

电商扶贫 才刚刚起步

农村电商的基础设施建设逐步完善，电商扶贫正进入新阶段。

农村地区的寄件多以农特产品为主，更顺畅上行之路，意味着电商扶贫的效果将逐步实现最大化。不仅如此，对于部分乡村地区来说，农产品还是当地居民的主要收入来源。这也就解释了疏通农产品上行物流通道为何会变得至关重要，步伐速度甚至快于乡村快递网络建设。

早期深入到县镇市场的电商企业，完成了居民网上消费习惯的培养，并在一定程度上改善了贫困地区农业技术及基础设施落后、农产品缺乏品牌知名度等问题。如今，随着5G、云计算、大数据、人工智能、物联网等技术的快速发展，农产品搭乘互联网技术快车后获取的效果发生着微妙的变化，逐渐有了更为广阔的消费市场。

“电商在农村地区农产品销售领域的介入不断加深，突破了传统农产品有形市场的地域限制，拓展了农产品的市场范围。”商务部研究院学术委员会副主任、区域经济研究中心主任张建平说。

毋庸置疑，电商扶贫离不开物流下沉和上行。不少扎根乡镇的企业，均希望能在企业用地、网点建设等方面获得国家及当地政府的政策支持。“这样企业下乡的速度会变快，效果也会更好。快递企业才敢放手去做，‘快递+电商+仓储+乡村物流’的模式才能走得通，不仅能拉动当地的就业，延伸服务如农货上行等还能为民增收”。

而从政策方面来看，交通运输部发布通知公布了首批农村物流服务品牌，“电子商务+特色农业”等农村物流与特色产业、生产加工融合发展的服务项目将获更大的政策支持力度。例如江苏丰县“商农公网、统仓统配”、海南海口市秀英区“特色农业+电商快递”等。

从当前电商在县域农村地区的布局来看，农村电商市场尚处于起步阶段。受限于农产品自身的特点，农产品冷链物流环节多、成本高、保鲜不容易、标准普遍缺失，以及电商在农业领域渗透率低等因素影响，农产品电商上行之路还在初始阶段。业内人士分析认为，未来新电商若能成功触碰农产品上游的生产端，同时通过完善冷链物流，整合农业加工企业来延长产业链，将会获得巨大红利。



融资整合 资方洗刷格局

资本介入，物流行业的格局也随之重洗。

阿里入股韵达，已经让快递行业的半壁江山均与阿里产生了关联。此前，阿里已收购或入股百世、圆通、中通和申通。当然，扮演资方角色的不只有阿里，还有快递企业自身。韵达接纳阿里入股后，又斥资6.14亿元战略投资德邦，占股6.5%，成为德邦的第二大股东。阿里与通达系、韵达和德邦等一系列资本动作释放出了一个讯号，快递领域龙头企业的整合是一个不可逆的过程。

当阿里系的捆绑越发结实，京东与拼多多也没忘记“拉帮结伙”，新势力起网。2月，京东系加盟快递品牌——众邮快递浮出水面，3月正式在广东省内开展起网测试运营；6月，众邮快递宣布江浙沪全面开放，并表示将在2020年引入一级加盟商330多家。极兔快递从发声之日起，就被划入到拼多多阵营里，接连有“完成融资”的信息在全网流出。

至此，随着各大巨头的入战，快递已形成菜鸟系、京东系、顺丰系的军团式作战格局。

快递领域转的风生水起，快运行业也不甘示弱。1月，安能物流宣布完成超过3亿美元的投资；2月，壹米滴答集团宣布完成近10亿元D+轮融资，且融资金额已全部到账；2月末，顺丰发布公告，顺丰快运融资3亿美元；4月，快运兔物流完成B轮融资。

有分析认为，2020年公路运输领域最值得关注的是快运及大票领域的融资或上市潮，快运竞争型市场格局将逐步进入巨头竞合时代，大票零担也正走向整合时代。

强势资本输入以及每年网点资源的持续扩充，单纯以价格战来迫使对手出局的可能性正在近几年的验证中逐步降低。无论是财报中头部企业持续走高的市占率、全国不断突破新高的快递业务量，还是今年如极兔速递、众邮快递的快速起网，均证明着国内的物流市场仍然足够庞大，既容纳老手间的对垒，也有新人生长的空间。

