

快递业务量破千亿背后：“两进一出”落地显效 发展堵点亟待疏通

■本报记者 昌校宇

在今年第342天突破千亿件业务量的快递究竟有多快？简单来说，在短短的5分钟时间内，全国共有逾百万件快递在流转。

从前车马很慢，书信很远；如今快递发达，商品很近。事实上，快递已不再单纯是产业链末端的“搬运工”，而是连接千城百业，促进上下游资源整合，实现生产、流通和消费无缝对接的“协调员”。

在令人振奋的数据背后，也有发展的不平衡性。例如，在政策层面着力推动的“两进一出”工程成效显著，但仍存在进村成本过高、进厂适应性不足、出海“水土不服”等发展堵点。

快递进村带动工业品下乡 乡镇及村级网点盈利难

推动快递进村是畅通城乡经济循环、服务乡村振兴战略的重大工程之一，也是实现快递业高质量发展的必由之路。国家邮政局印发的《快递进村三年行动方案（2020—2022年）》明确，至2022年年底我国符合条件的建制村将基本实现“村村通快递”。

在此背景下，各地纷纷出实招加快推进快递进村，一系列数据是成效的最佳佐证——目前，全网每天有1亿件包裹送进农村；快递服务乡镇网点覆盖率达到98%，快递直接投递到村的比重超过一半；今年1月份至8月份，农村地区快递收投量已经超过280亿件，较上年同期增长超30%，带动农产品进城和工业品下乡1.4万亿元。

不过，《证券日报》记者调查发现，尽管当前快递进村成效显著，但“一点布局到家”的美好规划，仍被部分村落布局分散、进村成本过高等问题所阻挡。

湖南省耒阳市福源乡村物流有限公司总经理尹义平于2015年成为“快递进村”队伍中的一员，主要和国内多家快递公司合作，在湖南省衡阳市下辖县级市（耒阳市）开设了24个乡镇综合服务站和135个村级快递服务点。

由于快递进村派送成本高，加之低价模式搅动下沉市场，尹义平的部分快递服务站一直处于亏损状态。他向《证券日报》记者算了一笔账，“目前每个快件从县区到乡镇再下沉到村一级，快递总部（前端）给加盟商派单费仅为0.7元/件—4元/件（50公斤以下，快递品牌不同则价格不同），而公司所要承担从市到乡镇再到村的三级运输、分拣、派送等环节的成本为1.5元/件，很多情况下是亏本接单。同时，依托于快递的电商副业反而成了弥补亏损的主要来源之一。”

由于村落布局分散、业务量少、成本过高，多数情况下尹义平不提供送货上门服务，90%的快件仍需村民自行到快递服务站寄取。而送货上门却是大部分村民的心愿，距离尹义平700多公里的河南省信阳市五里镇居民尹玉告诉《证券日报》记者，“由于我在异地工作，为

父母网购成了尽孝的常用方式，但去乡镇取快递是件麻烦事。期待快递公司早点到当地开设村级服务网点，解决‘上门’难题。”

国家邮政局发展研究中心研究一部副主任刘江对《证券日报》记者表示，快递进村在落地、推进过程中，仍存在不少难点、堵点，主要因农村消费相对分散，农产品上行季节性特征明显，需求不确定性等给快递网络稳定运行带来较大挑战。快递网络铺设后，企业运营效益不高，很多处于微利或亏损状态，持续运行压力较大。

除了进村成本，快递公司之间的过度竞争也让尹义平很头疼。“由于各个快递品牌之间有竞争，末端具有排他性，系统不兼容，导致快递服务站工作人员每天要使用多个操作系统，烦琐且容易出错。而且一旦出了大问题，责任如何划分，哪家快递总部担责又容易推诿扯皮。”

乡镇一级网络覆盖率已达96%以上的极兔速递，也面临农村快递服务体系建设难度大的问题。极兔速递执行总裁樊苏洲在有关部门召集的座谈会上表示，服务单量少、地域范围广、服务群体分散等都使得各企业难以凭借一己之力实现网络覆盖。为此，极兔速递选择因地制宜的快递进村方式，通过邮快合作、交快合作、快快合作等形式与其他单位合作，使快递服务触达农村。

国务院办公厅印发的《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》明确，到2025年，实现乡乡有网点、村村有服务，农产品运得出、消费品进得去。快递进村承载着农产品上行、工业品下乡的使命，刘江建议，“未来，可从政策支持、资金支持和模式创新等三方面助力‘快递进村’提速。”

市场容量达万亿量级 融合不深成发展“梗阻”

在很多业内人士眼中，进厂是“两进一出”中最迫切推进的一环。因为我国大约有670万家制造业工厂，散落在2000多个产业带中。他们是最有韧性的基本单元，也是中国实体经济的基本盘。在此背景下，探索快递进厂新模式，促进快递业与制造业深度融合发展被提上日程，而固链补链强链则成题中要义。

刘江介绍，“快递进厂可提高物流效率，推动制造业提质增效，提高整个产业链的竞争力，从而进一步支持制造强国战略实施。”

事实上，主要快递企业也在积极制定快递进厂方案。例如，在快递进厂工作中，韵达股份近两年坚持“仓配一体化，服务一站式”的进厂策略，服务制造业全链路需求。以合作的某集团为例，韵达股份专门成立一对一运营团队，将客户引入分拨中心，实现楼上仓储、楼下发货的运营模式。

不过，中国物流与采购联合会大数据分会副秘书长冯超对《证券日报》记者表示，目前，快递企业虽已积累一些快递进厂服务案例，但尚未形成被市场广泛认可的服务模



崔建岐/制图

“两进一出”落地显效 仍面临发展堵点

堵点一：村落布局分散、业务量少、成本过高、快递公司间过度竞争阻碍“快递进村”

堵点二：规模效益不明显、融合发展不深入、服务能力不适应等问题延缓“快递进厂”

堵点三：海外末端网络建设难度大，本地化运营困难及航空干线网络匮乏制约“快递出海”

式，制造业供应链的需求与快递企业擅长的电商件差异较大，快递业服务制造业仍存在规模效益不明显、融合发展不深入、服务能力不适应等问题。

刘江对此深表认同，快递进厂正处于模式探索阶段，制造企业有比较稳定的物流服务提供商，且很多为自建物流，快递企业依托寄递渠道拓展供应链业务，仅能满足部分制造领域基本需求，目前还处于摸索阶段，系统集成和供应链整合能力还不能适应高端制造需要，特别是在定制化和国际供应链方面短板明显。

《关于促进快递业与制造业深度融合发展的意见》明确，到2025年，快递业服务制造业范围持续拓展，深度融入汽车、消费品、电子信息、生物医药等制造领域，形成覆盖相关制造业采购、生产、销售和售后等环节的供应链服务能力。

“快递进厂市场空间巨大，市场容量在万亿量级。”刘江认为，未来解决快递进厂堵点可从战略合作、并购重组以及提升综合服务能力方面发力。

“快递出海”积极布局 “最后一公里”难题待解

物流服务已成为贸易增量的“刚需”。

2022年1月1日，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）将开始生效。商务部副部长任鸿斌此前表

示，RCEP协定生效实施后，区域内90%以上的货物将逐步实现零关税。RCEP将为本地区带来新的贸易增量，根据有关研究机构预测，到2035年，出口和进口累计增量将分别达到8571亿美元和9837亿美元。

RCEP签署以后，国内快递企业已纷纷加速“出海”节奏，为RCEP的生效实施做准备。例如，截至目前，15个RCEP成员国中，极兔速递在包括中国在内的8个国家都拥有自营快递末端派送网络。百世集团在东南亚业务规模效应显现，利润率保持增长。今年第三季度，百世国际于东南亚地区的包裹数量同比上升78.7%达3710万件，其中泰国、马来西亚、柬埔寨的单量分别同比增长123%、933.2%、264.5%，业务毛利率同比增长4.1个百分点。

刘江认为，“快递出海有力支撑我国产业和产品走出去，保障全球供应链产业链的稳定。”不过，《证券日报》记者调查了解到，除了服务RCEP的效果尚待时间检验外，目前快递出海当前仍面临“水土不服”现象。

一位不愿具名的从业者表示，“快递出海面临三道坎，即海外末端网络建设难度大、本地化运营困难及航空干线网络匮乏。”

宜直运供应链管理有限公司义乌分公司总经理徐悦伟告诉《证券日报》记者，“国际航空小包方面，公司更愿意和UPS、DPD等国际快递公司合作。因为我们不但要保证将外贸企业客户的货物运出去，也要确保送上门。”

据徐悦伟介绍，货物从国内发出到欧盟等国目的地机场后，需要拆板分拣送到监管仓，然后历经清关、完税、提货、派送等多个环节，虽然我国快递企业在布局国际网络方面做出了许多有益尝试，但尚未形成网络规模，且清关资源等方面仍较欠缺，多数情况下即便货物抵达目的地机场，后续服务也无法跟上，派送需转交给其他国际快递公司，“最后一公里”难题急需破解。

“目前，快递出海的短板为国际航空运力及清关能力不足。”刘江认为，一方面，满足洲际飞行的全货机数量不足，航线航权等受到较大制约，海外疫情造成航班锐减，腹舱带货量也大幅减少，航空货运能力受限；另一方面，清关资源相对分散，中国快递企业走出去还处于起步阶段，掌握的资源相对有限。

冯超表示，疫情已让市场重新审视国际供应链，保证国际供应链畅通是快递企业的新使命。随着RCEP正式生效，区域贸易的一体化必将催生区域物流需求，例如最近“中老国际班列”的发车就是一个明显信号。对于快递企业来说，国际物流业务将迎来一波增长，也将出现更激烈的市场竞争。

“目前国际端的人、货、场布局必然需要重构，RCEP通过采用区域累积原产地规则深化了区域内产业链价值链，快递企业需要从区域一体化的角度评估整体供应链的运作效力，进而决策投资布局行为，挑战还是不小的。”冯超说。

独具慧眼

企业要做好“科技强国”基石

■赵学毅

12月10日闭幕的中央经济工作会议，要求2022年经济工作稳字当头、稳中求进。其中，科技政策方面强调，强化企业创新主体地位，深化产学研结合；完善优化科技创新生态，形成扎实的科研作风。

几天前的12月6日，中共中央政治局召开会议同样强调，科技政策要加快落地，继续抓好关键核心技术攻关，强化国家战略科技力量，强化企业创新主体地位，实现科技、产业、金融良性循环。

两次会议均重点提到了“强化企业创新主体地位”，显示出在加快建设科技强国过程中，企业的“基石”作用十分关键。

当前，我国的科技创新工作主要由各大高校机构、科研院所承担，企业与高校之间缺少链条式联系，难以直接实现从科技创新成果到生产力的转化。在今年9月27日召开的“2021科创领军者峰会”上，数十位科创板上市公司董事长及业内专家共同呼吁：我国须建立完整独立的科技创新体系，产学研合作已经成为提升企业创新能力的主要路径。

事实上，产学研合作目前还存在一些待解难题，比如科研院所与企业因需求、理念存在差异，难以有效匹配对接；产学研各主体间信息不对称、融资渠道不够顺畅；企业在成果转化方面的“二次创新”不够等。

企业作为创新主体，如何才能推动科学研究向高精尖发展，加快应用基础研究成果转化，打通产学研用通道？

转变传统理念，培养创新思维。在新时代，企业创新的核心在于“升级”发展思维，侧重点需从以往的硬资源（土地、设备、厂房等）转向软资源，知识、技术、管理、数据、企业家精神等应受到企业的格外重视；同时，需要改变零和博弈思维，形成双赢、多赢、共赢、共赢的格局。

激发企业创新活力，“咬定”人才不放松。人才是推动科技发展的重要原动力，也是科技创新中最活跃、最为积极的因素。“得人才者得天下”，企业在全方位培养、引进、用好人才，建设一流人才队伍的同时，要拓宽科研人员发展通道，完善薪酬、股权等多元化激励机制。企业“咬定”人才，才能在全球科技飞速发展的当下占得先机，实现人才强企目标。

坚持需求导向和问题导向。企业要在各自主营业务上扎根市场，发现一线需求，有针对性地提出科研课题，进而通过对接科研院所形成科研课题，使得产学研各方能够有的放矢。创新成果更贴近需求，更具有实际价值和现实意义。

资金精准投入，加快产品转化。2019年，科创板的设立拓宽了科技型中小企业的融资渠道，进一步降低了融资成本、提高了融资效率；2021年北交所成立，着眼于解决“专精特新”中小企业融资难问题，力度也不断增强。下一步，科创企业需要将募集资金精准投放，立足创新成果转化，不断做精产品、做强品牌影响力。

企业要做好“科技强国”基石，前提是强化创新主体意识，“升级”思维，“咬定”人才，立足市场主动促进产学研结合，最终在多层次资本市场的助力下，用产品力打造品牌内核，增强国际竞争力。

（上接A1版）

宁吉喆同时表示，积极扩大有效投资。用好用足、提前使用中央预算内投资、地方政府专项债券。加快推进“十四五”规划纲要确定的重大工程项目，聚焦“两新一重”新型基础设施、新型城镇化、水利交通等重大项目和补短板领域的有效投资。

“2022年的宏观逻辑在‘动能切换’，从房地产和出口切换到消费、制造业投资和新基建，有必要扩大消费和投资，形成内生动能。”罗志恒预计，新一轮消费政策将于今年底、明年初大面积展开。

明明表示，从双循环的维度来看，过去两年出口表现优异，对中国经济起到了较强的支撑作用。但随着疫情状况好转，全球产业链修复，以及较高基数等，未来出口对于GDP的拉动大概率会有所下降。事实上，要更加注重扩大内需，扩大投资和消费需求不仅在今年“稳字当头，稳中求进”的经济工作中至关重要，也是新发展格局要求的长期政策方向。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示，要着力扩大消费需求，需要稳步提高居民消费水平，重点促进住房消费健康发展，培育新兴消费和服务消费，适当增加公共消费和扩大节假日消费，顺应消费升级的需要，强化消费者权益保护。

在扩大有效投资方面，刘向东建议，既要瞄准重大工程项目开工建设带来的撬动效应，还要鼓励地方积极增加民生保障投资力度，切实做好补短板的投资，推动新型城镇化、乡村振兴等战略有效落地。同时，对投资资金既要发挥财政资金和地方专项债资金的牵引带动作用，更要激发市场主体加大投资力度，形成投资合力，释放更大的投资效果。

“预计明年上半年基建投资增速将在5%以上，乐观的情形下有望达到10%。”明明认为，在市场预期转弱、需求下降的背景下，应增加政府支出、政府投资来刺激需求、盘活经济。加快预算内投资支出节奏的同时，要明确政府和企业权责，保障城投平台合理的融资需求，做好配套融资工作，明年上半年形成实物工作量。加大对高技术产业和绿色产业的政策优惠和支持力度，鼓励其增加投资。

注册制改革“对表”顶层设计稳步推进

（上接A1版）

李湛表示，“股票上市后成换手更为充分，交易流动性前期得到有效释放。”以创业板为例，注册制推行后，首日平均涨幅达到232%，平均换手率大幅提高至66%。

“市场优胜劣汰机制逐步形成。”李湛解释，注册制有效改变了过去市场中存在的新股“供不应求”预期，市场“炒新”现象明显下降，且随着股票数量持续增长，股票“壳价值”逐步下降。市场“炒差”的现象也在日益减少，机构溢价逐渐增强，质优公司的股票更受青睐。

证监会主席易会满在2021金融街论坛年会上表示，“以注册制改革为龙头，发行、上市、交易、退市、持续监管等基础制度得到体系化改善”。

常态化退市制度的建设正在不断推进。截至2021年12月12日，今

年以来A股市场已有17家上市公司强制退市，创出历史新高。

强调压实中介机构责任

证监会主席易会满年内的8次公开发言中，至少5次提到“中介机构”，而在推进的注册制改革更加强调压实中介机构责任。

董忠云认为，在以信息披露为核心的注册制改革下，中介机构的勤勉尽责是改革的基础和保障。注册制相关制度在设计之初，就要求中介机构归位尽责，发挥好资本市场“看门人”职责。

今年以来，监管部门多次强调要压实中介机构责任，相关监管细则也陆续完善和出台。在此背景下，保荐代表人领罚单情形明显增多。中国证券业协会对C类保荐代表人的公示信息显示，截至12月12日，今年以来保荐代表人共

收到76张罚单，这一数量已超2020年全年。

“注册制下，中介机构的角色发生很大变化，要保证信息披露的完整准确，对发行人的经营情况、风险、申请文件等信息披露资料进行客观判断和全面核查，为投资者提供更有价值的标的。”董忠云认为，压实中介责任有利于帮助真正优质企业上市，保护投资者权益，保障注册制稳步推进。

在李湛看来，在注册制扩围过程中，有不少中介机构、上市公司或其他涉事主体因信披不完善或未尽职履责而被处罚。这对相关市场主体形成了较高威慑力，较好地督促了他们明晰责任边界、重塑职业理念。“雷厉风行的监管保护了投资者的合法权益，尤其是中小投资者的合法权益。投资者对注册制下资本市场质量更有信心，从长远来看有利于资本市场

的蓬勃发展。”

继续递进式、多层次改革

今年注册制改革的关键词以“稳”为主，而“十四五”时期“全面实施”为主旋律。

展望未来，李湛认为，全面实施股票发行注册制应继续实施递进式、多层次的推进策略，稳步进行改革。

具体来看，先试点后推开，通过增量改革带动存量改革。注册制的扩围是从增量逐渐触及存量，试点效果卓越再行推广。未来，主板的改革应该吸收创业板和北交所的改革经验，兼顾增量与存量。

同时，设定差异化的上市门槛和投资者门槛，在融资便利和投资者保护间寻找平衡。科创板投资者门槛从一开始就设置为较高的50万元，创业板改革后门槛提高为10万