

# 快递进入乡村的社会经济积极影响——来自对菜鸟的观察

中国社会科学院农村发展研究所课题组<sup>①</sup>

快递作为一种新业态，自进入乡村以来正深刻地影响着农民的交易和生活方式。快递拓宽了农民获得信息和资源的渠道，推动了农业生产方式创新，并使劳动力就业和人口布局发生新的变化。一些快递、物流企业通过数字乡村计划，较短时期内在基层县乡村三级建立了共配服务体系，在部分重要农产品产地建立了以产地仓和配送为基础的上行物流中心，开发了系列物流新技术和服务新产品，正成为当前乡村地区快递发展的重要推动者和创新者。本报告基于菜鸟在乡村发展的实践，总结快递在乡村流通领域的创新，研究快递进入乡村后已经产生和今后可能产生的经济、社会影响，提出推进快递在乡村进一步发展的建议。

## 一、快递在乡村流通领域的创新

### （一）开发不同服务产品，服务不同类型市场

菜鸟针对不同类型的市场，开发了不同的服务产品，满足市场需求的同时突出了产品特色。菜鸟业务范围涵盖面向消费者的物流履约服务、面向商家的综合供应链服务以及面向物流企业的基础设施服务。菜鸟在农村流通领域开发的产品主要是菜鸟乡村，菜鸟乡村既可以为农村消费者提供快递的分拨、运输和配送服务，也可以为当地特色农产品上行提供包装、加工、仓储、配送等一揽子解决方案。菜鸟乡村在为农村生产者和消费者提供服务的同时，促进了农村快递服务的标准化和通用性的信息系统开发，例如菜鸟电子面单技术和智能化仓储技术。菜鸟与农村其他快递公司合作，使得农村快递服务真正地实现了降本增效，使农村快递服务从“不可为”变成了“大有可为”。

### （二）建设农村共配系统，实现快递服务的规模化发展

---

<sup>①</sup> 课题组成员：党国英研究员、谭秋成研究员、杨园争博士、刘津博士。

快递服务行业竞争日趋激烈。快递行业同质化的竞争使得服务的利润不断变薄，在偏远的农村地区甚至出现了亏本经营的现象，县级以及乡镇快递服务站点的运营压力不断加大。但是，农村消费群体越来越习惯网络购物，农产品的销售转向网络的规模在逐年扩大，农村地区对快递服务的需求明显增加，对快递服务的质量要求也在提高，这就出现了快递服务的供需矛盾。国家从经济发展的宏观战略布局上要求加快“快递进村”的步伐，2014 年国家邮政局启动了“快递下乡”工程，2020 年国家邮政局发布《快递进村三年行动方案（2020-2022）》，提出到 2022 年底符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。国家希望通过快递进村带动农村就业、拉动农村地区产业的发展，为乡村振兴提供支持。

面对社会经济环境变化和新的挑战，菜鸟在县域范围内与中通、申通、圆通、韵达、百世等多家快递公司合作，在县市建立联合的共配中心，在乡镇、村建立配送公共服务站。县共配中心负责所在区域的快递分拨、运输、配送、上行等服务，同时负责县-乡-村三级共配服务站点及其服务网络的管理与维护。共配系统建立打通了快递服务的中端与末端系统，提高了分拣、运输、配送服务环节的效率，加快了快件的流通速度；实现了变多家快递企业的多个共配仓、多条流水线为“一仓一线”。县共配中心平均能节约了 20%-30%的场地成本，并且在分拣、配送环节减少了大量人工投入，人员效率提高了约 30%。由于分检、配送效率大幅度提高，农村地区快递业务量明显增加。共配体系建设提高了快件的派送效能，节约了快递员两小时的派送实效节点，提高了单个快递员的派件量，增加了快递员的收入，部分地方的快递员单日最高可以派送 1200 多件。共配系统建设也为农产品上行提供了便利，基于共同配送服务体系打造的上行物流中心方便了农产品进城，扩大了农产品的销售市场。目前，菜鸟共配项目已经覆盖了 1000 多个县城，有 30000 多个乡村服务网点。

### **（三）建设农产品上行物流中心，实现“产运销”一体化发展**

菜鸟在多省一些重要的农产品产区建立了以产地仓、供应链为基础的上行物流中心。上行物流中心建设的重要市场机遇主要有两点，一是产品网络销售的途径变得多样化，例如疫情期间通过淘宝、抖音、快手、西瓜视频等直播平台进行网络带货，这为农产品销售提供了重要途径，也丰富了农产品的网络销售模式。通过网络销售的通用方式销售农产品，农产品的生产、转运、包装、配送等各个

环节都是分割的，要经过多个装卸、仓储、运输等环节，除了各个环节都会带来损耗外，环节分割影响了时效，也容易影响农产品的品质。新型网络销售模式意味着很多农产品可能需要从农产品产地直接发货，这也就带来了对于新型物流服务的需求，而在农产品产地建设上行物流中心正是适应了这一市场需求的变化。农产品产地的上行物流中心实现了在产地仓对农产品进行加工、分选，就地配送，省去了农产品上行过程中的多次中转，减少了损耗，能够很好地保证农产品的品质和时效。二是消费者对网上购买的农产品有了更高的要求。直播平台销售农产品可以让消费者直接看到农产品的生长环境、种植和加工等过程，让消费者对产品品质有直接的掌握，新鲜与高品质正是对消费者购买决策有关键影响的因素，上行物流中心的建设需要保证这些因素不受削弱。菜鸟在农村布局的上行物流中心实现了农产品的“产、运、销”一体化，这一重要创新为农户、消费者提供了便利，为市场创造了价值。目前，菜鸟在云南、广西、陕西、山西、湖南等农产品核心产地建设了8个农产品产地仓，综合建筑面积达到12万平米，为农户提供农产品产、运、销一体化供应链服务，日处理订单近20万单。

#### **（四）建设“快递+社区生活”的新型农村消费中心**

“快递+社区生活”是指将乡镇或村级的共配服务站点建设成为农村的消费中心，这一中心建设的原因有主观和客观两个方面。从主观方面来看，将乡镇或者村级服务站点建设成为农村消费中心可以让服务站点获得范围经济，在原有基本投入的基础上增加服务项目，例如线上电商、社区团购和线下快递超市等，增加服务站点的收入，改变过去单一的经营模式，也可以使服务站点聚集更多的人气，方便快递业务拓展的同时，扩大服务产品的知名度，支持服务站点未来的多业态发展。例如在河南经营快递共配业务和超市的崔某，此前只做快递的代收业务，收入在4000元左右，在经营了快递共配业务+超市后，收入提高了10倍，达到了4万元。从客观方面来看，乡镇尤其农村是人口的流出地，这点在偏远地区表现得尤为明显，人口大量流出的偏远地区人口密度低，并且留守人口的年龄偏大，在偏远山区60岁以上人口的占比接近1/3。人口大量流出使得商业集中的困难提高，快递服务站点可以利用收、寄快递的人流以及人们对快递站点的熟悉配套相关消费物品，服务站点周边也可以利用人流提供产品销售，带动人员、产品和服务的集聚，形成新型农村消费中心。服务站点的新消费中心建设也可以起到

巩固原有经济中心的作用。

## 二、快递进村对乡村经济的积极影响

### （一）聚焦“三提一缩”，提高了商品流通效率

商品流通效率不仅包括单位时间从生产领域到达消费领域的商品数量，也包括商品流通速度的快慢，还包括单位商品完成流通所花费的成本大小。近年来，国内的物流企业通过不断创新服务业态、拓宽服务内容，从提高流通环节紧密程度、提高市场效率、提高技术效率和缩短流通时间这“三提一缩”入手，促进了商品在农村流通效率的提高。

一是通过提高流通环节紧密程度。商品流通的收购、加工、批发、零售等多个环节的紧密程度会影响资源的配置效率和流通效率。菜鸟乡村与快递企业共同在流通环节集约化作业，既为农村消费者提供快递的分拨、运输和配送服务，也为当地特色农产品上行提供仓储、配送等一揽子解决方案。这种将多个流通环节紧密结合、提供多重服务的做法降低了环节间的转换成本，提高了流通效率。

二是通过提高市场效率。根据现代产业组织理论的“市场结构—市场行为—市场绩效”分析范式，市场结构会决定企业行为，而企业行为又决定市场运行的经济绩效。高效的市场结构既可以保障充分竞争的实现，又有利于实现规模经济，从而使社会福利达到最大化。菜鸟通过与多家快递公司合作，在县一级成立独立的合资公司，提高了市场效率。在实际运营中，由各家快递公司在县级的合资公司负责所在区域的快递分拨、运输、配送、上行以及县乡村三级共配服务站的运营、管理与维护工作，多家快递企业的多个共配仓、多条流水线互相合作，成为“一仓一线”，共享了原本分散的场地、人力和运力等资源，在县域范围内实现快递服务的规模化、集约化发展，提高了流通效率。

三是通过提高技术效率。经营主体的技术水平即生产函数决定了其在既定投入水平下的生产可能性边界。但是，由于受某些社会、经济、人口学特征等因素的影响，每个经营主体的实际产出都有可能生产可能性边界之下，这就造成了经营主体在现有投入水平下的效率损失。“菜鸟共配系统”通过运用先进的智能调

配系统，变之前多家快递公司的分拣低效率为数字化分拣的高效率，消除了信息壁垒，提高了分拣、配送过程的智能化水平，通过技术效率的提升加快了商品流通速度。

四是通过缩短流通时间。从商品物流角度看，流通时间越短，流通效率越高。农产品上行物流中心扎根农村、立足产地，实现了农产品的“产、运、销”一体化，用尽可能少的时间实现了商品的空间位移和在不同所有者（或不同经济主体）之间的转移，对于提高流通效率具有重要作用。

### **（二）降低交易成本，缓解了农产品市场供求错配**

农产品市场的供求错配是供求双方在数量和结构上的矛盾导致的。当前，我国有大量对安全、健康、有机农产品的需求未被满足，而农村中又同时有很多优质、独特的农产品滞销。这种供需错配降低了交易效率，不利于均衡市场的建立。快递进村的政策导向和其在农村最基层的乡村终端服务网点就从两个层面对这一问题的缓解提供了帮助。

一是畅通信息通道。快递将电商终端引入农村，通过网络把农产品的信息“送”出去，在很大程度上解决了信息不对称的问题，有助于购销双方互相满足需求，实现市场均衡。二是提供长链条服务。有很大一部分农户，他们不缺订单，也不缺农产品，而是被“卡”在了商品的专业化包装和外运上。这两个物流上的堵点使他们不能将全部的精力用于专业化生产和拓展市场，影响了产量的扩大，也无法很好地满足市场需求，供不应求的现象随之产生。欣慰的是，农产品上行服务站点中的包装、仓储、配送等一条龙服务，完成了专业的包装和高效的运输，节约了农户的生产成本，加快了商品流通速度，使供需双方能够更快、更好地对接，极大地促进了市场均衡的建立。

### **（三）延伸服务触角，帮助了农业专业化、规模化发展**

农业的专业化、规模化发展不仅取决于当地的生产条件，例如土地规模、农业机械化水平等，也会受到其流通和销售条件的制约。较大的市场需求会给农业生产提供充足的销售空间，而顺畅的物流通道则确保了农产品实现由商品到货币的“惊险的一跃”。快递进村和农产品上行服务正是从这两个方面，为农业的规模化、专业化生产提供了便利条件。

首先，农产品上行服务极大地畅通了农产品的销售通路，缩短了农产品从农

户到市场的最初“一公里”所耗费的时间，加快了流通速度，降低了交易成本，为农产品更加快速地进入市场提供了便利条件。农产品上行服务开展以前，农户需要自行运送农产品至较远的快递收发点，产生额外的运输费用。农户不仅要关心生产，还需要自行解决农产品外销“最初一公里”的物流问题，这种“生产+外运”的模式分散了有限的资金和人力，不利于生产的专业化，也制约了规模化生产的实现。有了农产品上行服务，上门取件节约了外运成本，同时还提供了更为专业的包装和更加高效的物流服务，更好地实现了农产品的保鲜，保证了产品质量，也有助于生产的扩大、专业化和规模化。

其次，快递还与电商终端一起，在线上完成了农产品的销售，使其直接上行至最终消费者的手里。这种结合模式带来了扩大的市场，从需求侧刺激了生产的扩大，也助推了生产的规模化发展。以菜鸟物流为例，仅在云南省新平县，上行物流中心就形成了日产 8 万单的产能和 350 吨的加工能力，不到两个月时间就运出 1800 吨脐橙，规模化生产能力不断加强。

#### **（四）服务农村社会，催化了新型农业经营主体产生**

电商物流不仅以强大的服务能力将快递的触角延伸到村，还通过引入电商终端直接将广阔的市场引入村内，引到家中。这两大创新从两个层面刺激了农业生产，有可能引起农业经营组织的演化。首先从直接层面，电商终端的入驻使农户直接面对消费者，销售市场瞬间扩大，销量增长迅速。更大的市场需求将刺激农户扩大生产规模，转变之前较为粗放的小农户经营模式，走上生产大户、家庭农场或经济合作社等新的经营组织模式。其次从间接层面，农产品上行服务节省了农户在运输方面的人力支出和成本消耗，使农户有更多的劳动力、时间以及资金用于生产，有助于生产的专业化，对经营方式从粗放到集约的转变大有裨益，有助于其形成更为专业的农业生产组织。

#### **（五）扩宽兼业渠道，拉升了农户收入水平**

随着农业生产机械化水平的不断提高，农业生产所需的人力资本持续减少，而由此产生的农村剩余生产力则亟需适合的生产场景实现其价值。电商在乡镇、村建立服务站的出现，为闲置劳动力提供了工作机会。

在乡镇和村级服务站工作，不需要背井离乡，快递的收发、配送服务也相对较为灵活，对技术性和专业性的要求不高，且这一工作并不需要投入高昂的前期

资本，也不需要整块的、全日制的工作时间，具有强大的吸纳零散时间和劳动力的特点，满足了农村劳动力兼业的需求。以菜鸟为例，自 2019 年升级乡村物流后，全国至少有数万名乡村服务站站长，仅耒阳一个市就有近百名“快递阿姨”，有效创造了农户兼业机会，提高了农户收入。

#### **（六）汇聚物流人流，推动了村级经济服务中心建立**

相较于城市发达的商业环境，农村仍然以农业生产为主，人流、商流、资金流都十分有限。在很多农村，采购大宗商品是需要去镇里的，村里缺乏商业活动所需的场所、设备以及资金，更少有类似于经济服务中心的商业聚集点。

快递公司在乡村建立共配服务站点后，村民有了固定的取件点，村民所网购到的商品被汇聚到了同一场所，有购买力的人流也聚集到了一起，这就在无形之中集齐了经济服务中心所最需要的场所和人流，为其之后的建立和发展提供了最关键的要素。快递充分利用共配服务站点这一便利条件，引入线上电商、社区团购和线下快递超市等服务内容，变快递站点的单一模式为“快递+社区生活”的范围经济模式，推动了村级经济服务中心的建立和村内经济的发展。

#### **（七）改善商住环境，促进了人口布局合理化**

当前，工业化与城镇化的筛选机制使农村人口数量锐减，质量下降。农村居民或是出于提高经济收入的角度，或是出于提升生活品质的角度，纷纷出走农村，农村空心化、老弱化现象严重，城乡人口布局不合理。快递在这一现实人口布局背景下，在事实上打通了农村消费市场的末梢神经，改善了农村地区的生活和经营环境，使农村的网络消费额和农产品上行总量节节攀升，农村居民的生活质量大大提高，有利于实现城乡协调的人口格局。

首先，快递进村将留住现有农村居民，有利于保持农村人口的数量不下降。快递进村与其他质量不断提升的公共服务一起，提高了农村居民的生活质量，可以在一定程度上降低其迁移进城的意愿，对现有农村人口数量的稳定产生积极作用，减缓城乡人口比的扩大之势。

其次，快递进村将回吸部分外出务工人员，使农村人口数量上升、质量提高。在农村物流较快发展的现阶段，已经有不少外出务工者意识到了农村物流市场的大有可为。他们回流农村从事物流行业，不仅给自身带来了经济价值，也为农村带来了现代化的观念和年轻劳动力，有助于降低城乡人口比，同时提升农村劳动

力质量，使人口布局趋于合理。

### 三、快递进村对乡村社会的积极影响

#### **(一) 为农民提供学习契约精神的机会，增强其经济核算意识**

传统上，农民出售自己产品、购买消费品和生产资料主要在村头小商店、集市、乡镇和县城，因为信息不畅和较高的交通成本，农民与外部交易在空间和时间上都受到限制。快递进入乡村，尤其是菜鸟在县、乡、村建立三级配送体系，并在部分核心产区建设了农产品上行物流中心后，加速将农村社会纳入整个市场体系。只要掌握简单的上网知识，学会使用易懂的 APP 软件，农民便可以在全国甚至国外市场购买自己需要和喜欢的消费品，并将自己生产的产品销售至全国和世界各地。快递突破了交易的时空障碍，扩大了农民的交易范围，大大增加了交易频率。农民不仅在消费品上有更多的选择，更容易匹配上自己需要的产品，而且在出售自己产品上更有可能找到最高的出价者。快递提供的网络交易是无形的，农民购买消费品时需要检查产品数量、材质，样式、出厂和保质日期等，出售自己产品时需要按订单要求保证数量、规格、品质和时间。因此，快递迫使农民学习与外界合作的契约精神。因为快递提供各种交易机会，交易范围扩大将平滑市场风险，农民不再局限于自给自足和本地的市场需求，他将充分利用可获得的资源，根据市场价格计算各项生产的投入和收入，按利润最大化组织生产，从而增加了经济核算意识。

#### **(二) 拓展社会网络，农村有机会获得更多信息和社会资源**

中国农业目前仍以小规模家庭经营为主，农民自己拥有土地和劳动力，土地不足可以租赁邻居或附近熟人承包地；农忙时如果劳动力不足，可以通过换工和雇佣的方式解决；需要的农机或其他生产服务主要由本村、本乡镇内专业农户或组织提供，种子、化肥、农药从当地农资店购买。农民消费品获得也主要局限在县域范围内。农民形成了基于熟人为主的交易网络，这种熟人网络由于规模小增强了共同体意识，利于内部交换资源和合作，共同应对自然和市场风险。但是，熟人网络限制了农民利用外部资源的机会。而且，熟人一般具有共同的价值观，



而大家长期交流进一步强化了这种价值观,容易导致对外部信息排斥和外部资源的利用。快递进入农村使熟人网络松弛,但增加了农民从外部获得信息、交易和利用资源的机会。互联网让城市和商业文明在农村快速传播,改变了农民的生活方式和精神追求,农民已经开始注重低脂、低糖的健康饮食,闲暇时外出散步和跳广场舞,减少了看电视和打麻将的时间。快递更直接更明显,除增加消费品、生产资料、农产品和工艺品买和卖的选择机会外,因为信息、技术、工艺常常附着在产品上,通过电商平台购买消费品农民知道了时尚和健康消费方式,获得关于产品价格、生产技术、制作工艺、销售方式等方面信息。

### **(三) 创新农业生产方式和经营模式**

快递增加了农民资源、技术、市场信息的可获得性和交易范围,使其在资源组合和生产方式上有更多选择,从而有利于农民专业化和规模化生产,提高生产效率。电商平台利用大数据将农产品市场分层,给农业生产者提供了生产和销售优质产品的渠道。目前,部分电商平台开始直接投资农业,利用自身技术开发和大数据计算方面的优势,将数字技术引入农业生产过程,通过精准施肥、喷洒农药、浇水、生产过程控制管理等,生产的产品质量更优,规格更标准,价格更高,成本更低。数字技术节省了农业劳动力和水资源,减少了化肥农药使用,降低了碳排放,保护了自然资源。电商平台从事农业的示范和技术外溢正引导越来越多的企业、农场发展数字农业,由于数字农业设备和技术服务有规模经济效应,这将推动土地流转和农场规模扩大。所以,电商和数字技术正促进我国农业规模经营和生产方式、经营模式创新。

电商平台利用技术可获得市场需求偏好信息,同时掌握农产品上行的供应链。电商通过价格机制可激励农户合作,建立真正的农业生产合作社,从而形成由电商、合作社、农户组成的产供销一体化、三方互赢的格局。这其中,电商提供包装、加工、冷链、运输和销售服务;合作社提供优良动植物品种、绿色高效的化肥农药、必要的生产资料以及关键的生产技术,指导农民如何使用技术和投入品;农户直接从事生产,解决劳动过程的激励问题,合作以契约的方式确定三者的权利、责任和利益分配。目前,菜鸟已在云南、广西、陕西、山西、湖南等农产品核心产地建设了8个农产品产地仓,并计划在2021年年内新建100个产地上行物流中心,为农户提供农产品产、运、销一体化供应链服务。可以预见,

随着业务发展和供应链服务完善，这些核心地带将出现以电商为龙头的农业产供销一体化形式，既将小规模农户与消费者市场连接起来，又保证了农产品有效供应和市场平稳。

#### **（四）为乡村振兴培养和储备人才**

改革开放四十多年来，随着快速的工业化和城市化，大批农村劳动力流进沿海地区和城市的工厂和服务行业，农村留下以老人、妇女、儿童为主，勤劳、有一定文化水平、能力强的青壮年劳动力基本上离开了农村，导致农村各业、尤其是服务业不兴。快递进入农村后，部分青年农民返乡创业，利用网络平台开办网店，组建农民合作社。这部分具备企业家潜质的人才或者先前在城市工作生活过，或者是大中专毕业生，素质高，见识广。开办网店或兴办合作社既需要与村内农民打交道，又需要与外部市场交易合作，所以，这部分年轻人人脉更广，合作和契约精神更强，更有能力动员社会和利用外部资源，成为村庄新一批精英。其中部分精英将成为行政村负责人，进而提高村组织成员素质，增强农民合作的能力。

### **四、结论与建议**

菜鸟在短期内以电商流通为突破口，以其技术优势与基础建设投入优势扩大进入城乡物流经济领域，其事业拓展可谓步步惊艳，风云千里。以菜鸟为代表的乡村电商物流正在跃上一个新的发展台阶，其对乡村社会经济所发生所蕴涵的重大影响非常值得我们关注。对这一重大变化的长远意义，我们尝试做如下概括。

#### **（一）电商物流创新正在改变资源匹配的技术性质**

电商物流增速显著超过乡村基础设施投资增速，说明我们过去对农村发展领域关于资源“短板”的认识有问题。乡村基础设施的硬件还是那些，为什么乡村物流可以大幅度增加，以致云南一个县在 2020 年的农产品上行物流规模是 10 年前的 1 万倍？显然，物流资源配置的匹配规则在不同技术条件下会发生变化！我们初步分析认为，在新型电商物流技术装备之下，至少在乡村地区出现了局部的具有现代性的“规模中性”物流技术类型。这个变化的机制尚待进一步观察研究。

#### **（二）电商物流创新正在改变农村就业的时空结构**

对现代农业的观察表明，即使在农业规模条件下，农民的非农兼业都对农民收入高低有重大影响，对小农户的收入高低的影响更大。电商物流平台的技术完善，使农户直接进入全国性农产品市场体系，大幅度降低了农户的兼业成本，使农户成为流通领域的就近、就地兼业者，很大程度上消除了农民远距离兼业与家乡农业经营的矛盾，不仅为农户增加非地头农业收入提供了空间，也为地头农业的稳定发展创造了更好条件。

### **（三）电商物流创新正在改变影响城乡人口布局的产业基础**

发达国家农村现代化的经验表明，农村居民数量超过农业居民数量，其中非农业居民集中居住凝聚成市镇中心，农业居民在边缘地带适应农业经营需要分散居住，由此形成合理的现存人口布局，是农村现代化的必备条件。我们发现，电商物流平台正在推动这一格局的产生。

### **（四）电商物流创新正在改变农村经济的经营形态**

国际农业现代化进程表明，把农户固定在农业产业链低端，不利于农业现代化。如果没有好的组织载体，农户也只能停留在农业产业链的低端。菜鸟建设的1000个乡村物流中心，将更大农户与农业产业链紧密联系在一起。这个进程还在持续推进，势头非常良好。

以上诸方面积极进展不是某个组织或某个人以一己智慧建构的产物，而是以菜鸟为代表的各物流平台在实际经营活动中积极探索、反复试错的结果。农村电商物流的未来发展还会有很大的不确定性，诸多难题仍待解决。我们建议，以菜鸟为主导的农村物流系统在进一步发展中注意以下问题。

**（一）进一步发挥技术优势，为我国主要农产品市场转变为供求均衡摆动幅度较小的市场创造基础。**我国农产品市场价格变动的波峰差超过世界市场的波动水平，主要原因是我国农产品市场主体的组织水平低、信息技术与组织载体没有很好匹配。以菜鸟为代表的农村物流系统有条件为改变这种局面做出贡献。

**（二）积极推动农业产业链重心“聚合-下沉”战略，为国家城乡融合发展做出更大贡献。**我国农业产业链上的规模型企业主要集中在大中城市，这与很多原因有关，而重要原因之一是县以下投资环境总体上逊于大中城市。从现有经验看，菜鸟乡村物流有望为城乡流通效率均等化发挥作用。

**(三) 全面发力推进有利于农户就地、就近兼业的农村农业经营组织建设。**这方面菜鸟已经做出很大成绩。但是，目前农村人力资本水平与就业市场需求的匹配程度还比较低，企业的用工需求还不稳定，多方面的配套改革措施尚未积极跟进，进一步努力的空间还很大。菜鸟等下乡进村的企业有可能利用自己的多重优势做出贡献。

**(四) 研究国内电商物流平台与农产品对外贸易全面衔接融合的可能性，积极寻求国家政策对电商物流深耕农产品国际贸易业务的支持。**中国农业领域对外开放的程度只会越来越高，但我们面对的是国际农产品流通巨头，他们的资本与人才优势显著强于我们，这是我国在农产品国际贸易摩擦中处于被动地位的重要原因之一。菜鸟等企业扎根农村物流，有可能提高农产品的竞争力，为改变这种贸易不对称格局出一份力。

**(五) 我们还建议以菜鸟为代表的农村物流在乡村物流中心的创建中积累经验，为国家在城乡人口布局调整中形成以市镇为中心的乡村人口布局战略提供可资借鉴的经验模式。**我们的研究表明，建设约 2 万个人口规模 3 万左右的中心市镇，是农村现代化的必要条件。市镇发展必须有产业支撑。农业产业链以及与人口规模相关的其他产业所形成的经济规模足以支撑市镇的可持续发展。但这方面我们积累的经验还不够。我们建议菜鸟农村物流产业积极加大投入，带动更多企业在农村形成产业集群，将现有 1000 个物流中心做大做强，并逐步扩大新中心的布局范围，为我国农村发展做出更大贡献。

