

月均产生快递业务量5415万件，占宁波快递业务量的48.3%，月均支撑制造业产值13亿元。



雅戈尔智能云仓。

记者 金鹭 通讯员 虞颖

「快递进厂」给制造业「递」来新空间

高速运转的传输带上，一件件货物争分夺秒地“奔走”；身着不同颜色制服的快递小哥，与厂家工作人员一起，根据订单快速分发、贴单、装车，配合紧密，犹如一个整体。

自“快递进厂”以来，这样的场景，每天都在宁波各大工厂内上演。

从打包、运输到集中派送，“快递进厂”不再局限于传统的“点对点”运输模式，而是将服务延伸至生产环节，发挥出更大的主动性。

据宁波市邮政管理局统计，截至目前，宁波已累计打造快递业与制造业协同发展项目282个，月均产生快递业务量5415万件，占宁波快递业务量的48.3%，月均支撑制造业产值13亿元。

“快递进厂”到底是怎么一回事？如何实现企业、消费者、快递业三方共赢？

1 企业：让专业的人做专业的事

宁波方太厨具厂房一角，身着德邦蓝色工作服的快递员小徐正在一台电脑前快速开单。如今，有4名德邦专职人员在该厂驻点服务。旺季时，德邦快递会随时增派人员。

“每个包裹从揽收到发出，耗时不到30分钟，非偏远地区基本可实现‘次日达’。但在快递公司进厂前，遇到旺季，有时要拖到第二天才能发货。”方太厨具相关负责人告诉记者，常有顾客因为等不及而选择退货，对企业造成损失。

这几乎是宁波制造业企业共同的“痛点”。

市邮政管理局组织专家进企业调研后发现，随着以消费为主导的C2M（顾客到工厂）等新模式的兴起，生产与消费的衔接日趋紧密。然而，宁波制造业企业普遍存在物流团队人手不足、专业性欠缺等问题。

“组建物流团队，光靠企业自己，成本还是挺高的。尤其是前期，光砸钱不见效果。”西店一家户外灯具制造企业物流部相关负责人告诉记者，组建物流团队需要人员、场地、车辆、资金，七七八八

加起来，将极大地压缩企业利润空间。

慈溪一家室内鞋制造企业的负责人则担心，自家产品有一定的周期性和季节性，组建了物流团队，遇到淡季时，成本开支如何承担？

一边是快递物流不畅产生的机会成本在加大，一边是自建物流团队要承担不小的实际成本，很多制造业企业陷入两难，于是把目光投向快递物流企业——能不能让专业的人来做专业的事？在这一背景下，“快递进厂”应运而生。

2020年，浙江专门印发《关于开展快递业“两进一出”工程全国试点的实施意见》，探索快递分类“进厂”路径，打造现代供应链体系，实施快递“进园”行动。

为适应不同行业的不同需求，我市探索培育出仓配一体化、入厂物流、国际供应链、海外协同等融合发展的“快递进厂”成熟模式。

市邮政管理局为奥克斯、方太、雅戈尔、得力、博洋、罗蒙等多家企业提供供应链“进厂”服务，为企业降本近20%，帮助制造业企业实现“线上扩张”。

2 消费者：最快2小时就能收货

让消费者享受更为优质的服务，是企业与快递业的共同目标。

“以宁波地区消费者为例，从下单到送达，最快一单仅用了2小时。”中国邮政集团宁波分公司雅戈尔项目部经理徐斌说。

走进位于宁波市海曙区的中邮服饰1号智能云仓，智能化的设备和系统是这里的绝对“主角”。

在这个高达13米、面积3500平方米的立体仓库里，126辆穿梭车、7台提升机忙碌不停，从5万多个品类中迅速挑选出消费者购买的服装。据统计，平均每分钟就有10个快件从这里发出。

在智能云仓，雅戈尔的服装从工厂发出进入多层穿梭车立体仓库后，会根据电脑系统的指示自动进入拣选台，随后进入复核环节。

工作人员只需在电脑前等待货物前来接受复核，确认信息无误后就能进入塑封包装程序。“包装环节也是自动化的，完成这一步，货物就可以到达指定位置，等待装车出发。”

说话间，徐斌演示了一个新订单的配送过程。一名杭州的消费者在线上下单，订单被分配到雅戈尔的国内总仓。系统根据消费者所需款式，自动将订单就近分配到杭州的一家线下门店。整个过程瞬间完成，十分流畅。

通过“快递进厂”实现服务提升的，不只是雅戈尔一家。

记者了解到，为了帮助宁波企业打造旺季单品冠军，宁波顺丰速运有限公司启动了24小时需求响应机制，专人专岗跟进售前、售中、售后等个性化的专属服务，及时高效满足客户需求。

慈溪一家健身器材制造厂的负责人告诉记者，与顺丰速运合作后，产业链两端都在提升——前端通过自动化仓储管理和自动化分拣设备，提升了原材料等的运输效率；后端在配送基础上配套安装服务，提升了客户的满意度。

“事实证明，快递业对制造业上下游关联产业的贡献度日益提高，对区域产业支撑更加有力，两者可以融合得更好。”市邮政管理局相关负责人说。

新闻1+1

1200亿件快递，映照中国经济活力

12月4日，2023年中国第1200亿件快递产生。强劲增长的快递业，为稳中向好的中国经济写下生动注脚。

自今年3月起，中国单月快递量超百亿件，月均业务收入超900亿元，创历史新高。

快递业的强劲增长，得益于宏观经济环境恢复向好。国家统计局最新发布的数据显示，1月至10月，全国实物商品网上零售额高达103010亿元，同比增长8.4%，占社会消费品零售总额的比重为26.7%。

为推动快递物流“加速跑”，中国快递业加大科技投入力度，改进服务组织模式。大数据加前置仓，使快递服务更快更有针对性；智能称重自动化分拣设备，提高了包裹处理效率；无人车、无人机派件，在各大高校及偏远农村地区推行。

在自身高速发展的同时，中国快递业也助力更多产业蓬勃发展。

在“快递进村”服务乡村振兴方面，农村寄递物流综合服务站已建成30.3万个，农村快递服务每天达到1亿件，在促进乡村产业发展、农民就业增收等方面发挥了积极作用。

在“快递进厂”服务制造业方面，快递企业利用智慧物流设备、数字基础设施、网络下沉优势和数字流程化经验，为制造业企业提供匹配其物流需求的内外部综合物流服务，不断提高产业链供应链的韧性和抗风险能力。

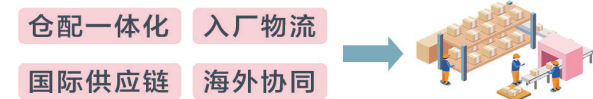
此外，信息技术和智能装备与快递业深度融合，促进了货物的周转流通。快递业还积极融入综合交通运输体系，与公路、铁路、航空、水运共同发力，贯通了经济发展的“大动脉”。

（金鹭 整理）

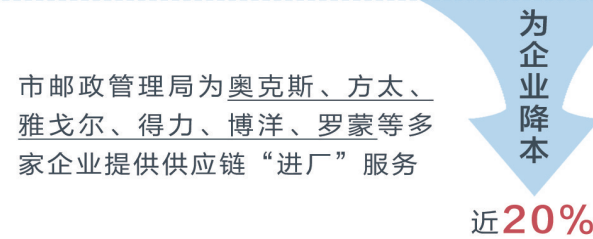
图示

2020年，浙江专门印发《关于开展快递业“两进一出”工程全国试点的实施意见》，探索快递分类“进厂”路径，打造现代供应链体系，实施快递“进园”行动。

为适应不同行业的不同需求，我市探索培育出



等融合发展的“快递进厂”成熟模式。



截至目前

- 宁波已累计打造快递业与制造业协同发展项目**282**个。
- 月均产生快递业务量**5415**万件，占宁波快递业务量的**48.3%**。
- 月均支撑制造业产值**13**亿元。



制图：陈思佳



德邦工作人员正帮助企业打包产品。

3 快递业：新需求催生“新订单”

其实，快递业对“快递进厂”这份“新订单”也盼了很久。

在宁波德邦相关负责人翁女士的记忆中，以前为了抢“蛋糕”，几家快递公司有时会打价格战，甚至亏本赚吆喝。翁女士感叹：“传统的市场已成了‘红海’。谁不想拥有更大的市场、更稳定的货源？”

“快递进厂”，不仅为制造业企业开辟了新的市场，也为宁波各快递公司带来了可观的收益。

在宁波方太厨具的线上订单中，宁波德邦的承载业务量占比长期保持在80%以上，月均业务量1.5万件，高峰期每月能达到2万件。

顺丰也是服务制造业企业的主力军。“今年‘双11’第一波高峰中，宁波顺丰速运的方太家电发件量取得了同比增长52%的可喜成绩；第二波高峰中，同比增幅也达到了38%。”宁波顺丰速运相关负责人康女士说。

宁波产业基础雄厚，为快递业深度融入制造业提供了得天独厚的土壤。

国家邮政局发展研究中心市场监管研究助理研究员彭彬分析认为，总体来看，当前“快递进厂”模式处于发展初期，还有很大的潜力和空间。

“例如，快递业可以进一步提升限时寄递、精准寄递、供应链管理等咨询、客户画像和大数据分析等个性化服务的能力，根据市场需求变化，及时提供相应的服务。”彭彬说。

服务无止境。宁波“快递进厂”还在不断创新模式，寻求更大突破。

“下一步，我们将持续推广相关经验做法，引导邮政快递企业与制造业企业建立供应链协同平台，推动存量项目向更高层次迈进，挖掘扩容一批强链补链的优质增量项目。”市邮政管理局局长温雪荣说。

“快递进厂”，一扇新的大门正在徐徐打开。

本版照片由通讯员提供