



# 布局农村物流市场 服务农村网民需求 物流企业进军“最后一公里”

双十一不但是城市居民的购物狂欢节，同样也是农村人消费的节日。家住宁海周巷镇茶园的居民王晓菲早已摒弃了逛商场的购物模式，而是转战网购。不过，网购虽给她的生活带来了许多便利，但农村物流的脆弱一直困扰着她。

如今，她的烦恼有望得到解决。今年1月，中央一号文件提出要完善农村物流服务，相关部门纷纷号召快递下乡，数亿农村网民的网购市场正在被挖掘。

记者调查获悉，在各大电商纷纷开辟农村市场的同时，物流企业正在抓紧布局农村物流网络，此外，作为全市“村邮站”试点的宁海县正在构建农村物流网络，打通农村物流“最后一公里”。

通讯员 陈岚 胡鸿志 记者 范洪



我市的农村快递需求和业务正在快速增长。

记者 王鹏 摄

## 现状

### 网购需自提 农村物流待解

“您的包裹需要到力洋点提货，非常抱歉。”王晓菲曾遭遇无法收件的尴尬，每次提货都得到距离6公里的宁海力洋提货。

无奈之下，她只能请家住力洋的朋友帮忙提货，再找人捎带到茶园。今年9月，她原本打算在网上购买一台冰箱，由于货物体积比较大，她思虑再三还是选择在实体店购买。

随着互联网的普及，几乎每家每户的农村家庭都连上了互联网，据阿里研究院的研究报告显示，农村的网

民数量在不断地攀升，2013年根据调查已经达到了1.77亿，占比网络人数达到28.6%。还有互联网普及率在稳步地提升，2013年农村互联网普及率达到27.5%。

一位从事电商研究多年的人士称，巨大的农村网民基数下，网购数量与日俱增，这也让脆弱的农村物流体系面临更大的压力。

在网购数量的激增下，由于农村发货点分散，路途远，高成本下让物流企业面对农村市场望而却步。

## 尴尬

### 农村物流发展阻力多

阿里研究院的最新研究报告预测，2014年全国农村网购市场总量将达1800亿元，2016年将突破4600亿元。阿里研究院发布的数据同时显示，县域地区网民一年人均网购54次，远远超过了一二线城市的39次。

农村物流市场潜力虽然巨大，但对于快递下乡来说，物流始终是一个无法回避的问题，“因为农村居民居住密集度低、范围广，这无形中增加了物流成本，此外，农村物流基础薄弱，如果布局网络势必需要投入巨大的资金，这也是许多物流公司不愿意进入农村市场的

原因。”宁波市交通运输部门相关负责人分析道。

农村地点分散、交通不便以及收件太少是农村物流之难的三大原因。据宁波申通北仑区负责人吴长青告诉记者，在农村地区布一个网点，以房租、一辆车、几台电脑等最低配置计算，已经要七八万元。如果再算上人工成本和油费，需要相当大的一笔资金。北仑区收件量与送件量的比例接近于1:3，农村地区可能平均一两天都不足一份收件。在农村地区全面布点，对于通过收件来营利的快递公司来说，无疑是要亏损的。

## 探路

### 邮政行业加快步伐—— 依托“村邮站”网络 打通农村物流“最后一公里”

相比其他企业的做法，宁海邮政正在抢先布局农村物流市场，其“村邮站”已布局365个，在村邮站基础上已经建成物流站点120个了。

在“村邮站”网点的支撑下，宁海实施了城乡货运公交项目，实现货物托运、货物投递、仓储保管、信息发布、便民服务等综合性功能，打通农村物流最后一公里。

宁海邮政局奚伟悦介绍，作为全市首个农村物流网络建设的试点区域，宁海正在利用城乡货运公交项目改变目前各类商品进城不畅、下乡不便的状况。

宁海的货运公交实行类似客运公交的“五统一”运作模式（即定线路，定班次，定首末时间，定价格，定站点）。

邮政货运公交运输流

程——货运公交邮车从县城物流集散中心出发，4辆货运公交邮车配送乡镇（街道）集散中心，每天来回二班，覆盖并连接全县各乡镇街道；29辆货运公交邮车覆盖全县各行政村，连接各乡镇集散中心与行政村物流站，承担全县配送任务；村级物流站配送到户由村邮递员完成，城区配送到户由投递员或专职物流配送员完成。

宁海所打造的城乡货运公交项目，将实现货物托运、货物投递、仓储保管、信息发布、便民服务等综合性功能，服务好农村物流市场需求，打通农村物流最后一公里。

宁海还将结合电子商务网购功能。依托“村邮网购”和“电子商务进万村”等平台，让网购走进每一个村民。奚伟悦介绍，到2015年，宁海将建成205个村邮

物流服务网点、3个物流集散中心。到2016年，宁海将建成6个乡镇物流配送中心，合计形成依托365个村邮站，205个物流服务站，9个乡镇物流配送中心，最后基本形成县城仓储物流中心—乡镇物流配送中心—行政村农村邮政物流服务站三级农村物流网络体系。

若项目全部建成，宁海将形成365个村邮站，205个物流服务站，9个乡镇物流配送中心，整合农村物流公交邮路33条（其中连接乡镇主干线4条，各乡镇至行政村的支干线29条），日往返行程3956公里。项目建成第一年增加农村运能56940吨，其中主干线4条，年运能为14600吨，支干线29条，年运能为42340吨，将有效地为农村物流配送“最后一公里”服务。

在新的模式下，物流企业开始布局农村市场，“原来我们只在乡镇布点，从2012年起，我们逐步进入了农村地区。现在北仑区90%以上的村子都可以享受送货上门的服务。”宁波申通北仑区负责人吴长青介绍，接下来公司会选择条件较为成熟，出件量和送检量较大的村子进行布点，为了降低成本，也会选择布置代理点。

作为驻扎在农村的宁波美家亮物流有限公司，宋志航介绍，“我们已经与宁海供销社下属单位合作，利用他们的网点布局农村物流市场。”

宁波美家亮物流有限公司专业从事零担干线运输，随着农村网购市场的不断壮大，该公司意识到农村物流市场将是公司未来的增长点。

记者从宁波圆通公司了解到，圆通在鄞州农村地区实现了无盲区服务。据圆通速递宁波公司经理李山珍介绍，即便是章水山区，公司也要求快递员送货上门。需要寄快递的村民，也只需打电话给快递员。

“农村路不好走、地点分散，人力成本、汽油成本比城区的都要高，有一些业务员不大乐意分到农村地区。”李

山珍说，基于这个现实情况，圆通提出了“分拨片区”的方法，将出件量较少的山区与出件量较为集中的工业区搭配起来，尽量避免业务员之间不公平现象的出现。

“此外，在网点分布方面，作为国有企业的EMS是具有一定优势的，因此我们公司今后准备跟EMS开展战略合作，租用他们的网点和仓库。”李山珍说。

### 快递企业模式创新—— 网点末端延伸，业务冷热搭配

### 传统干线企业转型—— 借供销网络进入农业生产资料配送市场

“如果仍然以快递业务接入农村市场，势必与快递巨头们竞争，相对于小而不强的本土物流企业来说毫无优势。”宋志航说，于是，美家亮物流选择化肥、农药、农用膜等农业生产资料这一细分市场作为切入点。

农村地点远、布点散，物流成本高，一直是物流企业进入农村市场的障碍。为解

决这一难题，去年3月1日，美家亮与宁海供销社下属单位合作，利用该单位的网络，以配送农业生产资料为切入口进入农村物流市场。

目前，美家亮已掌握了余慈地区的物流网络，正在打造30亩的物流仓储中心，下一步，他们将以农业生产资料领域为基础，打造自己的农村物流网络。