

菜鸟驿站送货上门：电商平台提升物流体验的新赛道

越来越多城市的菜鸟驿站已经加入送货上门的大军，并让该服务和“免费保管”服务一样成为常态化。近日，在北京朝阳广华新城二区菜鸟驿站，每天超半数的淘系包裹都会送到每一位用户手中。据了解，针对用户需求和实际情况，该服务还将在投递时效、用户保障等维度不断升级。问题是，推行新服务仅数月便能形成规模，菜鸟是如何答出末端“按需上门”的答卷的？对于“最后一公里”又有着怎样的谋划？



超500件包裹送货上门

“现在天猫淘宝的包裹到了站点后，系统会默认送货上门，每天大约有500多件包裹会送到家。”在站李李宁经营一年多的朝阳广华新城二区菜鸟驿站，送货上门已经和保管自提服务一样，构成小区居民多元化的取件方式之一。

特别是在疫情防控常态化环境下，李李宁越来越理解客户们送货上门的诉求。“比如有的居民正在隔离，希望快递能投递到家，那我们肯定会尽快处理，否则耽搁久了，客户也会很着急，矛盾也就出现了。”据李李宁介绍，上午的一批快递到达后，站点的两位工作人员会在中午就开始配送，大致4个小时左右便能送完。下午5点前到的快递，必须在当天内送达给客户。

据了解，从去年4月开始，天猫淘宝联合菜鸟驿站在北京、上海和杭州90%的站点推广送货上门服务。于平台而言，是一次为满足和响应用户上门需求的产品迭代，但落实到一个个菜鸟驿站，经营者面临的挑战和压力也非常现实。由于菜鸟驿站首次实行送货上门服务，意味着驿站老板们得调整多年来快递自提的传统模式，将平台要求、市场需求和驿站实际情况相结合，从而形成一个全新且灵活的末端运营服务体系。

这一转变事实上并不容易。刚开始尝试送货上门时，加上李李宁，站点一共只有两位员工，但日均需送上门的票量有500件左右，两人只能分班交替送，既要处理驿站的包裹分拣，还得穿梭于各个楼层，时间紧张，每天忙得团团转。“当时我还跟城市经理抱怨，真是快坚持不下去了。”李李宁说道。不过，当他收到送货上门补贴后，想法很快有了转变。

“我们每个送货上门的天猫淘宝包裹都是有补贴的，但公司对我们的服务质量要求也更高了，服务做得越好，我们拿到的补贴激励也会更多，有时候会比一些快递员的派费高，这也意味着这些补贴能让我再招一个员工来送货。”于是，李李宁立刻新招了一位员工来分担压力，驿站很快步入了良性的运作模式。

一年多以前，李李宁的菜鸟驿站日均入库票量在400多件左右，当前已经能达到1000多件。在“双11”等大促节点，票量能攀升到2000多件。这只是全国10万多个菜鸟驿站中的一个缩影。从全国来看，快递业务量只会增不减。据国家邮政局预计，2021年，快递业务量和收入分别完成1085亿件和1.04万亿元，同比分别增长30%和

18%。到2022年，快递业务量将完成1225亿件，同比增长13%左右。

加码多元取件能力

不断攀升的快递量也是电商普及和渗透率的切面之一。阿里2022财年第三季度财报显示，中国市场消费者单季增长达2600万至9.79亿人。线上购物已成为越来越多用户日常消费的途径之一，这一变化预示着物流端将涌入各式各样的客群，从业者也必须面对各种配送场景和服务需求。

一组来自《南方都市报》的《2020快递末端服务报告》显示，在统计期内，88%的用户在3个月中的取件方式为小区代收点，43%的用户则是在家或楼下收到送货上门的包裹，而17%主要在公司取件。此外，受访对象们还认为代收点的服务有许多地方需要改进。32%的人困扰于代收点离家太远，超过20%的用户担心生鲜、贵重品的存放安全，以及个人信息安全。而代收点的存放容量有限，收不到取件短信，取件流程操作复杂等问题也被提及。

一方面，为了解决和提升用户的取件痛点，菜鸟驿站多年来已经积累了一套完整的解决方案，利用自研的数字化硬件设备（IOT）来打通自动身份核验、实时出库管理、安全寄件、取件各个环节。不过，尽管较多用户倾向于在驿站取件，但无法忽视的是，菜鸟驿站覆盖的一部分群体仍希望快递能送货上门，特别是涉及到米面粮油等重货，送到家的需求更为高频。

2021年“双11”，菜鸟驿站试运行的送货上门服务便经受了首次考验。在北京、上海、广州、深圳和杭州5个城市，菜鸟驿站通过设置专职运力及兼职运力相结合的形式，来保障包裹的顺畅履约。大促期间，送货上门覆盖的城市数量超过了100个。在2022年春节，超5万家菜鸟驿站能在春节提供送货上门服务。

值得一提的是，该服务还在根据消费者需求和实际运营情况不断优化。例如在时效方面，菜鸟驿站正在核心城市推广“当日下单当日送达”，并将最晚送达时间由此前22点前调整为21点前。在体验保障上，如果上门包裹未及送达，菜鸟驿站将承担责任，并对消费者进行赔偿。据了解，未来菜鸟驿站会继续通过各种激励提升全国站点的上门能力，希望每天将有10万以上的站点工作人员能为消费者提供按需上门的服务。

如今，从整个行业来看，无论是电商平台，还是快递企业开发的微信小程序，快递

末端应用等，均引入了更多个性化技术功能。用户不仅能根据自己的取件习惯提前设置投递时间、投递渠道，快递员和驿站老板们也能对小区用户的取件特征进行标记，从而更灵活地了解对方的诉求。

在国家邮政局举行的2022年第一季度例行新闻发布会上，据国家邮政局市场监管司副司长边作栋介绍，2021年，快递售后环节满意度得分为72.5分，与2020年相比提升较为明显。企业线上网络客服系统基本覆盖了快递服务的全渠道、全场景，问题响应及时性、准确性、有效性都得到了提高。

构建一体化普惠服务

得益于技术的加持，物流企业正让“最后一公里”服务不仅变得更快、更便捷，还让取件环节更智能和安全。在防疫大环境下，无人车也成为末端履约的中坚力量。去年“双11”，超过350台菜鸟无人车在全国200多所高校完成了200万规模的包裹送货上楼。

据了解，当前上海交通大学、中国计量大学、四川大学、华南师范大学等200多所高校的菜鸟无人车“小蛮驴”不歇业，提供无接触送快递送服务，并在疫情中发挥作用。今年3月，菜鸟驿站紧急调配多台无人车在杭州滨江高教园区、泉州信息工程学院执行应急物资配送，服务师生。

超10万个菜鸟驿站，与40多万组快递柜和各类代收点组成了全国快递末端庞大的服务网络，它们也是触达居民日常生活的“神经末梢”。除了快递多元服务，菜鸟驿站还试图将更多便利带给居民，来打造综合的便民服务中心，例如接入生鲜团购、洗衣等业务。

此外，菜鸟驿站也在设法以激励的方式让更多用户参与到绿色环保中。去年11月1日，菜鸟驿站联合天猫启动“回收快递包装全民领鸡蛋”活动，用新鲜鸡蛋回馈参与快递箱回收的环保人群。活动仅开始了3天，全国已有300多个城市、300余万消费者线上线下参与其中。广东、江苏、河南等省份的消费者较为积极，平均下来每分钟有208枚鸡蛋被认领。

李李宁也参与了该活动。很多用户通常就在驿站里把快递外包装拆下，回收箱每天几乎被塞得满满当当。他会在其中挑选出比较完整的包装，在下次寄件时使用。

与此同时，菜鸟也在将这套便民基础设施推广至农村地区。据阿里最新财报显示，截至2021年12月31日，位于农村地区

的菜鸟驿站数量同比增加了一倍多，覆盖29个省份近5万个乡镇。

一个个驿站不仅是服务农村用户网络消费的载体，还是助力农产上行，拉动当地经济发展的枢纽。一组来自国家邮政局的数据显示，2021年，我国农村地区收投快递包裹总量达到370亿件，快递进村比例超过80%，带动农产品出村进城和工业品下乡进村超1.85万亿元。

然而，农村地区人口密度较低、订单分散、运输成本较高，很难形成规模效应，物流企业下乡进村布局网点驿站，单一增加密度并不是长久之计，如何能让驿站活下来、持久地运营下去，更需要依靠企业从物流链路环节维度进行设计和规划。

这也是自带数字基因的菜鸟的强项。据了解，菜鸟现在已经构建起一张县乡村三级物流网络，支持日均千万级规模的县域单量。包裹处理的场地、流水线集中统一之

后，“多仓多线”变成了“一仓一线”，卸货、入库、分拣业务实现集约化管理，场地只需原先的1/3，许多原来1万多平方米的仓库，如今只需用到2000、3000平方米，实现了大幅度降本。

例如在山东曹县，菜鸟在曹县的乡村共配中心设计日产能可为27000个包裹，自动化分拣线拥有308个格口。日常情况下，每天只需运行4个小时，就能完成全天的包裹分拣任务。在新疆，菜鸟已实现了3个共配中心的自动化改造。

这套自动化分拣系统不仅能根据村级收件地址进行智能分拨，甚至是乡村地区需要送货上门的包裹也能自动分拨到对应的格口中。通过自动化改造，菜鸟乡村共配网点平均每小时可提升40%的产能。从全国来看，菜鸟下沉网点的分拨自动化改造已服务全国25个省份的150余个区县。

图片来源：企业供图

菜鸟绿色回收全面升级 315城菜鸟驿站掀起“绿色风暴”

近日，菜鸟绿色回收活动全面升级，在线下，菜鸟在全国315个城市10万个菜鸟驿站铺设绿色回收箱，开展绿色回收活动，并将每月9日定为菜鸟消费者绿色“回收节”，9倍升级绿色消费激励措施，推出“1箱换9蛋活动”。

据了解，刚刚举办的第一个“回收节”公众参与热情火爆，2个小时的时间抢空鸡蛋库存，出现“蛋不应求”的情况。北京大兴寿保庄快递消费者张颖通过该活动领取了鸡蛋，并将收蛋地址写为一家养老院。她表示，菜鸟绿色回收不是一个商业行为，而是一个公益行为，所以自己领取的鸡蛋也应该用来做公益。

各地菜鸟驿站站长更是想方设法宣传属于自己行业的绿色节日，沈阳融城世代驿站站长自己打印500多份宣传单向消费者推广；河南信阳学院校园驿站大喇叭上阵，吸引消费者排队领回箱；广州小新塘不堂三巷菜鸟驿站站长一天拉3个群与快递消费者同庆绿色节日。

据了解，菜鸟率先发起“回箱计划”，首提快递包装废弃物重复利用，在菜鸟驿站设置绿色回收箱，将菜鸟驿站变成在物流领域践行低碳循环经济的“毛细血管”。截至2021年底，菜鸟绿色回收箱已经覆盖

全国31个省市区，每年预计可以回收上亿个快递纸箱。

近一年来，菜鸟“回箱计划”不断升级，从去年“双11”开始，菜鸟为鼓励快递消费者参与快递纸箱回收，开启纸箱换鸡蛋活动，活动至今，已经带动500多万人参与。

3月15日，菜鸟推出物流行业第一个线上绿色互动社区“绿色家园”，消费者可通过菜鸟App登录，对“社区”进行管理运营，并可开办自己的“菜鸟驿站”；“圈养”自己的无人快递车“小蛮驴”，体验一个包裹从仓配到运输、取件，甚至退换货的全部环节，让绿色物流变得“平易近人”、更有趣味，从而带动快递消费者养成绿色消费习惯。

在“绿色家园”，消费者还可以查看个人减碳账单，积累“碳能量”，消费者线下参与快递包装回收等绿色消费行为都会累计在该账单上，成为账单积分，免费换取鸡蛋等礼品。

菜鸟绿色物流负责人王昊苏介绍，实现绿色物流需要全行业包括消费者共同参与，菜鸟推出纸箱换鸡蛋活动、绿色回收节、绿色家园，都是为了培养消费者的绿色消费习惯，带动绿色消费新风尚。