

# 盘点近期快递物流行业三大关键词

□曾娟娟

快递物流行业关系着以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的构建,与人民美好生活的需要息息相关。新年伊始,让我们盘点一下近期快递物流行业中的大事件,精准把握其中的关键词,以期引发思考,引起关注。

## 关键词一:末端配送

**事件:**继菜鸟补贴驿站上门配送后,抖音电商近期推出“送货上门”服务,商家在后台订购该物流增值功能,快递公司则承诺送货上门,上门快递增加收费0.8元/单,若未按照承诺服务履约时,由快递公司赔付商家5元/单。首批接入三家快递公司,其余快递品牌在陆续接入中。

**解读:**快递行业已迈入服务竞争新时代,末端多层次服务需求已被放到相当重要位置,快递不再是一味的价格竞争,而是转换为服务竞争。目前,行业超50%的件量入站、入柜,旺季里部分消费者的上门投递入户需求和快递员投递效率之间矛盾加重,

抖音电商推广快递送货上门,核心目的是与淘宝、拼多多等PK物流体验。上游平台主动介入,推动末端派送升级。服务与产品的升级必然意味着更高的成本和价格,这也许能解释为什么每次上门配送都是平台率先提出。作为快递企业,一是要主动对接平台,提供优质服务。作为电商的下游,快递企业只有通过优化服务标准、流程来满足平台要求,才可能获客、活客。二是要提升成本管控能力。快递企业的竞争短期看投资,长期看管理。送货上门快递增加收费0.8元/单,是为了覆盖上门派送所需的边际成本增长。优秀的公司通过精细的成本管控能力,一定能在激烈的市场竞争中立于不败之地,拥有长期的赢利空间。

## 关键词二:农村市场

**事件:**菜鸟披露新农村计划,三年内新建800个县域共配中心,共配中心数量达到1800个;未来三年,新建100个农产品上行产地仓,并协同阿里巴巴内部和其他社会资源建立农产品上行的销售渠道;未来三年,菜鸟的各

级村、镇快递服务站达到10万个,并投入10亿元专项资金对农村服务站进行数字化改造,助力乡村振兴。

**解读:**随着各地特色农产品上行步伐不断加快,快递市场呈现出城乡结构更加均衡的特点,农村市场已逐渐成为新的快递源头。按照菜鸟的计划,新建县域共配中心畅通下行渠道,产地仓助力上行,再加上数字化赋能的菜鸟驿站,织密了农村快递网。乡村振兴,大有可为,邮政长期深耕农村市场、服务5亿农民,有着其他机构不可比拟的先天优势。近年来,中央和国家相关部委相继出台文件,从强化农村寄递物流体系建设、金融科技赋能乡村振兴、促进县域消费等方面进一步明确了目标任务和分工,都将邮政列为重要参与主体之一。竞争对手虎视眈眈,布局农村的战略将会抢夺我们的客户,威胁我们的根基。我们要切实发挥好资源禀赋优势,加快三级物流体系建设步伐,打造邮政主导的县乡共配平台,加快构建仓储冷链体系,补齐能力短板,在服务乡村振兴、助力农业农村现代化中筑牢

中国邮政高质量发展的根基。

## 关键词三:并购整合

**事件:**2021年10月29日,极兔速递和百世集团共同宣布达成战略合作意向,极兔速递以约68亿元(合11亿美元)的价格收购百世集团中国快递业务。当年12月6日,综合物流行业诞生首家“巨无霸”央企——中国物流集团有限公司正式成立。该集团由中国物流等4家以综合物流为主营业务的企业为基础整合而成,并引入3家央企战略投资者。这是我国以综合物流作为第一主业的新央企。中国物流集团目前运营的网点已遍布国内30个省(自治区、直辖市)及海外,拥有铁路专用线120条,整合社会公路货运车辆近300万辆。

**解读:**快递物流行业是与交通运输行业发展紧密相关的基础性、战略性、先导性产业。从快递行业看,中国的快递行业是被低估的行业,规模、成本、时效都远超过美国的水平,庞大的快递体量收入占GDP的0.7%,但是其支撑的网上销售收入占GDP的7.5%。中国的快递行业也是竞争

异常激烈的行业,百世快递年年亏损,通过出售国内快递业务,获取充足的现金流,极兔通过并购将迅速获得百世的市场份额以及核心资产,同时能够接入淘宝系流量。从物流行业看,2020年全国物流支出超过14.9万亿元,占GDP比重达14.7%,与美国(7.5%)相比,还有较大的进步空间。组建成立中国物流集团有限公司,是服务构建新发展格局,深入实施国企改革三年行动,推进中央企业布局优化结构调整,促进专业化整合、协同化发展的重要举措。该集团定位于“综合物流服务方案提供者、全球供应链组织者”,专业化整合所带来更高效的资源配置,一定会有助于整个物流行业全面发展。

大风起兮云飞扬。当前,快递物流行业已经迈入了品质优先的竞争阶段。中国邮政作为快递行业“国家队”,欲在市场竞争中立于不败之地,必须进一步推进治理体系和治理能力现代化,加快普遍服务与竞争性业务分业经营改革步伐,持续推进寄递“五大改革”,以高标准市场体系实现质量变革、效率变革、动力变革。



□刘春萌 文/图

“王总,我们初二就要开始发件了,你们那边的人和车有没有问题?能不能跟得上?”春节前一天,快包客户京口养车坊杨经理不无担心地给江苏省镇江市邮政分公司寄递业务客户营销中心副经理王纲打去电话,咨询寄递业务问题,因为春节正值该客户主营的汽车养护用品的销售旺季。“没有问题,杨总,不管您何时发件,只要提前一天预报一下业务量,人员车辆保证足额准时到位,当天揽收的邮件也保证全部发出!”王纲的回答斩钉截铁。

春节是举国欢庆、百姓阖家团圆的日子,当大家享受与家人欢聚的节日时,镇江市分公司寄递业务客户营销中心广大员工坚守工作岗位,积极走访客户,根据客户春节发件需求,为每个客户逐一量身定制揽收生产方案,网业协同,保证客户节日期间邮件正常收寄发运,提升客户用邮体验。通过客户业务量预报,寄递业务客户营销中心及时组织人员及车辆进行节点收寄,节日期间共收寄京口养车坊快包1.1万件。此外,丹阳市多多物流等快包重点客户春节日均发件量加起来接近1万件,都在寄递业务客户营销中心紧张有序的组织安排下,做到应收尽收并及时发出。

“您好,新年快乐!我们是邮政EMS,过年期间我们不休息,您可以扫码关注一下我们邮政EMS,有各种寄件的折扣券可以领,优惠力度大,您寄东西时用得上。”大年初一,正在帕提亚广场进行走访的句容市邮政分公司华阳营投部营揽投员范文强向店铺负责人进行宣传。春节期间,各大商圈人流量较大,正是散户拓展的时机,寄递业务客户营销中心坚持“有节造势,抢粮增收”原则,组织营投部营揽投人员在各商超和店铺开展现费散户营销拓展活动,向客户广泛宣传邮政寄递服务,让EMS“美好轻松寄,更快更安全”深入人心的同时,提升了现费散户收入。

为做好春节期间政务类特快邮件邮寄保障工作,寄递业务客户营销中心广大员工于除夕到大年初三坚守在车管所驻点岗位,受理春节期间机动车和驾驶证相关业务,累计受理交管12123业务寄递21笔、机动车号牌发放寄递20笔。此外,1月全省集中涉税文书制作完成,此次文书限改期限为2月16日,限缴期限为2月7日,恰逢春节假期。为保障春节期间投递质量,确保纳税人尽早收到相关文书,寄递业务客户营销中心安排人员帮班处理,确保全市3000件催缴文书及时发出。为紧抓节后第一工作日投递时间,镇江市分公司剩余3000多份催报文书也于大年初五全部发出。

通过节前对重点客户进行走访,镇江市分公司掌握了商企客户春节期间发件情况,并及时沟通,安排专人进行对接揽收,确保客户邮件及时发出。其中,丹阳恒宝股份有限公司于2月3日(大年初三)开始揽收,日均0.5万件左右;重要客户春节期间正常发件,其中,“谭木匠”累计发货0.6万件,扬中育鹏等羽绒服客户累计寄递0.3万件。

应诉材料和集约送达四个步骤。送达服务分直接送达和邮寄送达两种。直接送达由“公证+邮政”人员组成直接送达组,在1个工作日内完成送达。邮寄送达则是电话无法接通或在2个工作日内未来院领取且不同意电子送达的,直接转入邮寄送达。朝阳区分公司还专门设立了主动客服专员和法院业务客服小组,通过提供主动客服,来降低邮件丢失率和返件率,保障邮件时限,并按照北京市分公司司法邮件投递规范,核查退件和返单的不规范邮件,通知客服组联系投递机构处理,做到前置主动服务。

前不久,朝阳区分公司专门配发了30台针式打印机,提供打印面单给书记员使用,减少疫情防控期间的集中作业,以此加快朝阳法院专递处理速度,提高业务邮寄量。“做好集约送达一体化项目是提升客户体验的有力抓手,是提高企业经济效益和社会效益的有效渠道,充分彰显了行业‘国家队’的作用,必须全力推进、全力保障!”在今年初召开的朝阳区分公司寄递专业开门红推进会上,分公司对这项工作提出了新要求。

## 翻倍增长有妙招

浙江三门县分公司精耕海鲜大礼包寄递

□何央央

春节期间,浙江省三门县迎来了海鲜大礼包销售和寄递旺季。三门县邮政分公司坚持以市场为导向、以客户为中心,按照统一的工作标准,为客户提供全环节、零距离的优质服务,确保时限有保障、品质有保障,客户有信心,实现“极速鲜”海鲜大礼包项目业务收入翻倍增长,累计收寄海鲜大礼包1.25万件,最高峰日达1700件,实现寄递业务收入29万元,同比增长230%,成功占据三门海鲜礼包寄递市场的最大份额。

## 赶早谋划 事半功倍

针对三门海鲜大礼包基本由海八鲜、渔老板和三特渔村三家独揽的市场现状,三门县分公司采取“抓大放小”策略,集中主要精力对这三家大客户进行公关。

早在去年12月初,三门县分公司就成立项目工作组,制定海鲜大礼包专项寄递方案,明确资费、人员、车辆、路向、激励办法等事项。在资费方面,该分公司根据竞争对手省内外“一刀切”优惠方式,采取组合优惠资费:即长三角地区略高于竞争对手,其他地区略低于竞争对手,使总费用具有竞争优势。人员方面,该分公司抽取寄递事业部综合营销能力强、业务水平过硬的一线营销员和揽收员组建专业团队,选用管理能力强的特快经营部负责人为工作组组长,使整个团队的凝聚力和执行力显著提升。路向方面,该分公司根据当天的寄递量灵活调整路向,集中在最大量区域进行汇总装车,最大限度减少运输成本和缩短时限。与此同时,按周细化工作,每周人员、车辆计划下发至工作组微信群,保障项目顺利开展。

## 做好维护 赢取信任

在日常客户维护过程中,三门县分公司特别注重对客户特殊日子的维护。营销员特别善于利用网络热梗,时不时给客户公司管理人员尤其是年轻员工送上“秋天的第一杯奶茶”“冬天的第一颗草莓”等,显得暖心又时髦。因此,营销员都和客户处成了朋友,得到了客户的充分信任。

今年春节期间,除了个别消费者特别要求发民营快递外,所有的海鲜大礼包都发邮政“极速鲜”。其中,渔老板一家客户的寄递量较去年同期增长了2倍,海八鲜和三特渔村的寄递量也增长了近1倍。

## 优质服务 客户满意

在1月10日寄递量出现增长趋势的时候,三门县分公司迅速启动9.6米邮政专车运输方案,每天直达客户冷链仓库,推出打包、下单、打单、贴单、搬运、装车等配套服务,受到客户称赞。

通过采取种种措施,由三门县分公司当天发货的航空件连夜直送至天台高速公路服务区交接,保证100%不积压。同时,三门县分公司增加2名客服人员采取无休制度,实施100%主动客服、全程管控。出现异常时,及时与末端投递员沟通优先派送,并及时将信息通过微信反馈给客户,主动赢得客户的理解。当网运出现特殊情况时,迅速汇报给上级分公司,由上级领导进行沟通协调。对于延误及损坏件,及时开通快速理赔通道。目前,同城实现100%当日达和次日达,长三角及其他地区时限水平日益提升,快速理赔客户满意度达100%。



## 春节坚守保民生

春节期间,天津疫情防控形势依然严峻,为保证邮运畅通,天津市邮政分公司牢记“人民邮政为人民”的服务宗旨,时刻紧绷疫情防控这根弦,认真落实生产、营业等各个场所的防疫措施。各级邮政企业的投递、营业、分拣、运输、客

服等各环节员工克服困难、坚守岗位,最大限度参与天津市政府保供民生工作,彰显央企责任担当。图为红桥区邮政分公司芥园道揽投部员工正在做投递出班准备。

□本报记者 冯彤 摄影报道

## 让文书传递更快 让客户体验更好

### ——北京朝阳区分公司大力推进司法专邮项目

□北京记者 吴玉兰 通讯员 管军

“感谢北京市邮政分公司各位领导及7名驻点工作人员对本院工作的大力支持,感谢你们为法治工作和司法事业作出的贡献!”日前,北京市第三中级人民法院(以下简称三中院)诉讼服务办公室在给北京市分公司的表扬信中这样写道。

多年来,“送达难”“执行难”等问题一直困扰着各级人民法院。2019年12月23日,最高人民法院执行局与中国邮政速递物流股份有限公司签订战略合作备忘录,推进执行法律文书跨域送达等工作。经过各级“总对总”的项目系统建设和跟进,2020年4月25日,在北京市分公司速递部政务中心的帮助下,朝阳区邮政分公司顺利与三中院就“集约送达服务项目”达成一致,开展“邮政+公

证”项目,充分发挥邮政和公证人员的专业优势集约化开展送达工作,在法院和当事人之间架起了一座“桥梁”。

朝阳区分公司按照“试点先行、总结经验、稳步推进”的总体原则逐步推进集约送达服务工作。在具体实践中,该分公司主要采取“三步走”的策略加以推进落实。

第一步:对接。与三中院一体化服务平台系统对接,实现订单数据推送、交付及订单作业信息反馈的目标;与北京市高级人民法院的各项系统服务对接,实现审核、工作环节定位监控等功能,支撑法律文书送达延伸服务与案宗移送服务;与公证处系统对接,支持“邮政+公证”直接送达服务。

第二步:备员。在驻场服务人员招募活动中,朝阳区分公司各支局及营业网点员工踊跃报名。经过层层筛选,17

名优秀员工作为驻场服务人员开始进行业务学习。

第三步:建网。梳理并设立法院专递作业网络组织,制定双方均认定可行的生产作业流程及相关操作规定;组建法院专递专项小组,明确职责分工;由“邮政+公证”人员组成直接送达团队,邮政方面提供直接送达服务,公证处提供公证服务,由公证员进行司法送达安排,并提供必要的执法设备。

经过前期的紧张筹备,该项目于2020年7月1日正式运行。目前,已经完成19146件案件的整理及106629件邮件的送达工作。不仅有效减轻了法官辅助事务的工作量,而且切实提高了工作效率,更彰显了邮政的专业优势。

朝阳区分公司将整体项目分解成集约服务、送达服务和售后服务三个环节。其中,集约服务分收卷、排期、制作