

物流业保驾护航“双11”有何新举措

■中国城市报记者 方紫薇 郑新钰

实行预售“极速达”、按需送货上门、筹备快递车队、推广绿色快递……眼下，一年一度的“双11”大促活动正在火热进行中，物流快递企业也随之争相推出种种举措，为购物节保驾护航。

竞速预售前置

“一付尾款包裹就送到了，生怕我反悔。”近日，许多互联网平台上的消费者纷纷发帖点赞今年的发货速度，称今年“双11”发货速度“能擦出火星”。

“您的快递到了。”10月31日，家住上海市浦东新区的高女士于20时付完尾款，52分钟后她就签收了下单的货品。韵达上海浦东新区北蔡公司万科服务部网点快递员李翔负责此单配送。李翔透露，高女士购买的商品属于“预售韵速达”订单，包裹在10月26号到达网点仓库，顾客只要付完尾款，系统自动发送信息到网点端。“电联后得到顾客确认，我们网点端立即送出，让顾客享受‘极速’服务体验。”李翔说。

韵达“双11”专项组负责人对中国城市报记者表示，为了满足不断升级的购物大促快递服务需求，提升消费者购物体验，韵达针对全链路进行了购物大促运营和服务模式的优化升级，并在2022年首次推出“预售韵速达”服务，通过与商家端深入融合和全链路网络协同，在“双11”大促期间，为消费者带来更好的购物体验。

事实上，不仅是韵达，邮政EMS全国首单13分钟投递完成，申通快递9分钟进村，京东快递当晚20点后也陆续到货……众多快递企业正开足马力竞速首单，扩大“预售前置”“预售极速达”规模。

在北京市工作的小李在微信小程序上预约下单，给身在江苏的母亲寄去一箱特色美食，上门取件的菜鸟驿站小哥接过满满一箱食品并表示：“北京到江苏有直达车队，今晚装车，最迟后日抵达。”

为了保障“双11”期间的运力，快递公司“各显神通”。申通快递相关负责人向中国城市报记者透露，“双11”期间，车队日均发车量预计增加80%，并增加近500条直发路线，直发单量占总单量的比例约80%；菜鸟在分拨中心、配送站和菜鸟驿站增加超10万个短期用工人员；顺丰在互联网

网上发布招聘公告并提升单件派费；德邦快递也将调配揽收车辆近30万辆。

“今年许多物流快递企业准备相当充分，基本在10月初进行对人力、车队等行业资源的安排。末端配送环节更加有‘科技感’，例如加大推行无人车配送、智能自提柜等。”易观分析品牌零售行业分析师魏建辉在接受中国城市报记者采访时表示，今年预售期拉长，许多用户的单量被前移，这样不容易积压包裹，以避免发生往年的爆仓事件。此外，为了应对多种挑战，许多企业还提前增配人手，保持物流配送平稳畅通，保持大促期间全网运营稳健化。

多种挑战并存

在北京市朝阳区的一家快递超市中，中国城市报记者看见快递堆成了小山，前来寄快递的顾客无处下脚。

“最近的快递数量明显增多。”正在打包快递的网点负责人徐先生对中国城市报记者透露，“但相较往年，今年的包裹数量减少了。”

在丰巢快递柜前，一位中通快递小哥正在存件，面前摆着装满了快递的编织麻袋。他告诉中国城市报记者：“现在在全国多数地方都能正常发货，少许疫情严重的地方会暂缓发货。”

对此，一位快递从业者向中国城市报记者分析，一方面受大环境影响，消费者收入放缓，消费能力呈现疲软态势，各

商家品牌今年也明显在推广和促销上“诚意不足”；另一方面，线下转线上，品牌间竞争激烈，红利被瓜分，导致整体活跃度和力度明显不如往年。“今年‘双11’旺季，快递企业不仅要保障消费者‘买买买’，更要做好‘防防防’。”该从业者说。

此外，记者在采访中还了解到，今年快递价格平抑。“今年‘双11’快递单价涨幅不是很明显。快递单价不涨，电商端的客户的压力会更小。但是用户单量上去了，快递公司的配送压力就会相应增大。”魏建辉表示，目前的快递企业盈利还是走“薄利多销”的路径，是成本导向型，以规模效应取胜。

“‘双11’快递价格的平稳变动实际上体现的是政府对低价竞争的遏制已经初见成效，行业会加速向有序竞争的市场环境迈进。”物流行业专家杨达卿表示。

值得关注的是，送货上门、保价升级，物流业从“价格战”走向“服务战”，为消费者切实带来便捷——菜鸟已经对多地分拨中心进行升级，提升自动化水平，自营物流菜鸟直送成为菜鸟送货上门的主要力量，菜鸟数据显示，11月1日上午，全国有300多个城市的买家的快递包裹已被送货上门；顺丰则是上线了2.0版本的保价服务升级版，为客户提供多场景多维度的保价服务，据悉，升级后的保价服务体系包含“足额保”“定额保”“基础保”三大产品。

“今年‘双11’，我们将联

合天猫等电商平台在上海、杭州、武汉、广州、南京等30个城市推出按需配送服务，在总部和省区分别建立专门团队，配置专人负责项目执行情况；对于按需配送包裹，在面单上进行特殊标识，与普通快递进行区分；在派送环节，会有智能外呼主动联系客户，快递员使用的申行者APP也会有专门标注。”申通快递相关负责人表示，为了做好消费者购物体验升级，预计将增加超过3000名按需配送服务人员，对于参与送货上门的网点与快递员小哥，也将给予上门补贴。

专家：物流业正从传统模式向新模式转变

“我们公司的园区外，光是‘三通一达’的快递车就停了一排，竞争太激烈了吧。”北京姑娘思思的感慨折射出“双11”旺季的冰山一角。

记者注意到，今年的电商竞争格局正在悄然转变，快递业开始争相携手直播电商，在竞争中抢占先机、寻求机遇。中通快递牵手抖音，成为其“双11”期间特邀物流合作伙伴；圆通也选择与抖音合作，在10月31日至11月15日期间推出赔付兜底、履约保障、价格承诺、客服保障、特色权益五大专属权益。

与此同时，面对旺季包裹量激增问题，快递业选择升级智慧物流模式以承压。“面对‘双11’旺季，韵达全网快件自动化分拣持续升级，全网各分拨和网点通过提升自动化流水线运行时长和效

率，确保快件及时中转，让客户的快件及时转运，缩短中转时间。”韵达快递相关负责人表示。

中国物流与采购联合会会长何黎明在2022中国物流企业夏季峰会上表示，物流业正在从传统模式向新业态新模式转变。随着新一代信息技术与物流业融合，物流业需要推动传统物流模式向数字化、智能化、网联化的智慧物流模式转变。

此外，值得一提的是，快递业不仅赛起了科技，还比拼起了环保。申通快递方面透露，截至2021年年底，申通快递已实现电子面单使用率近100%，环保芯片袋在转运中心覆盖率实现100%，参加“包装规范”培训网点数超过1500家，已经生产可降解环保塑料包装袋200万个，并通过多种方式提升新能源车辆的普及率。

未来的快递业发展趋势将会发生什么改变？“未来的快递业头部企业或维持相对均衡竞争态势，同质化竞争、甚至互相收购的意义已然不大，分拨中心、网点的重合率太高。而当今，电商购物正在走向即时化，消费者对物流速度的要求将会越来越高，甚至从‘次日达’走向‘当日达’。”魏建辉预测，未来不排除拥有庞大商流业务基础的跨界玩家入局。伴随着即时零售业务快速发展，本地生活的即时物流服务与传统的跨区域物流在相关业务环节存在协同效应，合力搭配全链条的物流履约服务模式，或将影响到整个物流业的发展方向。

江苏连云港：电商全力抢滩“双11”

11月1日，江苏省连云港市海州区天马电商产业园，工作人员正在将货物分拣、打包、发送。进入11月，江苏连云港市众多电商和物流快递企业加紧进行腾仓扩容，添置分拣设备，备足货源，同时推出各种优惠让利活动，全力迎接“双11”消费购物大潮。

人民图片

