今年以来,邮政快递行业规模持续扩容——

多样化寄递需求得到更好满足

邮政快递业是现代流通体系的重要组成部分,在建设全国统一大市场、降低全社会物流成本、畅通经济循环进程中,发挥着不可替代的支撑保障作用。

国家邮政局近期发布数据显示,上半年,邮政行业寄递业务量累计完成1088.9亿件,同比增长4.2%。其中,快递业务量累计完成1003.8亿件,同比增长5%。国家邮政局相关负责人表示,今年以来,邮政快递行业规模持续扩容,服务体系日趋多元,设施网络优化升级,对实体经济支撑保障作用日益凸显。

优化网络布局

"硬脆的美早、酸甜的雷尼……都是当天采摘、当天发走,乘坐专机,基本上第二天就能收到货。"山东省烟台市福山区张格庄镇权家村村民权百惠一边拣选着樱桃,一边回复着兰州客户的咨询信息。

"为确保樱桃以最快速度直达全国餐桌,今年投入的运力数量和质量都有了大幅提升。"顺丰速运鲁东区业务中心负责人赵煜明介绍,一方面把服务点下沉到田间地头,配备冷链运输车;另一方面,增设6架樱桃专机和1000多个散航吨位,细分航空流向,升级"空空转运"能力。比如,以往600公里到800公里的距离主要靠陆运冷链,如今货机直飞,再整板转运到其他城市,可实现从枝头到餐桌重点城市6小时速达、全国80多个城市次日达。

一件件樱桃包裹从胶东半岛发往陇原大地,依托高效衔接的寄递网络跨越地理阻隔,正是全国统一大市场建设的生动缩影。国家邮政局数据显示,截至2025年底,全国建制村快递服务覆盖率超过95%,累计开通交邮联运邮路1.3万条、建设合作站点14.5万处。

物流通则循环畅。今年5月,在生鲜寄递、电商大促等需求带动下,邮政快递业连续三周日均业务量突破6亿件。旺盛的业务量,既折射国内消费市场巨大潜力,也印证我国快递物流网络承载力、通达能力实现显著跃升。

北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君表示,依托覆盖城乡、贯通全域的寄递网络与骨干枢纽体系,邮政快递业不断打破地域分割与流通壁垒,加速工业品下乡、农产品进城的高效流转,助力商品、要素自由流动。

拓宽降本空间

服务模式迭代升级,是邮政快递业降本提质增效的重要抓手。今年以来,行业不断拓展服务边界,新业态、新装备加快落地,综合服务能力持续提升。

每日午后,义乌国际邮件互换局内,一辆辆满载跨境包裹的邮车鱼贯而入,驶入监管场地。这些来自"世界超市"的3C配件、日用百货、服饰饰品等"中国制造"在接受海关关员的审单、判图与查验后,便被迅速分装打包装车。

"这个场地约1万平方米,旺季日均处理量最高可达30万件。"中国邮政义乌市邮政分公司国际运营部经理陈广梁介绍,他们打造的"邮+海陆空铁"多式联运、专机航线、整柜海运等定制化产品,可最大限度帮客户降本增效。以义乌至俄罗斯公铁联运为例,其综合运价与海运相当,但运输成本较航空运输节约50%,运输时间相比全程铁路运输缩短近10天,比海运缩短近15天。

作为连通生产与消费、国内与国际的重要纽带,邮政快递业正通过邮政网络服务千家万户、连接千城百业、通达全球各地,全力促进互联互通。国邮智库专家赵洪涛介绍,当前,我国邮政快递企业还在不断拓展全球网络布局,预计到2035年,我国邮政快递企业海外件量的市场占有率有望达到35%至40%。

随着海外仓需求的持续增加,行业企业加速开仓。"今年4月,菜鸟在英国达文特里、法国巴黎、西班牙马德里、波兰罗基特诺密集启用四处新仓库。"菜鸟全球供应链副总经理孙蓓蓓介绍,菜鸟正全面拓展欧洲的新仓网体系,通过新的欧洲供应链履约中心、多个欧洲国家仓等仓网建设,满足全球商家出口欧洲的需要。

打通堵点卡点

实现市场设施高标准联通,是破除地理阻隔、促进要素高效流动的基础条件。打通流通环节堵点卡点,成为邮政快递业高质量发展的关键命题。

从国办印发《关于加快农村寄递物流体系建设的意见》,到中办、国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》,再到交通运输部等8部门联合发布《实施多式联运攻坚 打通堵点卡点行动方案(2026-2030年)》……一系列政策密集出台,推动先进物流模式快速普及,将为降低全社会物流成本提供重要支撑。

"政策持续发力,推动了人、财、土地、技术、数据五大生产要素的协同创新,也加速了无人机、无人车、具身智能机器人等智能化设施落地应用。"赵洪涛举例说,已大量取得路权、规模化应用的无人车,在乡村邮路、网点接驳等场景可以实现20%至70%不等的降本增效。

在今年"618"电商大促期间,无人车成了基层网点的运力核心支撑。在新疆精河县,中通快递精河网点投用无人车后,每天可稳定为8个驿站配送800多件包裹,不仅把单票运输成本进一步压低,还将偏远村落的配送频次提升至每日一次,彻底解决了过去电商大促期间"进港件送不到、出港件发不出"的现实难题。

面向未来,随着现代化流通设施网络互联互通水平持续提升,邮政快递业将逐步完成从"运得了"向"运得好""运得省"跨越。商品、要素、资源在更大范围顺畅流转,将持续赋能实体经济,让国民经济大循环更加高效通达。 **吉蕾蕾**

经济快讯

前六月广告业收入突破万亿元

记者近日从市场监管总局了解到,今年上半年全国从事广告业务的头部企事业单位共实现收入10373.8亿元,同比增长11.3%,广告产业发展增势强劲。

据市场监管总局介绍,今年上半年,互联网广告发布收入6121亿元,同比增长25.3%,占全部广告发布收入的86%。电视和报纸媒体广告发布收入分别为198.8亿元、12.2亿元,同比分别增长3.4%、12.6%,保持小幅增长。值得注意的是,电影媒介广告发布收入实现数倍增长。

此外,今年上半年,北京、上海、广东、浙江、江苏、福建等6个省(市)广告业务收入合计8432.1亿元,同比增长12%,占全国总量的81.3%,较上年同期提高了0.5个百分点。 **赵怡宁**

上半年规上互联网企业研发经费投入增长14.1%

记者近日从工业和信息化部运行监测协调局获悉,上半年,互联网业务收入增速保持平稳,利润总额增速加快,研发经费投入稳定增长。

上半年,我国规模以上互联网和相关服务企业(以下简称"互联网企业")完成互联网业务收入10675亿元,同比增长10.1%,增速较1-5月份回落0.3个百分点;我国规模以上互联网企业实现利润总额989.9亿元,同比增长16.6%,增速较1-5月份提高6.9个百分点;我国规模以上互联网企业共投入研发经费595.5亿元,同比增长14.1%。

分地区看,上半年,京津冀地区互联网业务收入同比增长14%,长三角地区互联网业务收入同比增长8.3%,两个地区互联网业务收入占全国的比例分别为33.6%和30.7%。上半年,全国互联网业务收入实现正增长的省(区、市)有16个,北京、广东、上海、浙江和贵州互联网业务收入居全国前5。 **王俊岭**

新能源汽车月度新车销量占比首超60%

中国汽车工业协会8月12日发布数据显示,2026年7月份,新能源汽车月度新车销量占比首次超过60%、累计占比首次超过50%;月度出口量连续两个月突破100万辆,新能源汽车出口占比连续两个月超过50%。

前7个月,我国汽车产销分别完成1756.7万辆和1760.2万辆,其中新能源汽车产销分别完成901.4万辆和900.7万辆,同比增长均近10%。具体来看,7月,新能源汽车产销分别完成157.6万辆和156.1万辆,同比分别增长26.8%和23.7%,纯电动汽车产销量均超过100万辆,同比增长均超过三成。

7月,汽车产销分别完成257.3万辆和258.4万辆。中汽协会副秘书长陈士华分析称,7月汽车市场进入传统销售淡季,客流与订单自然回落,叠加半年度冲量提前释放部分需求、全国持续高温及部分区域台风、洪涝灾害影响线下销售等因素,环比呈现季节性回落,同比微降。

汽车出口继续保持高速增长。7月,汽车出口104.3万辆,环比增长0.6%,同比增长81.3%,其中新能源汽车出口55.3万辆,环比增长5.7%,同比增长1.5倍。前7个月,汽车出口614万辆,同比增长66.8%,其中新能源汽车出口290.9万辆,同比增长1.2倍。 **唐诗凝**

7月份中国电商物流指数为111.2点

8月11日,中国物流与采购联合会和京东集团联合发布的数据显示,2026年7月份,中国电商物流指数为111.2点,环比回落0.2点。

中国物流信息中心分析师对记者表示,7月份,电商物流迎来季节性调整。电商促销活动相继结束,平台集中促销效应逐步消退,市场回归常态化运行,电商物流需求有所回落,但行业运行基本盘依旧稳固。

具体来看,电商物流总业务量指数小幅回落。7月份,电商物流总业务量指数为128.4点,环比回落0.2点。分地区来看,西部、东北部地区分别回升0.9点、0.6点,中部地区小幅回落0.4点,东部地区与6月份持平。

电商物流农村业务量指数有所回落。7月份,电商物流农村业务量指数为126.5点,环比回落0.8点。地区电商物流农村业务量走势分化,西部、东北部指数水平持续向好,分别回升0.2点、0.6点;东部、中部地区有所下降,其中中部地区受极端天气影响,回落幅度最大,环比回落1.4点。

电商物流供给端稳定向好。7月份,企业库存流转效率进一步提升,库存周转率环比回升0.4点,实现连续三个月回升;物流服务质量稳步优化,自2月份起,物流时效、履约率、满意率连续回升,7月份分别回升0.1点、0.3点和0.1点。成本指数环比回落0.3点,企业经营压力有所舒缓。

上述分析师表示,从需求结构看,衣装服饰、美妆护肤等刚需类商品消费基本盘保持稳固;以旧换新政策持续发挥带动作用,"夏日经济"等成为家电消费与数码消费的重要驱动力,空调、除湿机、手持电扇等清凉家电进入销售旺季,手机、电脑、平板电脑等"升学套装"销售情况良好。从供给端看,面对极端高温、强降雨等,物流企业持续优化作业组织模式,合理调整干线运输调度计划,加大对一线分拣、末端派送从业人员的劳动防护与后勤保障,多措并举对冲外部不利因素影响,保障电商物流链条平稳运行。

"8月份,暑期消费活力持续释放,叠加促消费政策效能进一步显现,电商物流有望止跌回稳,延续平稳运行态势。"上述分析师说。 **孟珂**

C919首条国际航线开通

8月12日15时许,由国产大飞机C919执飞的国航CA723航班从北京首都国际机场起飞,前往蒙古国首都乌兰巴托,标志着C919首条国际航线正式开通。 **谢晗 摄**

安徽人形机器人加速迈向商用

走进位于安徽省合肥市瑶海区的智能机器人公共服务平台,1600平方米的空间里,约40名00后数据采集员正为各式各样的人形机器人开展紧张有序的"实训":当佩戴传感设备的数据采集员用手柄发出指令,旁边的人形机器人便会实时相应做出平稳移动、精准抓取等各类动作。

人形机器人的每一次抬手、落手、微调,实时生成的训练数据,可以用于持续优化感知算法与运动模型,对相关产业发展至关重要。

00后采集员李斯佳自今年3月入职智能机器人公共服务平台以来,一直负责训练餐厅服务类机器人的"上菜"功能。据她介绍,不同于传统实验室单一测试环境,智能机器人公共服务平台复刻真实应用场景。从动力电池精密装配,到货架商品识别搬运,再到日常服务交互,不同机器人在这里经历不同的"实战集训"。

"人形机器人想商用,最大难题在于缺场景、缺数据。"作为智能机器人公共服务平台的建设方之一,合肥国先控股有限公司副总经理徐斌介绍,以往具身智能企业自建训练场景,投入大、周期长、见效慢。如今依托公共平台资源,各类机器人可集中开展闭环训练,大幅降低中小科创企业研发门槛。

为推动人形机器人产业规模化落地,安徽坚持把场景应用推广作为重要抓手,如推动工业机器人进入汽车产线的物料搬运场景、服务机器人进入商圈的导览导购场景、康养机器人进入社区医养机构场景等,加速构建"实景实训—数据沉淀—产品迭代—规模部署"闭环。

距离合肥一百余公里之外的芜湖市,坐落着全国最早一批国家级机器人产业集聚区,依托整车制造积淀、全球出海渠道等优势,这里孕育出墨甲、启智等多家人形机器人公司。

步入安徽墨甲智创机器人科技有限公司的展厅,"未来感"扑面而来。这里既有行动迅捷的机器狗,也有沉浸在书法写作中的人形机器人。其中最为吸睛的便是名为"墨茵"的人形机器人,身高1.67米、会多国语言,可用于交通指挥、客户接待、展厅巡检等不同场景。

奇瑞汽车执行副总裁、墨甲机器人总经理张贵兵介绍,墨甲机器人由奇瑞集团自2023年起在内部孵化,2025年初正式成立公司。2025年,墨甲人形机器人全球销量超300台,今年上半年销量便超590台,已覆盖60多个国家和地区。

以合肥、芜湖为引领,安徽引导各市因地制宜布局细分领域,汇聚成涵盖整机、核心零部件、系统集成的全产业链体系。数据显示,2025年,安徽省人形机器人整机产量只有700余台,今年上半年产量便已超2600台,规模化应用加速。 **张紫赟 高亢**

山东出台措施促进投资基金高质量发展

山东省财政厅等5部门近日印发《关于促进投资基金高质量发展的实施意见》,促进全省私募股权投资基金(以下简称"投资基金")高质量发展,充分发挥投资基金在服务国家战略、建设现代化产业体系、培育新质生产力、促进创新创业等方面的积极作用。

《实施意见》提出,畅通产投对接渠道。建设省投资基金综合服务管理平台,整合政策汇集、信息发布、线上推介、投后赋能、便利化服务等功能,全面提升综合服务能力。完善基金与项目线上信息共享机制,建立投资基金库、重点项目库,依托基金平台实现基金库与项目库实时互通、精准匹配。健全基金与项目线下对接机制,通过"引进来""走出去",推动基金、机构与优质项目精准对接、加快落地。

促进资本有效集聚。积极争取国家级政府投资基金、全国社会保障基金、金融资产投资公司、企业风险投资机构、央企和外省市优质投资机构等外部优质资源,形成资金合力。统筹用好各级国有投资基金资源,加强与市场化投资基金协同联动,助力重大战略实施和现代化产业体系建设。鼓励社会资本广泛参与,拓宽投资基金募资渠道,支持银行等金融机构开展投贷联动等业务,推动风投创投集聚发展,吸引更多投资机构进驻和展业投资。

畅通基金退出渠道。深入实施上市资源培育"十百千"计划,对符合条件的基金投资企业进行重点培育,支持投资基金通过IPO等方式退出。推动创新型、创业型、成长型中小企业登陆新三板,促进区域性股权市场"专精特新"专板建设。鼓励企业发起设立并购基金。支持有实力的基金投资机构、国有企业和社会资本,发起设立S基金,自主开展投资业务。 **付玉婷**

销量快速增长 租赁成新选择

——体验式消费带热运动相机

上半年,重点平台运动相机销售额增长21.4%。

轻拨摇杆观察云台,翻转镜头开启自拍,双击屏幕尝试智能跟随功能……周末,河南郑州正弘城大疆门店内,款式多样的口袋相机与运动相机吸引了许多顾客前来体验。

"店里有4个系列、共计8款便携影像设备,价格从千元出头到4000多元,可满足不同预算顾客的需求。"门店负责人乔虎说。

32岁的张静阁从事教育工作,是一名运动相机爱好者。"2023年就入手了一台,既录制教学片段,也记录生活日常。"她说,这次来选购双摄像头版的新机型,一番体验下来,发现不仅变焦能力更强了,还可以外接补光灯,"以后去看演唱会也能用上,哪怕距离远,画面也是清晰的。"

"年轻人是运动相机等便携影像设备的主要消费人群。"乔虎观察到,早些时候,这类设备多是媒体、短视频等行业从业者的专业工具,近些年已经从小众数码产品发展为大众消费品,学生、户外运动爱好者、家长等更多类型人群愿意为之买单,实现了"破圈"发展。

一组数据印证市场热度:今年"五一"假期,大疆在河南市场的口袋相机产品线销量同比增长255%,运动相机销量同比增长118%;全景相机、拇指相机销量也实现大幅增长。

"我们在暑期推出新的促销活动,入门级口袋相机降价超过30%,带动门店销量成倍增长。"乔虎说,大家对便携影像设备的关注度很高,工作日每天进店体验的顾客约300人,节假日客流量还会提升3倍以上。

不但在线下门店,线上平台的数据也反映出消费热度。上半年,包含云台相机等产品在内的运动相机品类,在京东的成交额同比成倍增长。

"门店的优势在于能够提供完整的配套增值服务。"河南焦作大疆和诚外滩店负责人李晓玲介绍,门店会定期开展技术交流与户外采风活动,还会举办摄影摄像比赛。"我们提供旧机估价折价换新服务,消费者购新机时能直接抵扣部分货款。"李晓玲说,近3年,店里运动相机等便携影像设备消费增速超出预期。

记者在和诚外滩店看到,不仅有顾客在上手操作运动相机,直观感受防抖、变焦等效果,还有专人进行拍摄、视频导出等教学。市民张波带着刚上初中的女儿正在体验,趁着暑期,全家准备到云南游玩,想来购机记录行程。"运动相机既能记录风景,也能培养孩子的运动和拍摄兴趣。"张波说。

除了购买运动相机,租相机也成为消费者的热门选择。前不久,21岁的大学生沈雪苒计划到郑州游玩,提前在线上平台预约租机。"到取机地点后,扫码备注姓名和身份证号,凭借信用积分就可以免押金租用。"沈雪苒说,新机型对她来讲价格偏高,所以选择了租赁模式,体验下来方便又实惠。

在郑州从事影像设备租赁业务的吴晓聪告诉记者,从演唱会捕捉到商机后,这几年他试水便携影像设备租赁业务,目前共有百余台机器,旅游旺季和演唱会期间供不应求。每台相机都配备了相关保险服务,一旦有破损可以更换新机,无需租客赔付,双方都省心。

河南省统计局数据显示,上半年,河南照相器材类商品零售额增长34.7%。河南大学特聘教授李晓敏认为,相比手机,近来接连实现研发突破的国产运动相机,能够无感拍摄,像素高清、画面稳定,特别是在运动过程中也能清晰记录;与此同时,更加便捷的服务和轻量化、智能化的升级趋势,也进一步降低了设备操作门槛。"人们对品质生活的追求,以及沉浸式文旅、户外运动等体验式消费的发展,带动运动相机成为越来越多消费者的'标配'。"李晓敏认为,未来这一消费市场还有望继续扩容。 **赵帅杰 王珂**