



落寞的快递柜

收费了 快递柜遭冷遇

“双 11”刚过去,快递员和购物族突然发现,用来存放快递的速递易柜子,突然由原来的 24 小时内免费更改为 4 小时内免费。

11 月 12 日,市民何女士收到了“双 11”下单的商品,恰逢周末家中无人,她便让快递员将包裹放入小区门口的速递易快递柜。快递员提醒她尽快取包裹,超过 4 小时要收费。随后何女士收到速递易发来的短信,“为缓解快递公司仓配压力,本次为您免费存放 4 小时,请及时取出快递,以免付费……”何女士直到晚上 10 点才回家取快递,因为存放时间超过了 4 小时,系统显示让她投币 1

元。

陈女士称,今天她去楼下快递柜取件,因为超时,快递储物柜显示要收费 1 元才能开柜门。根据操作提示,她用支付宝付款 1 元后才拿到包裹。她说:“快递服务本来就是送货上门的,现在很多快递员把包裹存进快递柜,还要专门去快递柜取件并支付费用,增加了收件人的负担,太不合理了。”

调查发现,面对快递柜使用收费,快递员、收件人普遍不同意。转而回归物业代业主收件或二次投递。这让打通“快递最后一公里”的快递柜遭冷遇。

不习惯 消费者不爱用

某小区的物业公司工作人员告诉记者:“每天用快递柜的业主并不多,因为很多人懒得多走几步路或下楼去取快递,都希望快递员把包裹送到家里。”如果家里无人收件,电子快递柜应该是相对安全的寄存方式。快递柜有锁还有监控器,只要快递员先给业主打电话沟通,输入号码基本都能安全存件取件。但是还有许多业主让快递员把包裹寄存在物业,认为有人看管更加放心。还有一部分原因是业主购买的商品比较特殊,快递柜根本就

放不进去,只有放到物业了。

记者调查了几个老旧小区,发现用过的业主并不多,主要原因还是很多人并不知道放在小区某处的柜子就是快递柜。有业主说:“这个柜子在我家楼前放了半年多,不知道是干啥用的,也没有人告诉我。我平时上班时,单位收件也很方便安全,每次我都是让快递送到单位再拿回家。”还有不少老年业主表示自己不会用快递柜,最后还是让快递送到家里和物业比较放心。

在大兴区的一小区门口,快递员小王告诉记者,“今年‘双 11’特别忙,我每天的送货量比去年多 40%,已经连续 5 天都要忙到凌晨一点,每天累得回到家倒头就睡。这个小区的快递柜要收费,这一趟有几十件快递要送,算下来费用也不少,还是打电话通知收件人方便。”他将这些快递从三轮车上卸下来,像摆地摊一样铺在小区

据北京市邮政管理局发布的最新数据显示,本次“双 11”期间,北京地区预计业务量达到 6000 万件,处理量超过 1 亿件。快递数量比往年增多,快递配送也备受关注,“双 11”期间的快递被许多网友戏称为“慢递”。快递柜的出现一度令业内兴奋,被认为是打通“最后一公里”配送的“利器”。但从市场反应来看,快递柜并没有如期“走红”,到底什么原因呢?

□ 本报实习记者 张海垠

短信。

“这样一来,我还是要打电话逐一通知客户作解释,告诉他们到快递柜取件,有些客户不知道如何操作,又要打电话指导他们一步步取件。”小赵说,如此操作很是麻烦,根本无法提高他们的工作效率。“特别是双十一这种争分夺秒的时候,我们更不会去用自助快递柜了,那会影响我们的收入。”

不方便 快递员宁可摆摊

门口的路边,便开始挨个给收件人打电话,喊他们出来取快递。还有几名其他公司的快递员,他们也像小王一样,各自占据一块地方,将快递铺开,一边打电话通知收件人,一边让前来取件的人签收。

记者发现,在快递员们“占道摆摊”的地方,几十米外就有一处自助快递柜。整整一个上午,快递员们来回送了两三波货,也无人使用自助快递柜。甚至有些收件人不在,快递员承诺隔天再送,也未使用自助快递柜。

“一开始觉得是个好东西,但用的过程中发现麻烦很多。”负责该小区派送的快递员告诉记者,使用自助快递柜送件,他每次需要逐一扫描快递单号并输入客户的手机号码,一件两件还行,但是件数多了就很麻烦,远不如打几个电话来得方便。此外,使用自助快递柜后,收件人也不一定都能收到送件

小赵说,对于快递员来说,他们的薪水跟送件量挂钩,怎么省时他们就怎么送。

除此之外,某快递品牌光谷片区负责人刘经理告诉记者,对于他们公司的快递员来说,自助快递柜还有一个“硬伤”,就是“无法验货签收”。刘经理说,他负责的网点就曾出现过快递员使用快递柜投递,客户拆件后发现问题,并以没有面签验货为由要求赔偿的事,最后以快递员全额赔偿才解决。



短 讯

东风轻卡邀会员代表考察企业

深入沟通用户,了解用户需求,为用户打造更加满意的轻卡产品,是东风轻卡不变的追求。在东风兄弟俱乐部十周年之际,东风轻卡特别邀请来自全国各地的 200 余名会员代表考察东风汽车股份轻型商用车分公司,进行了制造车间参观、国五产品讲解、试乘试驾、游园会等系列活动。希望能够让用户从源头起了解产品、更进一步感受东风制造的魅力,同时直接听取用户的宝贵意见,为进一步的服务、产品优化确立目标与方向。

在工厂参观期间,东风轻卡用户代表与东风轻型商用车营销有限公司

副总经理丁超及公司服务体系人员举行了一场面对面的沟通座谈会。丁超表示,将纳入东风兄弟俱乐部金卡会员作为东风轻卡服务体系的主管人员,使用户和厂家工作人员的沟通成为常态机制,随时传递信息、解决问题,以促进东风轻卡售后服务质量的提升。

同时,营销公司将加强对全国服务网点的管理和培训,提升服务站为用户解决问题的能力 and 效率。

邀请用户走进工厂,对东风轻卡而言是秉持用户至上原则,不断坚持与发展着的一种沟通用户的常规方式。从 2007 年第一次举办工厂参观活

昆仑润滑油打造“人·车·生活”一体化

11 月 9 日至 11 日,昆仑润滑油首次亮相中国汽车流通行业年会暨博览会,为汽车行业带来了共建“人·车·生活”生态圈的新理念。昆仑润滑油此次参展不仅为汽车平台带来了供应链最短、成本最低的服务,还创造了与中国石油 2 万座加油站携手合作的新机遇。会展

期间,展台每天接待约 500 人,为前来咨询的厂商解客有关公司合作、产品等各方面信息,为进一步构建“人·车·生活”一体化提供了良好的基础。

“人·车·生活”一体化理念旨在让传统的汽车行业跟用户之间产生更加直接的连接、互动,形成一个和谐的生态圈。

这种互动交流有利于汽车行业更精准的挖掘客户需求,从而为终端用户提供优良的产品,优惠的价格和优质的服务。此次参展的昆仑天润系列,吸引了大批汽车厂商平台的关注,“抗磨、静音、节能环保”三大技术内核,成为昆仑润滑油的突出优势。昆仑天润系列符合国内“损耗性驾驶”需求,不仅能够为消费者提供高品质产品,也为自身带来良好的循环发展。

人气低、发展无序的快递柜行业日前成了资本关注热点。日前,江苏云柜网络技术有限公司(以下简称“云柜”)、上海富友电子商务有限公司(以下简称“富友”)、深圳中集电商物流科技有限公司(以下简称“中集 e 栈”)三方结成“创赢联盟”,联合发力快递柜市场。在资本纷纷进入快递柜行业的当下,快递柜市场是否会成为快递业下一个风口?

多方资本集结

云柜、富友、中集 e 栈日前表示,希望快递柜企业共同合作,将资源优势发挥到最大化,降本增效,将快递柜行业的商业模式落地执行。

数据显示,“创赢联盟”共有 6 万组快递柜,平均使用率在 70% 的水平。以中集 e 栈在深圳 500 个小区实地调查数据为例,约 2/3 的快递包裹适合通过智能快递柜交付用户。

易果生鲜相关负责人表示,物流成本已经成为电商发展的主要瓶颈,随着电商产品的不断增多,如果只靠人工投递,效率是非常低的。通过基于大数据分析的快递柜,能够精准预测消费需求,提前完成投递,将是未来发展方向。

在创赢联盟进入之前,阿里巴巴、顺丰速运、苏宁、京东、速递易等企业已进入快递柜行业。2015 年 6 月,顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯五家物流公司投资创建丰巢,目前丰巢已经布局了 70 多个城市,3 万个柜机。“丰巢的布局严格按照快递公司提供的数据分析布局,目前这些柜机的使用效率相当高。”丰巢的一位负责人表示。

快递柜第三方企业速递易也在控股股东三泰控股的进入后,快速发展。目前,速递易已经为全国 79 个城市开展了服务,快递包裹数量达到 6.07 亿个。

这几家快递快递柜企业通过菜鸟网络又走到一起。5 月 18 日,菜鸟网络宣布联合 12 家快递公司和速递易、丰巢等 8 家快递柜企业建成全国最大的快递柜服务平台。快递柜数量近 10 万多台,占目前全行业快递柜总数的 70% 多。

另外,苏宁在全国全国 12 个核心城市也设立了 2000 多个智能快递柜。

盈利模式不足

随着快递柜布局不断扩大,快递员对快递柜非常认可。深圳中集电商总经理程宏达表示,快递柜为电商物流行业创造价值,至少可以提升 3 倍末端交付效率。

多名快递员也表示,快递柜确实提高了投递的效率。“快递柜基本上都在高档小区,白天时候家里很少有人,如果没有快递柜,我们都要二次投递,成本很高。有了快递柜我们只要放到柜子里就可以了。用户会自动收到短信,然后下班来取。”快递员耿师傅告诉记者。

不过,很多快递柜会收取快递公司和消费者的费用。快递员郭师傅介绍:“如果快件在快递柜占用时间超过 24 小时,快递柜企业就要收取消费者 1 元钱。”

据了解,速递易作为第三方快递柜平台,主要依靠投递收费、超时收费、广告盈利。每票快件按寄存箱子的规格不同,向快递员收取 0.4-0.6 元的使用费。如果用户超过 24 小时未能取货,也将收取费用。有快递员就表示,收取费用后,快递员送货报酬的一半将被速递易拿走。即使如此,速递易的业绩并不理想。日前,三泰控股三泰控股财务总监曾传琮表示,公司业绩目前暂时受速递易投入大及费用高的影响较大。数据显示,上半年,三泰控股亏损近 1.2 亿,同比下滑 30.05%。

丰巢远景目标是早市买的菜、血拼后的商品、旅游时给朋友买的手信,直接就可由丰巢送达。丰巢也开始对快递公司收费。上述丰巢的负责人也表示:“一个可持续发展的行业,是必须要有盈利的,快递柜如果可持续的为用户和快递员提供服务,也需要收取合理的费用。”

风口来临?

上海富友电商总裁马光认为,现在快递柜行业已经进入下半场,市场份额相对稳定。目前的行业焦点就是提高行业整体运营效率,进行产业整合,制定出一套切实可行的商业模式并真正落地执行。

也有业内人士表示,快递柜运营商在全国的网络布局已经基本完成,2—3 年之前的跑马圈地现象已成过去时,但中国物流快递咨询网首席顾问徐勇认为,自提柜是否能够成为下一个风口,还有很多不确定性。

他认为,电商发展很快,但这是一个过程,随着电商发展到一个峰值,就会有所下滑。“目前中国电商发展之所以能够如此快速,主要由于两个原因造成,一个是激烈竞争导致的产品杀价,另一个原因就是物流成本不高。但是随着人力成本的上升,这种状况肯定会随之改变。自提柜肯定会成为未来重要的末端配送方式,但不一定成为主力。”

据徐勇介绍,日本是应用自提柜最发达的国家,但人工配送依然存在较大的份额。其中很重要的原因是快件的标准问题。

“标准快件可以通过快递柜完成,但个性化的快件还需要人工配送。”徐勇表示。

(北京商报)

大学生发明可变形“神奇快递箱” 缓解快递爆仓困境

“双 11”之后,不少人就坐在家安心等快递了。不过,快递小哥的电瓶车运量有限又不安全,这引起了上海理工大学学生们的关注。在近日举行的第四届上海市大学生“创造杯”大赛上,扩容快递箱等紧贴实际生活的创新作品和理念亮相。

“传统的快递箱容量小,车辆内货物太重或者重量分布不均匀还容易导致翻车事故。”设计者郑伟告诉记者,他们的参赛作品设计了连杆卡扣扩容箱装卸装置,可以根据需要决定快递车容

积大小。“在不需要载运时底部箱子可以折叠,恢复日常的快递箱使用。使用卡扣结构让快递箱可以装配在不同的电动车上。通过菱形连杆传动机构,保证传动精确以及空间扩容控制,并通过对箱体底部的加厚解决失稳问题”。通过参赛选手实物演示和陈述以及评委提问与评审等环节后,大赛评选出特等奖 2 项,一等奖 7 项,二等奖 11 项,三等奖 15 项,并由参赛学生票选得出最佳人气奖 5 项。《扩容箱》最终荣获三等奖。

中信国安·北海第一城北京媒体渠道推介会召开

北京各界媒体朋友合作共赢。北海第一城主要合作方代表中科院、戴德梁行、阿特金斯等代表相继发言。

本报讯 (记者 桂大成)中信国安·北海第一城北京媒体渠道推介会近日举行。这是中信国安北海第一城在北京的第一次发声,北京媒体界广泛关注,各大主流媒体悉数到场。

中信国安·北海第一城是央企广西行重大签约项目、北海市重大项目。中信国安·北海第一城,位于广西北海市东南侧,占地面积 6676 亩,规划建筑面积约 329 万平方米,拥有 7.9 公里海岸线和 400 余亩红树林,总投资超 300 亿元,是北海市乃至广西区内规模最大、海岸线最长的、一线生态海景旅游项目,北海第一城具备规划高、投入大、带动强、理念新四大特点。

活动期间,中信国安·北海第一城总经理曾总致辞欢迎,并邀约