。

快递服务延伸进村，仓储供应链科技赋能，邮政快递业助力黑土地的粮食卖上好价钱，让越来越多的消费者吃上优质正宗的东北粮。



1月9日，国际航空运输协会发布的2023年11月全球航空货运市场定期报告显示，航空货运需求实现近两年来最强劲的同比增长。虽然一部分原因是2022年11月疲软，但也反映出航空货运需求增势喜人。

同比2022年11月
全球航空货运需求
按照货运吨公里计算
同比增长8.3%
国际需求增长8.1%

运力同比2022年11月
增长13.7%(国际运力增长11.6%)
国际客运市场在疫情后继续复苏
客机腹舱成运力增长的最大推手
与2019年11月(疫情前)相比
需求下降2.5%
运力增长4.1%



亚太航空公司
2023年11月航空货运量
同比2022年同期增长13.8%
大幅高于2023年10月增长率(7.6%)
与2022年11月相比
该地区航空公司的可用运力增长29.6%

北美航空公司
2023年11月需求增长最为疲软
货运量同比增长1.8%
与2023年10月份(下降1.8%)相比显著改善
运力同比增长4.0%

欧洲航空公司
2023年11月航空货运量
同比2022年同期增长6.7%
比2023年10月份(增长1.0%)表现更佳
运力同比增长6.5%

中东航空公司
2023年11月表现最为强劲
货运量同比增长13.5%
与2023年10月(增长13.0%)大抵持平
运力同比增长15.4%

拉美航空公司
2023年11月货运量同比2022年11月增长4.2%
与2023年10月(同比增长4.0%)几乎持平
运力同比增长7.7%

非洲航空公司
2023年11月航空货运量增长3.9%
与2023年10月(增长2.9%)相比略有改善
运力同比增长14.0%

(全媒体记者许愿制图)

2023年长航局系统贴近民生10项服务举措已全部完成

(上接第1版)

推出“长江e+”综合性服务平台，为船员、船舶、港航企业等提供“一站式”政务服务办理服务。“长江e+”平台2023年4月3日正式发布运行，融合长航政务、“船E行”、三峡通航e站等多项航运应用核心业务，包含通航信息、过坝服务等6大类40余项功能，提供过闸、岸电、污染物接收、加油等一站式、综合式、权威性的航行服务，截至目前“长江e+”累计访问总量约1800万次。

在长江江苏段深化应用港航一体化信息平台，提供锚地管理、拖轮服务、引航服务、岸电使用、船舶防污等全方位信息资源。截至2023年11月底，已完成江苏辖区码头共用一套系统、数据标准统一的目标，实现了船员照片上传、进出港核查水印修改、远程自动复核审批等多项功能，全面上

线拖轮、交通艇、引航、岸电、污染物接收等服务，便利船舶的全流程作业，做到辖区船舶全过程服务。

新设长江江苏段内河小型船舶待装待卸临时停泊点，实施大型海轮进江“直进直靠、直离直出”绿色通道，缓解重点区域因锚地资源紧张导致的锚地停泊难问题。长航局科学设置20处内河小型船舶待装待卸临时停泊点，发布关于内河小型船舶待装待卸临时停泊点建设运行的实施意见及通告，提供干散货船、集装箱船舶位177个，累计服务船舶2万余艘次。印发了进江海船“直进直靠、直离直出”绿色通道工作指南(试行)及通告，通过微信发布平台向社会公布锚泊情况，正式启动苏冀国家能源运输船舶绿色通道，明确苏冀能源运输船舶“四直”绿色通道工作规范和实施细则，全面梳理大

风条件下临时避风水域，开发智能化船舶锚泊服务系统，缓解大风条件下船舶避风需求。

试点三峡锚泊待闸船舶生活用电“船电宝”模式，为船舶停泊期间提供用电便利。2023年，长航局相关单位顺利完成“船电宝”研发，1月起在亲河1038、圣通78轮上试用，合计用电量近2.2万度，相当于减少17.2吨二氧化碳排放量，满足船舶日常生活用电需求。同时，在水上服务区进行了样机展示，将相关数据接入长江干线岸电监管系统以便用户查看，对“船电宝”安装船企进行跟踪回访，用电保障水平进一步提升。

实施船员身心健康关爱行动，为船员朋友提供医疗咨询及医疗应急服务。长江航运总医院深耕细作船员体检全流程服务，2023年完成船员体检(含海船、内

河及达飞)16553人次，实现船员健康证在微信公众号申领及邮寄等常规便捷办理路径；开设“船员健康小讲堂”，发布健康科普36期，拍摄科普视频《改变生命的航程》，船员健康知识科普多维推进。

拓展船员线上服务，实现船员轻微违法行为学法免罚、重点航段航行操作指引、网上培训精品课程等在线培训和学习。一年来，“幸福船员”公众号服务架构进一步优化。对接“船E行”平台，新增“水污染”“水上交通”“船舶岸电”“智慧政务”“远程处罚”“锚泊服务”等六项服务功能，组织开展直播直播活动，进一步拓展服务船员范围。“幸福船员”视频号开通，新增“船员宝典”“船员生活游记”“船员小课堂”等栏目，为船员提供学习和展示自我的平台。2023年以来累计发布图

文推送228条，总阅读量超过260万次，公众号总关注人数已突破76万人，是全国交通运输系统关注人数最多的官方自媒体平台之一。

依托长航局政务新媒体，发布长江航运市场信息，更好地服务引导港航企业生产经营。2023年，长航局建立了市场信息发布机制，印发了《长航局长江航运市场信息发布工作管理办法》，信息发布工作不断加强，通过局网站、长江e+、“长江航运”公众号等发布长江航运价格指数及分析共48份、景气指数4期、船员工资指数4期，印发12期长江航运市场情况简报，组织汇编长江水运系统统计资料，组织长江重点港口和航运企业召开4次长江航运生产形势分析座谈会，开展水运生产运行特点和形势分析交流，提升市场信息引导能力。