



近期,丰巢收费风波持续发酵,在多地小区遭抵制。



济南洪楼西路一菜鸟驿站内,货架上摆满了快递。 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 郭春雨 摄

暗战

丰巢涨价背后的快递终端争夺战

资本搅动、跑马圈地,即使亏损也要做大规模

探访 被指免费时间太短 “吃了上家吃下家”

近日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访发现,丰巢所推出的会员服务将在省城各大社区实施。此前丰巢宣布,自4月30日起,将对滞留快件的非会员用户在超时12小时后收费0.5元/12小时,3元封顶。对于丰巢会员,月卡每月5元、季卡每月4元,7天长时间存放不限次数。

11日,位于槐荫区的一处丰巢快递柜前,不少正在取件的市民表示,快递柜收费也不是不理解,毕竟能够给收快递提供了便利,但12个小时的免费保管时间未免太短了点。

市民刘女士向记者说:“我每天早上6点半出门,下班回到家就要晚上7点了,放到快递柜里的东西十有八九会超时。12个小时的时间的确太紧张了,如果设置成24小时比较合理,再不济18个小时也能接受,总得给用户留出一些特殊情况的应对时间吧。”

记者在多个小区采访发现,其实针对收费问题大家都表示能够理解,但12个小时的保管时

间却是大家最诟病的问题,甚至呼吁“我能理解快递柜的收费规则,但也希望丰巢能够理解用户的时间”。

济南某社区物业经理刘先生告诉记者,当前其小区快递柜全是丰巢快递柜,一共5个,每年丰巢给出的管理费是每台4000元。电费再额外结算。“哪怕就是算上柜子的折旧,其实一天的成本也没多少。”刘先生表示。

据了解,一套智能快件箱的平均成本在25000元-30000元之间,除此之外,入驻小区都还需要缴纳一部分管理费,每个社区的价格不完全一样,价格区间在3000-7000元不等。

有快递业内人士指出,智能快件箱的使用,是快递公司与快递柜公司之间发生合同关系,本质上是快递企业投递方式的优化,快递公司在使用快递柜时,已经向丰巢、速递易等公司支付过费用了。既然是快递投送业务的优化,那么消费者就不应该为此买单。快递柜公司向消费者收费属于典型的“吃完上家吃下家”。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 季明智
任磊磊 郭春雨

近日,丰巢超时收费遭多地小区抵制事件持续发酵,该收费吗?怎么收?向谁收才合理呢?丰巢快递柜引发公众热烈讨论,目前已有多地监管部门发声回应。

伴随电商及快递业的飞速发展,收快递已成为人们重要的生活日常,无人快递柜、菜鸟驿站等快递终端配送业务风生水起。这场暗战的背后,有套路化的商业模式,也有资本搅局的影子,手握全国多数快递柜的丰巢,在这场看似“一意孤行”的新策中,谁给了它收费的底气,丰巢又能否真正开启智能柜的收费时代?

相关评论

资本的耐心在日益消耗

企业求利,这本身无可非议,但利从何处来,就得好好唠唠了。人们真正较真的,又哪里是什么5毛钱。面对有限的盈利,资本的耐心日益消耗。

比起商业上的“吃相难看”,挑动消费者神经的更是相关企业的傲慢。

如果无法按捺住收费的冲动,就要有被“用脚投票”“请出场外”的思想准备;而良性的市场秩序不能单靠“企业良心”,对于监管部门来说,也需要完善规则,培育更成熟的市场竞争主体,保护消费者说NO的权利。

有意思的是,在丰巢陷入舆论漩涡的同时,申通、圆通、百世、韵达等多家快递公司同时宣布涨价,理由是“全国高速公路已于5月6日恢复正常收费,成本上涨”。

看来快递行业的困境及野心,远不止小小的快递柜。

据侠客岛

混战 三种配送模式共存 存在“快件难到手”局面

在济南槐荫区一社区内,快递员章师傅告诉记者,相比于菜鸟驿站,他更愿意把快递放在丰巢,一来是节省了派送时间,最主要的原因是丰巢的投递费低,正常情况下普通格子是0.25元,大点的格子是0.3元。若放在菜鸟驿站则是每件0.5元。每件差不多就要多出一倍,而每件快递,快递员的收益也仅是在1元左右。

至于是否征得顾客同意就放在快递柜内,章师傅说,虽然放在快递柜内节省时间,但每次派件前都会给顾客打电话。“由于丰巢这段时间的收费问题,在派件时不少顾客拒绝放在丰巢而选择让放在菜鸟驿站,毕竟菜鸟驿站不用考虑超时问题。”

除此之外,章师傅还透露,尽管丰巢快递柜现在开始收费,但依然不完善。他表示,“如果用户的快递超时,不想付费取出,就可以联系到我们,使用我们的快递员权限将其帮他取出,这样一来就省下了丰巢所收取的保

管费。”

有研究报告指出,预计2020年中国智能快递柜市场规模将达近300亿元,而末端配送仍存在“快件难到手”的局面。

除快递柜外,当前传统末端配送的三种模式主要是共同配送模式,即配送企业联合对地区用户进行派送,此外还有与便利店合作模式及像京东自设物流终端中心模式。而无人机、机器人配送尚处在起步阶段。

记者了解到,快递柜市场剩余的三成份额中,则分布在十几家快递柜“玩家”手中,包括日日顺、富有收件宝、鸟箱、格格货栈等。记者调查发现,在济南不少大社区,除了丰巢和速递易,最为常见的则是海尔旗下的快递柜日日顺乐家。

有报告显示,丰巢在一二线城市市占率更高,一线城市市占率超过70%,中邮速递易在低线城市网络更强,因此本次丰巢完成收购之后,丰巢网络效应有望进一步增强,将实现高中低线城市的全面覆盖。

回应 收费不是突然宣布 还通过了“大数据分析”

5月9日晚间,丰巢智能柜发布致用户的一封信。丰巢称,截至目前,丰巢全国累计铺设超过18万个智能柜。确定免费保管12小时,就是基于派件高峰时段的推算,如果过了这个时候没有取,会影响第二天的正常投递。

丰巢还称,从上线会员功能以来,丰巢12小时内取件比例提升了5个百分点,这意味着每天早上可空出近百万个格口,方便快递员为收件用户提供更多高效服务。

对于丰巢收费一事,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者采访了丰巢山东区的负责人吕先生,他表示,丰巢收费不是突然宣布的。早在去年12月份开始,丰巢方面已经开始对用户进行宣传,并且进行了非常长时间对用户调研工作。

“我们做了8200万人次的快递调研,持续了近半年的时间,也是在引导顾客及时取件。”吕先生

表示,在调研中,有98.35%的用户同意在自己不在的时候将快件送进快递柜,并且能够及时取件。

之所以发起收费,主要是因为快件的滞留率很高,每天滞留2-3件,一周就能达到15%-20%的滞留。选择12小时收费区间,也是通过调研问卷和大数据分析得出的,根据大数据分析,每天早上10点、下午4点是投递高峰期,12小时是比较合理的收费区间。

在丰巢发出推出会员服务后5天,丰巢参股股东顺丰控股发布一份公告,对外披露了丰巢并购中邮智递的交易框架。公告显示,顺丰控股的参股公司丰巢拟与中邮智递科技有限公司(中邮智递)进行重组。

伴随着丰巢与速递易的重组,丰巢无疑将牢牢把控着快递柜市场。据数据显示,重组之后丰巢和速递易合计市场占有率将达到69%。

资本 群雄逐鹿快递柜 聚集各大电商“火力”

实际上,快递柜一直是各大电商、物流公司的火力焦点。除了顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯等快递“大佬”外,2017年7月,中国邮政以50%的股份控股速递易,标志着“国家队”正式进入智能快递柜行业;2018年4月,菜鸟又推出菜鸟驿站智能柜,2019年,菜鸟裹裹推出新一代寄件柜。同时在2019年,京东也面向快递量集中的城市大量投放自营快递柜。

在新冠肺炎疫情期间,“无接触配送”近乎成为物流行业的标配,快递柜、无人机、智能配送机器人等概念又“火”起来。

有分析预计,快递柜市场有望迎来爆发,2019年快递入柜率仅约10%,预计到2023年将达到30%,即2023年快递箱保有量超200万套,设备市场规模超500亿元。

疯狂的跑马圈地背后,快递

柜的经营模式和盈利问题则成为各企业面临的共同难题。正如每一次快递柜的收费和涨价都伴随着争议。不仅如此,虽然丰巢占了近七成市场份额,但其扩张的脚步也不能停下来,因为其竞争对手菜鸟网络在阿里的支持下,正在疯狂地扩张。

去年5月,菜鸟宣布在3年内菜鸟驿站将建立10万个社区级站点,而今年疫情发生后,菜鸟驿站宣布推出“3万个春天”专项就业扶持计划。

有快递行业内部人士表示,丰巢多个商业动作的核心还是做大规模,目前的亏损可能并不是关键,关键在于未来铺设的速度有多快。

至于丰巢率先踏出收费这一步,与常年亏损自谋求路不无关系,而紧随收费消息宣布并购中邮速递易,则被看作“智能快递柜一哥”有了收割的底气。