



贵港宣传微信



贵港新闻网



贵港日报抖音



驿路春风 阡陌通途

——我市快递进村激活城乡“双向奔赴”

全媒体记者 欧钰宇

“滴滴滴……”3月17日11时30分许，7辆整装待发的绿色邮车有序地驶离位于贵港西江工业园区的贵港邮政邮件处理中心，4.3万件快递随着货车，奔向港北、港南、覃塘三区25个乡镇快递网点。

工业品下乡，农产品出村，农村寄递物流是重要的渠道。今年中央一号文件强调“深化快递进村，加强村级寄递物流综合服务站建设”，更体现出畅通农村物流的重要性。

农村寄递物流一头连着生产，一头连着消费。深化快递进村，对村民的生活有哪些影响？

“快递进村到家，蛮方便的”

3月14日傍晚，港南区木梓镇新莲村寄递物流综合服务站逐渐热闹起来，前来取快递的村民一个接着一个。他们在服务站工作人员的指引下，熟练地在货架上寻找自己的快递，自行在仪器下扫码取件。

“我网购了一袋化肥，小包装的，正好一次性用完。”“最近回南天太难受了，我买了除湿袋回来试试看管不管用。”前来取件的村民有购买化肥的老汉，有为家庭琐事操劳的家庭妇女，有帮爱人跑腿取件的小伙子，还有朝气蓬勃的中学生，男女老少皆有。“网购的商品快则2天左右、慢则4天左右就能到服务站了，我从家里骑电动车到服务站就四五分钟的时间，很方便。”村民徐女士说。

新莲村寄递物流综合服务站负责人黄海坚介绍，该服务站在原来“三农”服务站的基础上，于2019年建成投入使用。目前，已有邮政、顺丰、京东、中通、圆通、申通、韵达和极兔8家邮政快递品牌企业入驻。近两三年来，服务站接件量逐年递增，日均件量由200多件增长至500多件。快递数量的递增，让村民从快递进村的便利中体验到足不出户便能购物的快乐，也映射出村民消费意愿和消费能力提升。“以前村民买东西不动就得去镇上，费时间不说，还不一定买得到。现在打开手机，看合适就买。”黄海坚说。

黄海坚管理服务站也很方便，门面是自家的楼房，正好在村口的公路边，只需添置货架、快递出库扫描仪和标签打印机，以及手机上安装对应邮政快递企业的入库App，即可实现快递出入库管理。“邮政和顺丰的包裹由他们的快递员送至服务站，其他快递品牌的包裹则需要我到镇上的快递网点拉回来。每天一趟，关系到村民的购物体验，可不敢懈怠啊。”黄海坚说。

近年来，我市通过新建或整合行政村（社区）和现有供销社基层服务网点、益农信息社、农村电商服务点、农产品购销代办站、村委会办公场所、党群服务中心等乡村公共设施资源，以及易地搬迁安置点公共用房，建设村级寄递物流综合服务站。经过多方努力，我市农村邮政、快递网点数量稳步提升，全市设置并保持运营的邮政村级服务站数量由去年11月底的235个增至目前的530个；中通、圆通、申通、韵达、极兔“通达兔”快递品牌农村快递站点突破200个，“通达兔”快递品牌覆盖建制村超过150个。

村级服务站点建设，往往面临着难以持续经营的问题。“我们还通过推动农村电商服务点、益农信息社、邮乐购站点、农村金融综合服务站、供销社基层服务网点等融入服务站点，支持其他经营性业务叠加，以快递引流，实现站点共建、服务共享、提高营收。”市邮政管理局行业管理科科长刘健说。

“农产品产地直发，帮大忙啦”

连日来，平南县高寨荔枝龙眼种植专业合作社理事长聂士杰正忙着给龙眼树疏花、灌溉，期盼着今年能有个好收成。

平南县安怀镇新益村、安怀村有20多户农户加入聂士杰的合作社，种植面积达2000多亩，年产龙眼200万公斤左右。“以前主要靠广东客商上门收购，近几年搭载了邮政的电商平台和快捷的物流，收购价格每公斤提高了1元至2元，既拓宽了销路，也保证了我们种植户的收益。”聂士杰说。

去年石硌龙眼采收的时节，是聂士杰和中国邮政平南县



中国邮政贵港分公司直播团队在田间地头直播售卖白玉蔗。杨方砚供图



桂平市木乐镇兴旺市场中通快递中转场工作人员正在分拣快递。

全媒体记者欧钰宇摄



村民到港南区木梓镇新莲村寄递物流综合服务站取件。

全媒体记者欧钰宇摄

分公司合作的第5个年头。邮政快递依托自身渠道优势，整合电商平台、直播带货等销售渠道，到田间地头开展溯源直播，并将邮件处理前置，在地头直接打包、分装和转运，去除了中间环节，确保了水果的新鲜度，减少了因多次转运带来的破损风险。

同样受益于邮政农产品产地“电商+产地仓+快递物流”仓配模式的，还有港南区木格镇木格村的张容基。张容基种植白玉蔗40多亩，每年收成的甘蔗怎么卖，他的心中有自己的小账本。张容基认为外地收购商给出的收购价格较低，不愿

将白玉蔗卖给收购商，销售主要靠路边摆卖和熟人订购。“外地收购商每捆白玉蔗收购价在35元左右时，我每捆零售价可卖到50元左右，而邮政的收购价介于收购商和零售价之间，每捆40元左右，我还是很乐于跟他们合作的。”张容基说。

为向全国推广木格白玉蔗，去年11月，中国邮政贵港市分公司联合市农业农村局、中国邮政郑州市分公司等单位进行跨省联动，在郑州市白玉蔗产销对接会和木格镇产地同时开展“1600公里甜蜜之约”溯源直播。活动直播间观看人数1.3万人，点赞量7.2万，累计订单1万件，销售额20万元，

成功提升木格白玉蔗知名度和产品销量。

“农产品品牌推广是提升产品知名度、增加市场份额、提高销售量的关键。”中国邮政贵港市分公司市场部经理刘强说，该公司聚焦本地农产品推广，通过中国邮政品牌项目“邮政农品”标识认证，提升“石硌龙眼”“木格白玉蔗”等农产品品牌附加值，增强品牌市场竞争力。

快递与产业融合发展

夜幕降临，在中国休闲运动服装名镇桂平市木乐镇，兴旺市场的快递中转场迎来了一天中最繁忙的时刻。卸车、收件、核验、入库、分拣、装车……工人在自己的岗位上各司其职，现场一派火热繁忙景象。

兴旺市场快递中转场占地面积2000平方米，由圆通和中通两个快递品牌共同租用。许可宇是中通快递品牌经营者，也是木乐服装产业与快递物流融合发展的见证者之一。

早些年，许可宇在广州亦是从事快递行业，受市场低价竞争影响，再加上在广州从事网络销售的木乐商人逐渐回归家乡发展电商企业，他便决定随大流回到木乐产地源头收货发货。起初，许可宇开着面包车，将货物运到广州发货。他仅用一个月的时间，便将日均件量从不到百票做到上千票，他看到了希望，信心大增。然而，这些跨区域跑出来的电商快递量，使用的是广州的快递面单，是典型的“快递黄牛”现象，存在寄递隐患的同时，也不利于当地快递行业发展。

经多次调研，2021年初，市邮政管理局针对木乐快递与服装电商发展现状，积极推进快递进村工程和县乡村物流共同配送体系建设，引导快递经营者加盟正规快递品牌企业，促进乡镇快递物流和制造业融合发展。

许可宇抓住木乐服装电商产业快速上升发展的势头，服务木乐服装产业发展，成为木乐服装电商企业的“收件人”，“木乐地方特色制造业+电商+快递”的发展模式得以验证。“现在属于淡季，日均件量在1万票左右，旺季时日均件量有近3万票。”许可宇说。

如今，木乐镇电商市场主体有630家，涉足拼多多、抖音、京东、天猫、淘宝等网络平台，日均寄递量3万票，电商销售年均超5000万套，带动电商就业约3000人，涌现出蓝神体育、闪鹰体育、润跑体育、叁唐体育等知名电商品牌；木乐镇快递品牌取得经营许可网点有邮政、顺丰、京东、德邦、中通等9个，其中，分布在木乐镇上的快递网点有分支机构3家、末端网点19家。服装电商日均业务量比较大的物流公司达到1万票左右，部分快递品牌企业日均业务量在3000票左右。

为给行业创造更好的融合发展环境，在桂平市委、市政府以及有关部门的推动下，木乐镇在桂平市纺织服装产业园区内配套建设的电商物流园已交付使用。

电商物流园内，5幢4层高的标准厂房整齐排列。电商物流园楼房建筑总面积2.5万平方米，集办公区、展销区、直播销售区、质检区、仓库区、物流区等为一体，在电商物流园内即可完成服装产品的线上个性设计、客服运营、直播销售，线下印号、打包、发货等流程，最大限度形成闭环，缩短产销链，减少配送成本，提高运营效率，增加产品附加值。“目前，电商物流园区已有顺丰快递入驻，其他电商公司、快递品牌企业还在洽谈中。”木乐镇人大副主席何丽云说。

近年来，我市鼓励有条件的县（市、区）围绕优势产业发展电商集聚区，培育电商市场主体，形成产业集聚效应，推动电商与快递物流协同发展。支持快递业由服务制造业产品配送逐步向服务服装、轻工、医药、3C电子、汽车电车等领域的产前、产中、产后3个环节扩展，打造差异化服务模式，为制造企业量身定制一体化供应链快递物流、入厂物流、线边物流、分销物流和备品备件快递物流等解决方案，在融合发展中实现对制造业重点领域和关键环节的有效覆盖。

激活乡村振兴的“毛细血管”

欧钰宇

2025年中央一号文件连续第13年聚焦邮政快递业，在我市农村地区，日均3万余件包裹的流动，正悄然改写城乡流通格局。快递进村不仅是“工业品下乡、农产品进城”的物理连接，更是激活农村经济的“神经末梢”，是推动产业融合、释放消费潜力的关键一招。

尽管我市建制村快递覆盖率已达50%，但“通而不畅”的痛点依然存在。港南区木梓镇新莲村的黄海坚每日需往返镇上拉货，折射出末端配送的成本压力；村级服务站快递派费收入低，快递品牌内部各项考核要求高、罚款重，部分站点业务单一、盈利困难，暴露出可持续运营的短板；低效的资源配置以及快递企业内部不合理的分配机制，制约着服务质效的提升，也阻碍了快递进村覆盖面的进一步扩大。

港南区将7家快递企业整合进乡镇共配中心，通过政府

免租、场地共享，使日均派件量翻倍，时效缩短至当日达。这种“抱团取暖”的方式，既降低了企业运营成本，又提升了服务体验。数据显示，全市村级服务站从235个增至530个，“通达兔”品牌覆盖村新增30个，印证了集约化发展的可行性。

平南县高寨荔枝合作社的聂士杰，通过邮政“电商+产地仓+物流”模式，每公斤龙眼增收1—2元；木格镇张容基的白玉蔗借助直播溯源，单场销售额突破20万元。快递进村不仅是简单的“送货上门”，更是农产品品牌化的催化剂。邮政将邮件处理前置到田间地头，实现“采摘—分拣—运输”无缝衔接，既保证新鲜度，又压缩中间环节，让农户直接对接全国市场。

桂平市木乐镇的服装产业与快递业深度融合，日均3万

票的寄递量背后，是“地方特色制造业+电商+快递”模式的成功验证。中通快递许可宇从“快递黄牛”转型为产业服务商，见证了快递从“配角”到“主角”的蜕变。如今，木乐电商物流园集直播、仓储、分拣于一体，形成闭环产业链，企业运营成本降低20%以上。这表明，快递业不仅是“搬运工”，更是产业链协同的组织者。

实践证明，快递进村没有固定的“标准答案”。港南区依托供销社网点建设服务站，平南县通过“网约车+小件快递”实现灵活配送，木乐镇则以产业园区为载体推动融合发展。这种“一镇一策”的差异化策略，既避免了资源浪费，又激发了基层创新活力。

深化快递进村，政府主导是关键。我市将快递网点建设纳入乡村振兴考核，整合农业、商务、交通等部门资源，形

成“齐抓共管”格局。在资金支持上，通过财政补贴、金融贷款等方式，引导社会资本参与；在土地上，优先保障物流园区建设和发展。这些举措为快递进村提供了可持续的制度支撑和政策保障。

快递进村不仅是物流问题，更是乡村振兴的系统性工程。它一头连着千万农户的“钱袋子”，一头系着城乡融合的“大战略”。从“有没有”到“好不好”，从“通快递”到“通产业”，唯有以“毛细血管”般的精细化建设激活农村经济“动脉”，才能让乡村振兴的图景真正落地生根、开花结果。

◆周日时评◆

zhouri shipping