

广货行天下

羊城晚报记者 杭莹

每天超过6000万件快递在广州这座“中国快递第一城”被处理,相当于每分钟就有4.2万件快递在这里流动。

根据2025年中国快递量数据,广州的快递处理量达到了218.98亿件,相当于深圳的1.82倍、上海的1.9倍、北京的2.6倍,堪称“全国最忙”的城市。

从快递业务收入来看,上海是中国快递第一城,广州排名第二,深圳排名第三。前三名里,广东占了两个名额。而从快递处理量来看,前十名则有四个广东城市,分别是广州、深圳、东莞、揭阳。

在这些数字背后,是“广货”在全国市场的惊人渗透力。



“广货行天下”新叙事：广东四个城市快递处理量进入全国前十

络,为“广货”快速响应市场需求、降低物流成本提供了坚实基础。

快递“军团”崛起 “广货行”打下地基

广东快递业的整体实力无疑令人瞩目。在2025年全国快递处理量前十名城市中,广东强势占据四席:广州第一、深圳第三、东莞第五、揭阳第十。其处理的快递量分别为218.98亿件、120.17亿件、86.22亿件和67.96亿件。

从城市特性来看,广州是中国第一经济大省的省会,人口集中,又是国际商贸中心、外贸大市、跨境电商之都;东莞是世界工厂、外贸强市、潮玩之都;揭阳作为一个小城市,也拥有繁荣发达的电商业务。这些都支撑着这4座城市的快递业务量。

从另一个维度看,这一现象也揭示了“广货行天下”并非单一城市的孤例,而是整个广东省制造业与商贸活力通过现代物流网络全面辐射的集中体现。

快递数据已成为观测区域经济活力的新型晴雨表。从这些数据中,我们可以看到广东产品如何通过四通八达的快递网络流向全国:广州发出的服装皮具、深圳产出的电子设备、东莞制造的潮流玩具、揭阳生产的塑料家居用品……每件“广货”的旅程都始于广东的某处仓库或工厂,最终抵达全国乃至全球消费者手中。

广东快递业的规模优势不仅体现在城市排名上,还反映在物流效率上。在珠三角地区,已形成高效的“一小时快递圈”——从广州发货,一小时内可抵达佛山、东莞、中山等周边制造业重镇。这种高度密集、高效运转的物流网

从世界工厂到淘宝村 “广货行”的完整生态链

“广货行天下”里的快递奇迹植根于广东作为中国制造业中心的深厚产业基础。广东制造业增加值占全国比重超过八分之一,形成了门类齐全、链条完整的产业体系。这种产业优势直接转化为快递业务的数据表现:东莞这座“世界工厂”年快递处理量达86.22亿件,平均每秒就有超过270件快递从东莞发出,其中大部分是“广货”。

在快递量前十城市中,经济总量并不突出的揭阳位列第十,这背后是特色产业集群与电商的深度融合。揭阳依托塑料制品、玩具、五金等特色产业,这些产品单价低、应用广,特别适合电商销售模式,催生出大量中小电商卖家。目前,揭阳已形成38个淘宝镇、181个淘宝村的电商生态,实现了“电商从街到村再到城”的全面渗透。

广东快递业已形成高效的地域分工协作体系:广州作为全国性枢纽,承担集散和调度功能;深圳专注于高价值电子产品的快速流通;东莞侧重制造业产品的批量发运;揭阳则深耕日用小商品的网络销售。这种分工使不同类型的“广货”能够以最合适的方式、最高效的路径送达消费者。

值得关注的是,支撑“广货行天下”的是充满活力的草根经济生态。广东拥有全国最多的市场主体,其中绝大多数是中小微企业和个体工商户。在



顺丰工作人员在智能快递分拣流水线上作业
新华社发

广州的专业市场、深圳的电子商圈、东莞的制造工厂、揭阳的淘宝村,成千上万的中小商家通过电商平台将“广货”销往全国。这些“小生意”汇聚成广东快递业的“大数据”,也构成了“广货行天下”最广泛的群众基础和市场活力来源。

量“狂飙”到质“飞跃” “广货行”转型的必然

尽管“广货行天下”的数据令人瞩目,但也隐藏着不容忽视的挑战,最突出的是“旺丁不旺财”的结构性问题。广州快递处理量全国第一,但快递业务

收入仅为905.5亿元,远低于上海的2713.3亿元。这种差距反映了广东快递业务中电商小件占比过高、单价低、利润薄的现状。

与此同时,成本压力持续上升。劳动力、租金、运输等成本不断攀升,而快递单价却在行业价格战中持续走低。这种剪刀差效应正在压缩行业利润空间,影响可持续发展。随着国内制造业区域转移和东南亚制造业崛起,“广货”的传统成本优势也面临挑战。

面对挑战,“广货行天下”的模式正在悄然转型。越来越多广东企业开始注重品牌建设 with 价值提升,从单纯卖产品转向提供整体解决方案。深圳的电子企业推出具有自主知识产权的创新产品,广州的服装企业通过设计和品牌

提升附加值,东莞的玩具制造向潮玩文化转型——这些变化正在重塑“广货”的内涵。

从“三来一补”到“广货行天下”,广东的产业形态和贸易方式转型正在悄然完成。

快递企业也在积极求变,从单纯“送包裹”向综合物流服务商转型。一些领先的快递公司开始为“广货”提供仓储、配送、售后一体化服务,通过数字化手段优化供应链效率,帮助广东企业更好地开拓和维护市场。

快递数据不仅记录了这一变迁,更预示着未来方向——在规模优势的基础上,通过品牌化、数字化和全球化,广东正推动“广货行天下”进入量质齐升的新阶段。

相关链接

快递巨头成绩单出炉

顺丰营收首破3000亿元

近日,顺丰、圆通、韵达、申通四家快递企业发布2025年业绩快报。顺丰控股2025年全年营收首次突破3000亿元,达到了3011.98亿元,创造了中国快递行业的新里程碑。

2025年中国快递行业的基本盘依旧稳固。4家主要快递公司的最新业绩数据显示,这一年的竞争格局呈现出新的特点。

顺丰以全年3011.98亿元的总营收继续稳坐头把交椅,成为中国首家

营收突破3000亿元的快递企业。其中,速运物流业务收入2284.52亿元,全年完成业务量166.34亿件;供应链及国际业务营收727.46亿元。

圆通在业务量上领先于其他通达系公司,全年完成311.44亿件,实现营收683.18亿元。

申通表现抢眼,凭借去年12月28.23%的营收增长率和全年548.61亿元的营收,显示出强劲的追赶势头。

韵达则面临一定挑战,去年12月

业务量和营收均出现小幅下降,全年营收510.41亿元,业务量256.01亿件。

在4家快递公司中,顺丰在国际化布局上步伐最为明显,其出海战略正从“单点突破”迈向“网络协同”。2025年12月,顺丰的供应链及国际业务营收达到69.61亿元,同比增长2.35%,结束了此前连续5个月的负增长。全年来看,这块业务贡献了727.46亿元的营收,占顺丰总营收的24.10%。

(钟和)

静音车厢成了春运围城 派票机制仍待继续优化



旅客在D7813次列车静音车厢内休息
新华社发

够精准,暂未具备识别旅客是否携带儿童的功能,未主动勾选静音选项的旅客,仍有可能被随机分配至静音车厢,且购票页面缺乏“优先分配普通车厢”的明确选择入口。另一方面,静音车厢数量固定不变,无论是8节还是16节编组的列车,通常仅设置1节静音车厢,难以匹配春运期间激增的静音出行需求;与此同时,部分车次的静音车厢仍有空余座位,却因现有规则限制,无法灵活调配给有需要的旅客。

此外,无座旅客的处境更凸显出静音车厢规则与春运现实的矛盾。目前,静音车厢不发售无座票,即便无座旅客全程自觉保持安静,也可能被工作人员劝离;而与之形成对比的是,普通车厢挤至“人贴人”的情况时有发生,无座旅客只能全程站立,这一现状也引发了部分旅客对“同价不同权”的争议。对此,12306方面回应称,此举是为最大限度保障静音车厢旅客的权

益,但“规则刚性有余、执行弹性不足”的现状,让不少旅客直呼“难以理解”。

静音车厢的推出初衷值得肯定,其核心是满足旅客差异化出行需求,但要真正发挥便民作用,派票机制必须贴合春运客流特点持续优化。记者梳理旅客反馈发现,大家的建议高度集中:一是在购票系统增设“是否携带儿童”的勾选选项,优化派票算法,避免带娃家庭被误分配至静音车厢;二是动态调整静音车厢数量,根据各车次的客流变化灵活增减,让有限的车厢资源得到高效利用。

春运承载着国人的团圆期盼,差异化出行服务更需精细化管理保驾护航。静音车厢要真正走出“围城”困境,关键在于让派票机制变得更“聪明”,更具人性化——既要守住静音旅客的“安静权益”,也要兼顾带娃家庭、无座旅客等不同群体的出行便利,让每一位奔波在春运路上的旅客,都能舒心、安心地踏上团圆之旅。

见证直播行业标杆

快手百大主播嘉年华暨百大主播之夜燃动横琴

文/图 杨广

2月7日,横琴创新方灯火璀璨、星光云集,2025快手百大主播嘉年华及快手百大主播之夜盛大启幕,这场持续近一天的盛会汇聚了全平台多领域的超人气主播,带来了涵盖游园互动、荣誉盛典、真情分享、精彩演绎的全方位视听盛宴。

作为快手直播的年度顶级收官IP,“百大主播”旨在评选每个年度内用户心目中最具内容代表性的百位主播,树立优质直播内容标杆。此次活动既是对自身直播生态和内容的总结与展望,也是快手直播生态与横琴文旅活力的深度碰撞,为行业呈现了优质直播内容的标杆力量与生态共生的鲜活图景。

玩法升级技术赋能,沉浸式体验解锁互动新高度

本次快手百大主播嘉年华及百大主播之夜在场景融合与价值传递上实现新突破,既为百位主播提供了线下相聚、跨界交流的平台,也借助横琴的地域优势,让快手直播生态与地方发展深度绑定,实现了“平台IP+地方文旅”的双向赋能。

横琴创新方作为一站式室内游乐王国,为活动提供了得天独厚的场地条件,创新方精心搭建的4层专业路演中心,为快手打造创新性嘉年华沉浸体验空间提供了强有力的硬件支撑,场地成熟的IP运营基础、极强的场景融入感,以及商场完备的硬件配套,与今年快手百大主播活动的核心理念、策划方向高度契合。

快手则发挥在内容制作、线上流量等多方面的影响力,主播们走进横琴创新方,通过直播打卡、互动体验等方式,带领全网用户云游横琴,感受粤港澳大湾区的创新活力与文旅风采,也为快手直播内容拓展了全新的场景边界。

为打造更具观赏性与参与感的活



活动现场

动体验,2025快手百大主播嘉年华在玩法机制上实现全面升级,结合多视角直播技术和现场41个专业机位全覆盖拍摄,为主播与用户带来了一场沉浸式的互动盛宴。活动包场横琴创新方4层路演中心,融合游戏挑战、夺宝奇兵、真人版大富翁和情景互动任务等多种元素,百位主播化身“闯关者”,开启“真勇者就上第四层”的登顶之旅。

本次活动还强化主粉互动体验,让用户不再是“旁观者”,而是“参与者”。在官方直播间,用户可实时互动,引导游戏走向,助力主播加速赚币,而主播闯关赚取的所有百大币,将全部用于福利兑换和终极拍卖环节。这种玩法创新,既丰富了活动内容,也进一步拉近了主播与用户之间的距离。

百大群像初心不改,见证直播生态的多元生命力

百大主播已成为快手直播生态最具影响力的年度盛事。步入第五年,百大主播呈现出清晰的迭代升级趋势:面孔更新鲜、才艺更丰富、品类更多元、行业覆盖更广泛。今年,百大主播上线

“全民票选”机制,以用户为核心,引入腰部主播参与头部评选,并挖掘新人主播,拓宽房产、家装、汽车等垂直领域。平台设立三大盘单项奖、七大品类标杆奖,共计十项荣誉表彰,其中九项荣誉通过生态共建与全民推举产生,覆盖全平台、全领域,全方位展现了快手直播内容的丰富性与包容性。

在当晚的百大主播之夜,获奖主播登台领奖,接受全网用户与平台的认可与祝福。多位主播登台分享自己的直播故事、成长历程与初心坚守,用真情实感诠释着“坚守”与“热爱”。

在主题演讲中,雷蒙、阿东、二猛三位主播讲述了自己坚守初心、服务百姓的故事,诠释了快手主播“娱乐百姓、服务百姓、为了百姓”的责任与担当。王斩、长春学弟、尚小尚三位主播则用行动打破标签,诠释着直播的无限可能,展现了快手主播的创新精神。修罗、南荒小辨、JG星耀、阿乐等主播也从游戏情怀、知识传播、团播发展、主粉关系等角度,分享了自己眼中的直播陪伴定义。

生态共荣逐光前行,快手引领直播行业高质量发展

2025年快手百大主播榜单的公布,既是对主播年度努力的认可,更折射出快手直播生态蓬勃的生命力与多元化、职业化发展趋势。

此次2025快手百大主播嘉年华及百大主播之夜,不仅是一场荣誉盛典,更是一次生态共鸣,不仅为主播提供了线下聚合、跨界交流的平台,也让用户看到了快手直播生态的多元化与生命力,更向行业传递出快手坚守优质内容、赋能主播成长、传递正向价值的初心。

2025快手百大主播嘉年华及百大主播之夜的圆满落幕不是终点,而是新的起点。下一步,百大主播将有机会入选由文化和旅游部市场管理司指导,中国演出行业协会与快手共同发起的“网络表演行业优质主播计划”,获得有关荣誉和奖励。