

快递怎么又涨价了?

快递量价齐升期
服务质量怎么样?

事实看来,“双11”旺季,确实能明显提振快递行业景气。艾媒报告指出,2018年业务量与业务收入最高的均为11月,业务量和业务收入分别为58.6亿件和648.3亿元。国家邮政局监测信息显示,仅2018年11月11日至16日期间,全国邮政、快递企业处理邮(快)件18.82亿件,同比增长25.8%。

对快递公司来说,受到国庆、“双11”、“双12”等消费旺季及快递费旺季涨价的影响,企业往往在第四季度迎来量价齐升期。2018年,顺丰控股第四季度营收255.02亿元,净利润15.78亿元,环比分别上涨11.41%和105.27%。2018年第四季度,顺丰控股、中通快递、圆通速递、申通快递和韵达股份的营收和净利润均占全年的30%左右。

但对于消费者而言,快递费上涨部分能否体现在服务提升方面更为重要。国家邮政局数据显示,2018年9月至2019年9月,每月快递服务申诉数量均同比下降。2018年11月申诉量为全年次高峰,11月和12月的有效申诉量则在同比明显减少的同时,环比增加不明显。可见,在快递业务增加的同时,“双11”期间的快递服务质量正在好转。

但从申诉问题看,2018年“双11”过后的12月快递延误的问题最突出,占有效申诉的比例为31.7%,其次是投递服务、丢失少和损毁。而2018年在11月之前,快递申诉问题最突出的都是投递服务。记者从广州的中通、圆通等几家快递公司的网点得知,往年“双11”期间快递延迟一两天送达是常态,部分快递会延迟三四天送达。但多个快递员表示,网点应对“双11”已不是第一次,今年加派人工的工作正有序进行。

为解决“双11”期间快递延迟问题,快递和电商企业已有准备。如近期申通在回答投资者提问时表示,快递公司可以利用阿里巴巴对“双11”期间快递量的预测数据提早做准备。天猫近日也发文规定,在11月11日至11月15日期间付款的订单发货时间为11月18日前,发货期限与2018年的规定相比有所缩短。至于今年“双11”期间快递的表现,还有待考验。



需求太大 导致骑手小哥也来抢生意!?



妈妈, 我想去送快递……



快递员薪资最高的城市
上海

8200元



薪酬增长最快的城市
成都

15.66%



期望薪资最高的城市
上海

7455元



期望薪资同比增幅最快的城市
贵阳

20.30%

这说明,一线城市能够吸引大量快递员从业者,高薪酬和较好的城市环境让一线城市成为求职者关注的焦点。

北上广深和包邮区 扛起“双11”发货半边天



“双11”电商的发货峰值并非出现在11月11日,而是出现在11月12日、13日、14日3天,然后逐步消减,并将持续到11月20日左右。



“双11”期间,全国范围内快件揽派业务将出现交互式高峰,前期,北京、上海、广州、深圳、金华、杭州等20余个出货量较大的城市将出现揽收高峰和转运高峰;



中后期,全国范围内将普遍出现投递高峰,尤其是三、四线城市及农村地区投递压力较为突出。

采访实录 Q&A

看看快递公司怎么说

Q1:涨价是出于哪方面的考虑?

- 中通:预测今年“双11”快件量仍将延续大幅增长态势,全行业将面临空前压力和严峻挑战。旺季期间,快递公司会投入更多的人力物力。此外,场地、运输、用工等费用也会相应上涨,因此,中通快递经过综合考量后主动调整快递费用。
- 圆通:为了确保旺季期间快递服务安全、平稳,保障服务质量和服务客户满意度,企业在快递“揽、转、运、派”各环节上的用人、用车、场地扩容等成本上涨,因此调整快递收费。
- 申通:目前没有收到有关涨价的信息。近几年用人和运输成本上涨,快递物流业面临着巨大的市场压力,价格有一定的合理调整也属于正常的市场行为,同时更是为了提升行业的服务质量。
- 顺丰:近几年“双11”期间均没有涨价。
- 韵达:目前没有涨价计划。

Q2:对于“双11”这场“大考”,快递公司准备如何应对?

- 中通:智能设备升级,全国多地上线双层自动分拣设备,大幅提升包裹分拣效率。运力大幅增加,自营干线车辆6700台,高运力卡车(17米甩挂车)4000多台。与第三方人力资源公司建立合作,加强人员储备。
- 圆通:圆通全网已充分准备,采取升级智能化设备、开通新航线、全网启用环保袋等多个举措保障今年“双11”顺畅运行。
- 申通:9月份开始便全网率先启动“双11”备战工作,全网运力投入超过5亿元,新增车辆超过1万辆,提前储备环保袋,新建和升级了广州等60余个转运中心项目,产能提升近1倍。将启用全新的客服数字化管理系统以及AI智能客服电话机器人,形成24小时服务机制。
- 韵达:将通过全自动化流水线提高快件分拣时效,通过多套信息系统提升服务质量,通过使用电子面单简化揽收工作,通过信息管理工具实现售后服务及时响应。还将在末端服务环节提高电子面单使用率、投入使用电动车。

看看消费者怎么说

● 洪先生(22岁,大学生):不理解“双11”期间快递为何会涨价,发货量大不应该是每单成本下降吗?如果想买的东西是几十块钱,快递涨价几块钱的话可能就不买了。但我“双11”期间比较常买的都是几百块钱的东西,打的折扣相比上涨的快递费高很多,所以快递涨价对我影响不大。另外还比较担心快递涨价的成本会转嫁到商品上,这一点消费者很难判断。在“双11”快递涨价期间,我会避免寄快递。

● 黄先生(23岁,微商):照往年情况,“双11”期间使用的快递会涨价一两元,但我不会把涨价成本转嫁到商品上。“双11”期间快递公司运货量多,在雇佣司机等方面需要更多成本,所以我理解快递公司涨价的做法。但我更希望上涨的价格可以体现在服务提升方面,缩短运输时间。



总结

我国的快递市场规模已经稳居世界第一,但还存在行业供给体系质量不稳、效益不高等问题,中小企业生存问题将进一步加剧,因此未来行业应以发展质效为重点,着力深化产业链。

■ “不是在送快递,
就是在送快递的路上”,辛苦了!

