

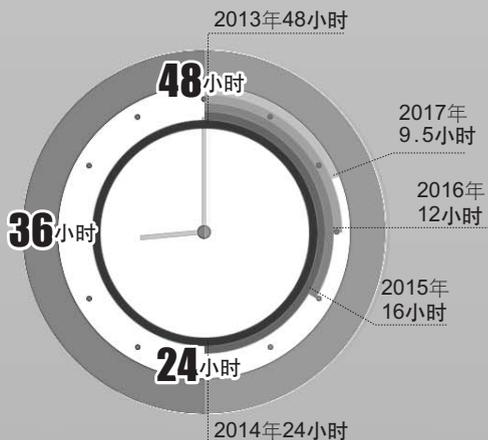
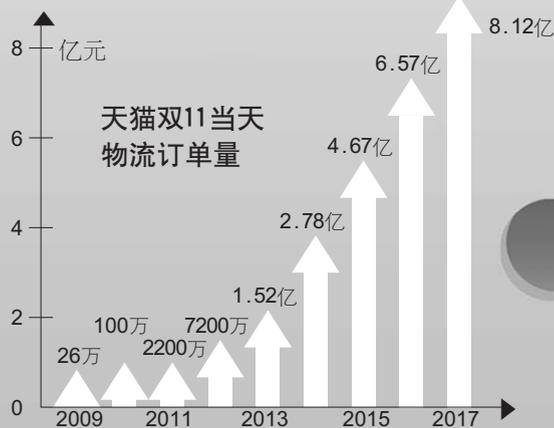
双11十年·行业变革

编者按

十年前,11月11日还只是“光棍节”,与网购无关。而今,“双11”走到第十个年头,见证了电商的风云起伏,也深深地打上了“购物狂欢节”的标签。从2009年的5200万跃至2017年的1682亿元,与年俱增的成交额背后,也开始暗藏着增速放缓的尴尬。即日起,本报推出特别策划“双11十年”,以行业变革、年度热词和产业沉淀为切入点,再看双11这台大戏该如何唱响。

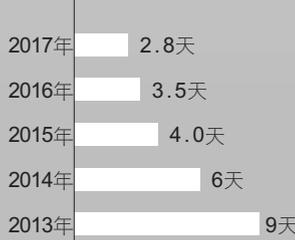
阵痛之后,快递破局

曾经的双11慌乱爆仓,如今新技术加持淡定应对



天猫双11当天包裹发货量破亿时间

天猫双11当天包裹签收量破亿时间



数据整理: 本报记者 李师胜
数据来源: 菜鸟、国家邮政局

全国快递业发展情况

年份	快递量(亿件)	增速
2018年	347.4	26.8%
2017年	400.6	28.0%
2016年	312.8	51.4%
2015年	206.7	48.0%
2014年	139.6	51.9%
2013年	91.9	61.6%
2012年	56.9	54.8%
2011年	36.7	57.0%
2010年	23.4	25.9%
2009年	18.6	22.8%

本报记者 李师胜

曾经慌乱爆仓 如今经验满满

“2009年是双11第一年,快件并没有像现在这样暴增,但比平时多了很多。应急准备也没有像现在这样充分,处理起来有些慌乱。”2008年入职的李尧是顺丰速运济南南区的一名快递员,他对第一年双11的印象很深刻。当时公司临时增加车辆,快递员取消休班,紧急派送源源不断到达的快件。

2009年,双11一炮打响。随之伴生的是暴增的快递,这种压力传递到仓储、运输、配送终端等环节时,便对按正常节奏运转物流企业产生了极大冲击。尤其是2012年双11期间,直到13日和14日,不少物流仓库仍然货物积压,快递变慢递,消费者投诉也激增。

快递从商品出库到配送到快递员手中,链条上每个环节出问题都会导致延误。比如,杭州一家快递公司平时每天接收几千单,2012年双11期间,一天就收了25万单,压力增加几十倍。其间,也爆出不止新闻,比如消费者半个月还没收到快件,大量退货再次增加物流压力……

菜鸟物流数据显示,2011年双11当天物流订单量是2200万件,但是2012年就达到了7200万件,同比增加超300%。

2012年之后,订单量同比增幅再也没有超过100%,而且物流企业的准备也越来越充分,爆仓难再见到。“今年10月

双11是电商平台、商家、消费者的狂欢,但这场狂欢也曾让刚起步不久的中国快递行业不堪重负,爆仓、快递堆到马路上、半个月还未送达……双11造就快递行业的潮汐,在大潮的冲刷下,快递行业在经历了阵痛之后重塑自身。今年恰逢双11十周年,与之相伴而兴的快递行业这十年来发生了哪些改变?

底就开始准备了,包括增加车辆、三线行政人员来帮忙等等。”济南一家快递公司工作人员称,公司甚至还为快递员预订好了早餐和午餐。

在物流链条上营商家,也早就开始为双11备战。比如山东的宠物食品企业中宠股份,甚至从8月份就开始备战双11。一名工作人员介绍,“在双11期间,还为京东设置了专库,保证消费者下单后能迅速发货。”

“毕竟有过多年的经验,现在已经习惯了双11的紧张。”李尧表示很淡定。

订单量数千倍增长 爆仓却难再见

天猫双11物流订单从2009年的26万件到2017年达到了8.12亿件,增长3100多倍。“今年双11,行业有望迎来全球新纪录。”菜鸟物流的

工作人员表示。

除了首倡双11的阿里,京东、拼多多等电商平台随风而动。近日,国家邮政局市场监管司司长边作栋介绍,初步预计双11期间快件业务量将超过18.7亿件,比去年同期增25%;最高日处理量可达到4.1亿件,是二季度以来日常处理量的3.1倍。但是,即便订单数量快速增长,但自从2012年之后,快递爆仓的新闻很少再看到。

从快件送达率上可以明显感受到物流的速度越来越快。菜鸟物流数据显示,2013年,双11包裹签收量破亿时间为9天,而当年双11当天物流订单量为1.52亿单,照此算来,有0.52亿单的包裹配送时间超过了9天。而且,当时商家发货破亿时间足足是48小时。

到了2017年,双11当天包裹签收量破亿时间只有2.8天;双11当天包裹发货量破亿时间只有9.5小时,效率比2013年提升了四倍。

鲇鱼效应加新技术 物流业提效降价

“上午刚下一部手机,下午还没下班就送到了。”济南市民张女士对京东的物流赞不绝口。

为何订单多了但爆仓现象却越来越少?今年,以京东、苏宁、德邦为代表的新的物流行业进入者所发挥的作用越来越大。尤其是京东,2007年开始自建物流体系。至今,物流在全国运营超过500个仓库。早已在电商领域实现普惠意义上的“当日达”和“次日

达”,今年6·18期间,京东自营当日达和次日达的订单占比超过90%。

新技术的不断运用也在推动行业成本的下降,今年双11期间,京东投入使用的无人仓群数量将达到50个。

杭州萧山,圆通分拣中心,350个“小蓝人”指示灯闪烁,带着包裹自动运行,有条不紊,除了能自动让路之外,还能自动充电。这是双11前夕,菜鸟与圆通速递联合启用的超级机器人分拨中心。高峰期内,2000平方米的场地内,350台机器人昼夜作业,每天可分拣超过50万个包裹。

“在分拣上,有了自动分拣线;电子订单上线之后,代替了原来的手动填写,效率高了还不容易出错。”李尧介绍,顺丰的配送效率也在迅速提高。就在双11前夕,最大载重112.7公吨的波音747-400ERF全货机入列顺丰机队,使顺丰“双11”高峰运力资源实现“质”的飞跃。

由于物流行业新的进入者产生的“鲇鱼效应”,以及新技术带来的效率提高成本下降,原有的物流格局被打破。具体到消费者身上的感受就是配送时间越来越短、价格越来越低。

国家邮政局公布的数据显示,2017年快递服务平均价格为每件12.7元,五年之前平均价格为每件18.5元,五年间下降了31%。虽然每件花费下降了,但是因为快件数量的增加,每人平均消费也在上升。2012年,人均快递支出为77.9元,但是2017年已经达到356.6元。

延伸阅读

快递要涨价? 无异于自绝用户

2013年到2017年五年间,我国快递业务量年均增长53%,已占全球四成份额,连续三年稳居世界第一。我国快递法人企业达2万家,从业人数超过200万。全行业日均服务超过3亿人次,支撑网络零售额超过4万亿元,占社会消费品零售总额比重达到12.5%。行业年均新增就业20万人以上。

行业已形成了6家年营业额超300亿元、10家年营业额超100亿元的快递品牌集群。随着行业的发展与进步,在提速增效的趋势下,快递服务价格的下降也是大势所趋,这也是物流成本降低的表现。

但是快递服务价格下降还有另外一层意思。随着行业竞争的不断加剧,物流企业之间不断上演价格战,致使快递服务价格一降再降,如今快递行业的利润率已经很低。

在10月份,中通、圆通、韵达均说要涨价,但是临近双11,并没有别家快递公司跟风,也没有出现各家大牌快递公司“同涨同跌”的预期局面。此次快递涨价并没有形成潮流,顺丰、京东物流等很多物流企业表示不会跟涨。

有业内人士表示,“毕竟这几家快递公司基本都是同质化竞争,在多数用户心目中并没有什么品牌的区分,因此很可能更多的用户会按价格选择公司。”所以,虽然涨价的声音喊出来了,但是在物流行业这片“红海”,涨价无异于自绝用户。

本报记者 李师胜