

拼多多兜底偏远物流中转费

重新定义“包邮区”，普惠商家消费者两端



村民到家附近的村快递代收点领取快递



平台实行技术服务费退返，解决了农产品售后的痛点

长久以来，因为地广人稀、物流成本偏高、包裹难规模化运输等原因，新疆一直被挡在“包邮”门槛之外。“本店包邮，新疆、西藏等偏远地区除外”，成了不少电商客服普遍使用的回应话术。

偏远地区，究竟有多远？以新疆为例，一件从浙江义乌发货的快递，在横跨了4000公里抵达乌鲁木齐后，可能还要再跨越超过1700公里，才能最终送到新疆某县

A 创新帮扶降运费 商家进疆热情足

消费者手中。这后半段的距离，比从北京到上海还要远。遥远的运输距离意味着更长的运输时间和更高的运输成本。过去，发往新疆的快递，首重成本普遍要15元起步，若是冷链空运，首重费用高达20-30元。

快递物流速度慢、费用高既是电商商家们进疆的老大难问题，也是新疆特产迈向全国的“卡脖子”问题。“提速降费”必须依靠创新的物流模式。2022年，拼多多开始探索中转集运包邮模式，引导商家将新疆消费者的包裹送至西安中转集运仓，再通过第三方物流服务运营商统一发货至新疆。这一模式改变了过去商家单打独斗与快递企业协商价格的局面。商品被中转集运后，商家通常

只需承担发货地到集运仓的运费，以及每单3-5元的二段运费。

今年9月9日，拼多多“百亿减免”计划再推重磅福利，即日起产生的全部偏远地区中转订单，商家只需将订单发送至中转仓，中转仓二次发货至新疆、西藏、甘肃、宁夏、内蒙古等偏远地区的物流中转费，全部由平台承担。目前，该项减免新举措已经覆盖平台全部商家。

“这一政策的出台，对我们来说无疑是一个大利好。它意味着我们在将产品送往新疆的过程中，物流成本将得到有效降低。这对于潮庭食品进一步开拓新疆市场，无疑是一个强有力的支持，我们对此充满期待。”潮庭食品负责人陈嘉宇如是说。陈

嘉宇表示，无论消费者身处何地，都应享受到同等的服务，因此自潮庭涉足电商领域以来，全国范围内统一发货，并且在运费上保持一致性，“特别是对于新疆、西藏这些地区的消费者，我们渴望他们也能尝到地道的潮汕牛肉丸”。因此，拼多多的新政实施后，能够有效缓解该品牌在冷链物流上的压力。

物流成本的下降，自然会带动电商商家进疆的热情。过去一直不敢进疆的鲜果商家张成龙，如今也开始琢磨如何把包邮区的水蜜桃卖到新疆。“平台给了帮扶后，我们每单的快递成本可减少六到八成，这部分节省的开支，也可投入到偏远市场的挖掘拓新中。”张成龙如是说。

B 快递进村更快速 居民生活更便捷

随着进疆的商家越来越多、当地快递物流逐渐提速，丰富便捷的电商供给改变了当地消费者的生活习惯。住在新疆山区潘家台子村的徐建芬对此深有体会。以前在徐建芬网购的时候，往往商品本身售价才十几块钱，但是快递费用就需要超过20元，翻倍的价格总能瞬间浇灭她的购物欲。碰到需要退货的情况，徐建芬也往往因为麻烦和昂贵，选择“算了”。

还有些时候，高昂的快递费最多只能支持快递进到新疆县城，从镇上、县里到村子、到消费者手上的最后几十公里，只有少数几家物流在跑，要么原地加价，要么一周一回，要么踪迹无处可查。

这种情况直到去年才开始改变。2023年秋天，徐建芬开着车走在出村的路上，迎面看见了一辆印有物流快递公司logo的货车，“我当时以为是谁在快递公司上

班，开车回来了”。后来收到短信收货提醒，她才知道，是拼多多快递进村了。

彼时，拼多多联合第三方物流服务运营商，在喀什地区莎车县开始试点快递进村服务，将末端配送网点与消费者的距离，从几十公里缩短到几公里，签收时效也从几天压缩到24小时内。截至目前，该服务已在全疆超一半的村域开通，覆盖女装、男装、美妆、车品、百货等十余个类目，低至几元的日用百货，高达数千元的手机电器，均支持免费包邮送货进村。

在拼多多多接入后，商品可以直接送到村子里的快递点，这让物流周期直接砍半，从下单到家门口3至5天就可以送达，“3月13日上午下单的牛仔裤，3月15日就收到了，真的非常快。”而原本要送到县城才能退换的货物，徐建芬也可以直接联系进到村子里的快递员帮忙办理手续，“直接给他们打电话，当天都能退走。”

无独有偶，在伊犁一处服务区经营一家便利店的马春宇也迅速感受到快递进村的变化。他们村里的超市有一块三四十平方米的小空间，其中三面墙边都摆放有三层货架。超市提供快递驿站式的服务，所有进村的快递也都会集中到那里，由村民自己去取。有时候晚上购物节，整个超市地上都堆满了快递。

拼多多物流服务是做得最好的，基本每天都能送到村”，马春宇评价道。原来她想给自己家购置一些小件东西或给便利店补货，需要开车到镇上取货，往返一次接近1小时，“来回路费便能抵线上线下的差价了”。但自从拼多多快递进村后，这段距离马上缩短至1公里，开车2分钟。



目前，拼多多“百亿减免”计划已落地一系列举措

C 携手产业实现共赢
新疆发展添新动力

拼多多持续的创新帮扶，带来的效应非常明显——国家邮政局数据显示，2023年新疆快递业务量累计达3.05亿件，同比增长88.10%，增速位列全国第一。伊犁某第三方物流快递站点负责人表示，最近一年，站点单量翻了三四倍。即使在网购淡季，一些人口大村的日均单量也能达到130-140件。

“快递是连接生产和消费的桥梁，是反映经济活力的‘晴雨表’。”拼多多相关业务负责人表示，未来会继续团结各方力量，调动平台资源，持续疏通电商物流堵点，不断扩大快递包邮进村服务面，搭建起一条从制造源头到新疆地区的物流走廊，带动新疆乃至整个西部地区的物流焕新的经济活力，“希望借此撬动更多商家加入到偏远地区的市场与消费振兴中，增加商品流通，激发市场活力。新型电商的快速发展，在带动快递行业基础设施不断完善的同时，也为地区经济找到新的增量”。

如今，不只是徐建芬们越来越多地通过拼多多下单购物，商家们也越来越多地规划进疆，新疆本地的特色产品，也正借力物流快递的大网往外走。如吐鲁番葡萄、库尔勒香梨、阿克苏苹果、哈密瓜等特色农产品，通过拼多多触达全国数亿消费者，并获得广泛认可。

2023年，新疆水产品更是火爆出圈，三文鱼、南美白对虾、螃蟹、澳洲淡水龙虾等“海鲜”成为新晋网红。其中，新疆雪蟹登录“多多丰收馆”，最快仅用一天时间就从额尔齐斯河送达长三角等远距离消费者的手中。在拼多多百亿元补贴的资源支持下，新疆雪蟹销量持续攀升，拼多多商家表示：“2023年上游的养殖基地总体产能能达到100吨到150吨，明年预计翻一番达到300吨。”

一位资深物流专家表示，电商平台通过补贴协同，有效促进快递物流在偏远地区的延伸，推动偏远地区更好融入国内大循环。”补贴不仅是单纯补钱，而是通过降低物流成本，构建包括电商商家、快递物流和消费者在内的、可持续的产业链共赢生态，值得借鉴和推广”。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉接受采访时表示，在国家高质量发展战略下，各大平台开始从增加生态黏性的角度进行改革，不断提升营商环境、降低商家经营成本，这也是响应国家促消政策、履行社会责任的做法。

财经·视野 A10

2024中国制造业企业500强发布

广东43家公司上榜

羊城晚报记者 许张超

近日，中国企业联合会、中国企业家协会在合肥举办的2024世界制造业大会上发布了2024中国制造业企业500强榜单，企业入围门槛迈上新台阶，达到170.62亿元，较上年提升了5.12亿元，中国石化、中国宝武、中国中化、中国五矿、恒力集团、上汽集团、华为、中国一汽、荣盛集团和比亚迪进入前十。

从营收规模来看，上榜企业累计实现营业收入520.01万亿元，较上年增长1.86%；从经济效益来看，上榜企业累计实现归属母公司所有者净利润1.19万亿元，较上年下降5.77%，降幅收窄了7.86个百分点。与之对比，同期，世界企业500强中的制造业企业营业收入同比减少4.36%，净利润同比下降12.76%。

具体到各行业来看，锅炉及动力设备制造、储能电池、风能、太阳能设备制造等行业营收增长率均超过10%，锅炉及动力设备制造、工业机械及设备制造、电力电气设备制造等行业净利润增长率均在50%以上，风能、太阳能设备制造、动力和储能电池等行业的资产规模增长率超过15%。

在研发投入方面，上榜企业创新驱动力增强，累计投入研发费用约1.23万亿元，较上年同比增长12.51%；研发强度为2.37%，较上年提高0.04个百分点，华为以23.39%的研发强度位居上榜企业首位；拥有有效专利149.37万件，发明专利71.73万件，分别较上年增加3.85%和11.35%；发明专利占比为48.02%，较上年提高3.24个百分点。

上榜企业当中，民营企业入围数量继续增长，同比去年入围数量新增12家至374家，占比74.80%。民营企业实力如何？在124家千亿元级入围企业中，民营企业有69家，占比55.65%；民营企业的营业收入、净利润、总资产占比也有不同程度的提高，分别达到55.32%、70.74%和46.41%。

各省份（省、自治区、直辖市）上榜企业数量如何？上榜企业数量位居前十的省份依次为浙江（86家）、山东（68家）、江苏（56家）、广东（43家）、河北（33家）、北京（26家）、河南（24家）、福建（22家）、上海（20家）、四川（17家）。东部地区企业入围数量重现增长趋势，从去年的361家增加到365家，与其他地区的差距进一步扩大。

值得注意的是，上榜企业还呈现了制造业出海稳健增长的趋势，上榜企业拥有海外资产7.29万亿元，较上年增长5.81%；实现海外营业收入7.13万亿元，较上年微幅下降0.97%；拥有海外员工113.76万人，较上年增长14.26%；跨国指数为16.33%，较上年提高0.46个百分点。

方玉友“交棒”外甥侯亚孟



羊城晚报记者 汪海晏

珀莱雅的新帅“隐忧”



珀莱雅总经理发生变动 视觉中国供图

二代接班后的隐忧

根据公开的财报数据，自2017年以来，珀莱雅已经连续7年营收保持双位数增长。2023年珀莱雅营收达89.05亿元，再创新高；归母净利润达11.94亿元，同比增长46.06%。今年上半年，珀莱雅营收更是首次突破50亿元大关，再次向50亿元大关迈进。

虽然已稳坐国货美妆的“头把交椅”，但侯亚孟接班后仍然会面对很多挑战。

对珀莱雅的高层变动，其他国产美妆品牌正不断招兵买马。今年6月，上海家化选举了曾在宝洁、阿里巴巴、高露洁任职的林小海担任上海家化董事长；7月，曾任职欧莱雅中国高档化妆品部零售总经理的陈曼成为上海家化美妆事业部总经理。与此同时，从珀莱雅离职的人才正在加入其他竞品公司，据市场消息，今年7月，珀莱雅原市场营销总监叶伟被外聘为上海家化品牌营销咨询顾问，珀莱雅前首席研发官蒋丽刚被聘任为百雀羚首席技术官一职。

同大多数美妆企业一样，珀莱雅的

“重营销轻研发”屡被市场诟病。以近三年为例，珀莱雅销售费用率均在42%以

上。今年上半年，珀莱雅的销售费用同比增长近半至23.40亿元，该费用占到营业收入的46.78%，为上市以来同期最高。其中，公司形象宣传推广费逾20亿元，同比增长50.03%。相比之下，研发投入的费用则相形见绌。2021年至2023年，该公司研发费用率分别为1.65%、2%、1.95%；今年上半年，再次降至1.89%。

此外，珀莱雅旗下的“彩棠”、“悦芙媞”等子品牌仍未形成新的增长曲线。今年上半年，主品牌“珀莱雅”贡献39.81亿元收入，增速仍在37%以上，但收入占比略微下滑至80%以下。彩妆品牌彩棠增势已有所放缓，今年上半年的收入增速降至40.57%，贡献不到6亿元的销售金额。

如今，随着侯亚孟上任总经理，珀莱雅未来发展战略将有哪些改变？对此，珀莱雅相关负责人在回应媒体时称：“未来公司发展的大方向是不变的，坚持创新驱动，走高质量发展和国际化之路，致力于成为世界一流美妆企业。”

相关链接

多家美妆企业进入“创二代”时代

化妆品企业作为中国民营企业中的佼佼者，其掌门人年龄多在四五十岁以上。不过近几年来，这种情况正在悄然发生变化。随着第一代创业者逐渐退到幕后，越来越多的80后、90后“二代”走到台前，接棒父辈管理公司，为化妆品市场带来新活力。

巨子生物创始人范代娣的女儿严钰博，2023年10月3日获委任为巨子生物控股有限公司执行董事及首席产品官。今年上半年，巨子生物的营收同比增长58.2%到25.4亿元。

九美股份创始人孙怀庆的儿子孙云起，自2019年开始在公司任职，并于今年6月接任旗下彩妆品牌Passional Lover恋火。

环亚创始人胡兴国之子胡根华，于2016年进入公司，现担任公司副总经理，主要负责电商业务、品牌传播及营销管理工作，并于2019年创立“肌肤未来”品牌，为环亚创造了新的增长曲线。

今年年初，立白科技集团创始人陈凯旋的长子陈泽滨，履新立白科技集团董事长，立白创始人陈凯旋进一步放权，成为立白“总顾问”。这位在14年前就进入立白的二代掌门，终于经过了父亲多年考察。37岁的陈泽滨全面接手立白，立白也正式完成换帅。