

“双十一”还未到快递先涨价？

业内：对网购消费者影响基本不大

一年一度的“双十一”购物狂欢节日益临近，不少“剁手族”已经摩拳擦掌开始往购物车里添加心仪的商品。不过，电商促销大战还未打响，快递公司倒是先“涨”一步——中通快递11日发布公告，宣布将从2019年11月11日起调整快递费用。中通快递这波涨价幅度有多少？其他快递会不会跟进？想要“买买买”的市民会受多大影响？

青年报记者 刘春霞



离“双十一”还有一个月左右，相关行业却隐隐已经散发出了“硝烟”的味道。

青年报资料图 记者 吴恺 摄

关注 1

中通率先宣布“双十一”涨价 其他公司跟进可能性很大？

10月11日，中通快递官网发布《中通快递关于旺季高峰应对预案的告客户书》。《告客户书》中称，为了确保旺季期间快递服务安全、平稳，保持服务质量和客户满意度，应对旺季场地、运输、用工等费用的上涨，中通快递将从2019年11月11日起调整快递费用。具体调整幅度，由当地服务网点根据总部指导建议并结合各自实际情况实施。

由于“双十一”是电商促销和消费者购物高峰，而快递是其中关键的“一环”，因此中通快递“双十一”涨价的消息公布后，立即引发广泛关注。

事实上，这并不是中通快递第一次在“双十一”之前宣布涨价。2017年10月11日，中通快递就发布告客户书，称受运输成本增加、人工成本

提升、原材料价格上涨等多种因素影响，为了进一步提升服务质量，保障客户利益，经综合考虑，决定从即日起调整快递价格；2018年10月11日，中通快递又是在“双十一”前发布通知，宣布从2018年11月11日起在全国范围启动旺季中转费和派费调节机制。

中通快递宣布涨价后，其他快递公司会不会跟进？截至10月13日，圆通、申通、百世汇通、韵达等快递企业暂时还没有涨价的消息。不过，业内人士表示，从往年的情况来看，其他快递公司跟进的可能性很大，“2017年、2018年‘双十一’前期，中通宣布调价后，韵达、申通、圆通等‘四通一达’主流快递企业也都陆续做出了调整，今年其他快递公司估计很快也会跟进。”

关注 2

这次涨幅多少？“买买买”会否受影响？ 网点称尚未收到涨价通知

“双十一”前快递涨价，对于消费者来说，最关心的莫过于涨价幅度有多少、会不会影响自己“买买买”。对于涨价幅度，中通快递方面表示，总部只是指出大方向，具体幅度由各网点结合各自实际情况自己调整。这也意味着，有些网点可能也不会涨。

那么，中通快递在上海的各个网点是否已经调价了呢？青年报记者采访了黄浦、长宁、静安、普陀、浦东、虹口等多个区的网点，工作人员都表示：“没收到要涨价的通知。”

长宁区一家网点的工作人员介绍说，目前的价格仍是官网“10+2”的报价，也就是1公斤以内10元，超过1公斤的每公斤加2元，“没听说过要涨价。”虹口区一家网点的工作人员也表示，至今没接到通知，“应该不

会涨价。”

一位中通快递员告诉记者，“双十一”期间，由于快递量大幅上升，快递的时效可能会有延迟，但价格变化不会太大，而且即便涨价，也不是涨给快递员，“对我们来说，每票基本在1.2-1.5元，‘双十一’可能还会更少一点。我们就是按量来算，‘双十一’拼命送，都是辛苦钱。”另一位快递员则表示，“双十一”期间即便涨价，也只是涨几天，“旺季过了就跌回来了。”

至于广大“剁手族”关心的“买买买”是否会受影响的问题，快递业内人士认为，很多电商商家都是快递企业的协议客户，有合同约定，价格不太会随意变动，因此对网购消费者的影响基本不大。

【声音】 快递要涨价服务也得同步提高

中通快递涨价的消息在网络上引发了网友的关注和讨论。一项“你觉得双十一快递应该涨价吗”的投票就吸引了近8900人参与，其中7026人都投给了“不该，给快递小哥涨工资吗”，另外1800余人投给了“应该，的确成本增加了”。

有网友认为，不应该因为“双十一”快件量多就涨价，“早饭、中饭、晚饭吃饭高峰期也要提醒饭店涨

价吗？”还有网友表示，涨价了能保证时效吗？“不能保证时效为什么涨价？”

不少网友坦言，如果服务到位的话，快递费涨一点也无可厚非，“服务能同步提高吗？就怕光涨价了！”有“懂经”网友甚至表示，快递公司的这种涨价主要是针对散户的，“签约的客户不可能涨，就是让散户尽量避开‘双十一’！”

【专家】 建立浮动定价机制对行业是好事

来自国家邮政局的相关统计数据 displays，自2010年以来，我国快递单件收入一直是呈下降趋势。在快递业内人士看来，快递价格总体还在下降，所以剁手党没必要恐慌。

中国物流学会特约研究员杨达卿认为，电商快件市场仍是买方市场，快递价格因为价格战而近乎原地踏步走。面向终端散户消费者的价格，整体变动不大。快递旺季的上调，是因为快递企业加码投入人力、场地、运力等方面，所以有必要量力调整。杨达卿表示，在快递市场消费

升级背景下，快递企业需要通过服务升级，推进整体集约化发展，以精益管理降本增效带来的低价才是可持续的低价。

快递物流咨询网首席顾问徐勇认为，快递和机票、酒店等服务行业类似，都是“淡季打折、旺季调价”的浮动定价模式，随着“双十一”临近，以电商快件为主的“通达系”快递公司将迎来运力需求的高峰期，调价也可起到调节供需的作用，“快递公司如果真的能就此建立起浮动定价机制，对这个行业才是好事，起到红绿灯的作用。”

【展望】 今年“双十一”行业呈现新特点

为做好“双十一”快递服务保障工作，确保旺季期间快递服务安全、平稳、有序运营，日前，中国快递协会联合菜鸟网络在杭州召开了2019年“双十一”快递服务动员会，分析研判今年“双十一”快递服务的新特点，对旺季期间的行业安全、运能储备、末端投递、快递包装绿色循环使用等工作进行了动员。

据预测，今年“双十一”快件量仍将延续大幅增长态势，全行业将面临空前压力和严峻挑战。而今年“双十一”快递物流将呈现数智技术全面应用、智慧供应链更加精细、全球化大步成网的新特点。

根据会议要求，今年“双十一”期间，电商平台要充分发挥大数据

分析工具的作用，通过大数据分析，引导商家科学安排促销形式和时段；及时发布流量流向信息和消费相关提示，引导消费者合理预期；协同各方共同应对突发情况。快递企业要依据电商平台提供的数据，与平台、商家签订发货服务协议和“错峰发货”计划，统筹落实调度计划；要优化运能、路由及频次时限，对场地、车辆、设备、人员等进行合理调配；要在平台数据引导下，加强各环节运行状态的实时监控、预警、应急处理；要科学安排和控制流量节奏，在流量洪峰出现时充分利用好电商平台提供的前置仓、下沉仓和企业的自备仓，有效缓解流量洪峰对末端网点带来的压力。