



物流： 单量猛增焦虑叠加

现状

◆ 下沉村镇

农产品上行,工业品下乡,邮政快递业不仅拉动着农村居民生活消费,还是助力乡村脱贫致富的重要推手。据国家邮政局数据显示,在2019年,农村地区收投快件超过150亿件。而在2020年1-8月,这一数字就达到200亿件,农村地区快递处理量增速比城市高10个百分点以上。电商企业向下沉市场的触探正激发出旺盛的网购消费力。

商流的涌动依托于物流基建的承载。然而,横亘在物流企业从业者面前的还有诸多“大山”需要跨越,其中最为突出的便是交通、人力等成本与订单离散度之间的平衡。今年4月,国家邮政局印发《快递进村三年行动方案(2020-2022年)》,明确到2022年底,我国县、乡、村快递物流体系逐步建立,符合条件的建制村基本实现“村村通快递”。

◆ 隐私泄露

快递个人信息被售卖的新闻将公众对个人隐私安全的担忧推至风口浪尖。11月16日,一则《圆通多位“内鬼”有偿租借员工账号,40万条公民个人信息被泄露》的报道称,不法分子与圆通快递多位“内鬼”勾结,通过有偿租用圆通员工系统账号盗取公民个人信息,再层层倒卖公民个人信息至不同下游违法犯罪人员。该案件共泄露个人信息40万条,涉案金额120余万元。

值得注意的是,据相关媒体报道,网上还存在着贩卖快递用户信息的“黑产”链条,涉及申通、德邦、中国邮政EMS、韵达、圆通等多家快递公司。

“

在危机中探索,在争议中调整,在机遇中顺势,构成物流行业2020年的姿态。无论是疫情下的逆行,还是因服务引发的舆论风波,物流行业从未像今年般获得如此高的关注度。在快件量不断突破纪录的情形下,中国该如何从快递大国走向物流强国,实现行业服务规范化、流程数智化、发展国际化的目标,成为政府与企业共同思考的课题。

”

”

◆ 末端压力

每年的“双11”对于快递企业来说无疑是最为紧张的时期。这不仅意味着一年中最高快件洪峰的到来,更是考验着快递网点经营与服务的稳定性。在今年“双11”期间,部分区域的快递网点出现了员工讨薪、老板跑路的情形,伴随的后果是大量快递滞留和消费者的投诉。

快递企业以持续不断的价格战试图出清对手的同时,进一步形成行业增量不增收的局面。价格底线的下探和对利润空间的挤压又会进一步传导至快递网点。部分派送行为例如在未经用户同意的情况下,快递员将包裹投放至快递柜、驿站、代收点等,似乎已经成了进退维谷、“睁一只眼闭一只眼”的问题。

截至11月16日
中国快递年业务量首次突破

700亿件

近3个月以来
快递业务量实现从

500亿件

600亿件

700亿件

“三连跳”

2020年全年快递业务量
有望超过

800亿件