

更快捷、更智能、更绿色

“双11”网购盛宴背后的快递转型

11月11日8时55分,正在手机上查看购物车是否还要装点啥的杭州徐女士收到了一条物流信息,显示她在11日零点下单的运动鞋已经签收,此时离2019年“双11”正式启动过去不到9小时。

“血拼”还没结束,包裹已经抵达。“双11”的第11个年头,快递物流行业不断发展壮大,配送效率提升为给消费者带来更好的体验。



更快捷:有信心、有底气做出承诺

“双11”买的东西,“双12”还没到。在“双11”推出的最初几年,快递物流成为严重影响消费者体验的一块短板,等待时间长、包裹遭遇“暴力”对待、遗失率高等问题层出不穷。

然而在今年,11月11日8点01分,天猫“双11”第一个包裹发出。8小时,刷新纪录。从2013年以来,同样数量的订单发货时长已经缩短40个小时。

“四通一达”等中国主要快递公司还在“双11”前夕宣

布,从11月11日0点起,“长三角26个城市”互发的“双11”旺季快件,一经揽收,72小时内必须送达,否则将按规定给消费者赔付。这是中国快递公司首次对“双11”旺季的配送效率做出公开承诺。

菜鸟方面表示,中国快递业经过10年峰值历练,具备了更稳定、高效的服务能力,所以才敢于在“双11”这种全球独一无二的快递“洪峰”中率先承诺时效。

航空运输则是为包裹插上了翅膀,即使要跨越千余公里,包裹隔日达甚至当日达也能够实现。作为国内第二家拥

有自有全货机的民营快递企业,圆通航空投入运营的自有全货机数量已达12架,基本搭建起覆盖各大区域的航线网络,覆盖国内城市120多个。

更智能:科技创新成快递竞争制高点

国家邮政局市场监管司副司长边作栋日前表示,预计今年“双11”高峰期将从11月11日持续至18日,高峰期间全行业处理的邮快件业务量将达到28亿件。其中,最高日处理量可能达到5.2亿件,是二季度以来日常处理量(1.74亿件)的3倍。

“双11”的快递量每年都在刷新纪录,单纯依靠“人海战术”提升效率已经无法满足消费者的需求。大数据、云计算、人工智能在快递行业的仓储、运输、配送等环节正大展拳脚,刷脸、扫码等让包裹取、寄提效,为“双11”带来便捷、智能的服务。

“双11”“买得多、送得快”背后,是快递行业推动物流和供应链数字化升级,大量预售商品已经提前下沉,这些订单近九成都可以当日或次日送达;在仓内,菜鸟在无锡上线中国新一代智能仓,超千台机器人联手发货能力提升60%;客服上,申通启用全新数字化管理系统,AI智能客服电话机器人实现24小时服务机制,持续提升用户体验;在最后100米,菜鸟驿站“秒取快递”百城上线,带来包裹收取进一步提效;在家电等大件物流方面,日日顺物流上线大件物流无人车,实现从“仓”到“厂”的无人化高效对接,在提高转运的安全性和可靠性的同时,也降低了人工成本……

“通过系列智能解决方案,我们在节省驿站40%精力的同时,也能让快递服务效率提升50%。”菜鸟驿站技术负责人表示,新的数字化方式,

将带来更好的用户体验。

“在快递行业,以往依靠眼力、体力的工作,如今正交由机器人操作。”圆通速递副总裁相峰表示,过去几十年,中国快递业依靠商业模式的创新,做到了规模全球第一。如今,在向“智能+”时代迈进的过程中,谁的科技创新越多,谁就占据了快递业竞争的制高点。

更绿色:人人参与的环保行动

每年“双11”快递业务量的暴增,带来了纸盒、塑料袋、胶带、白泡沫等包装物的极大消耗。全力破解快递包裹的环保问题,成为电商、快递的共识。随着电子面单使用率超过99%、快递一联单的普及,加上可循环帆布袋加大循环应用,“回箱计划”大面积落地、箱型算法推荐、原箱发货等,正在带来一次更加绿色环保的“双11”。

申通快递副总裁熊大海表示,申通“成功瘦身”,迎来一联电子面单后的首个“双11”,一联单相比之前的两联单,纸张使用减少一半,末端操作效率提升至少1小时。预计今年“双11”期间,节约纸张面积127.4万平方米,可以铺满3000个标准篮球场。

中通快递持续推广绿色可循环帆布袋的使用,替代传统的编织袋,每条帆布袋的使用率是以往编织袋的100倍。

同时,菜鸟联合圆通、中通、申通、韵达、百世等快递公司,共同推出史上最大的“回箱行动”,已覆盖全国31个省份。2019年“双11”期间,全国将有4万个菜鸟驿站、35万个快递公司网点进行绿色回箱行动,对快递纸箱和包装物进行回收再利用,消费者捐献纸箱还有机会获得蚂蚁森林绿色能量,植树造林。同时,通过手机淘宝参与“回收纸箱”活动,还可获得相关奖励。 /新华社

“双11”当天处理5.35亿快件 同比增长28.6%

国家邮政局监测数据显示,今年“双11”当天各邮政、快递企业共处理5.35亿快件,是二季度以来日常处理量的3倍,同比增长28.6%,再创历史新高。

国家邮政局预计,今年“双11”快递旺季高峰期从11月11日持续至18日,高峰期间全行业处理的邮快件业务量将达到28亿件。为实现全网不瘫痪、重要节点不爆仓、保畅通、保安全、保平稳目标,全行业将“错峰发货、均衡推进”作为核心机制,根据各企业的寄递承载能力,计划性地推单放量,严格控制发货量峰值。

为应对今年“双11”快递旺季,在现有服务能力基础上,全行业临时聘用近40万人和12万辆汽车,新增360多万平方米处理场地和3000多套自动、半自动分拣设备。在城市地区,全国已经累计建设8.2万个末端公共服务站,布放38万多组智能快件箱,对快递末端服务能力形成有效补充。5.9万个农村快递公共取送点的设立,将更好满足农村居民的寄递服务需求。在国际业务方面,快递企业遍布60多个国家的网点,覆盖50多个国家及地区的海外仓和新增的多条国际航线将发挥积极作用。在售后方面,多家企业投入使用智能客服机器人,将有效提高高峰期客服能力。

国家邮政局有关负责人表示,从今年4月份开始,在全国范围内开展了两轮快递末端服务违规收费清理整顿工作,有效维护了农民合法权益。截至目前,快递网点已覆盖乡镇超过3万个,全国乡镇快递网点覆盖率达96%,有效提高了农村地区配送能力。 /新华社

声明

吉AY1447王安涛将服务监督卡丢失,声明作废。

中国的“双十一”世界的“分红季”

刚刚结束的2019天猫“双十一”活动全成交额2684亿元人民币,同比增长约25.7%。红火销售折射出中国市场强大的消费动力和内需潜力。与此同时,一些国家也借助“双十一”概念开展促销,从“淘中国”到“淘世界”,中国消费领域的新趋势也在改变全球的消费方式。

把喜欢的宝贝提前放进购物车,兑换积分,领取店铺优惠券,11月11日当天清空购物车……在“双十一”到来之际,俄罗斯“剁手党”也在尽享“买买买”。

近几年,阿里巴巴旗下跨境电商平台全球速卖通在俄罗斯举办“双十一”购物活动,参与的俄民众人数大幅上升,速卖通也成为当地最受欢迎的电商平台,

几乎每6个俄罗斯人里就有1人在使用速卖通。从日常使用的护照保护套到冷门商品医用头灯,速卖通为俄百姓带来了实实在在的消费便捷。

为提升网购便捷性,速卖通俄罗斯业务负责人刘威表示,与速卖通合作的菜鸟物流近日开通了从中国至莫斯科的直达航线,平时每天一班,“双十一”期间每天两班,正在大力改善中俄跨境物流体系和时效。原来需要50天的平邮包裹将升级为最快10天可达。

随着速卖通日益流行,越来越多俄民众选择线上支付。2014年阿里巴巴与俄罗斯支付平台央捷科斯钱包开启合作,支持速卖通俄罗斯用户使用本地支付

系统付款。双方通过紧密合作,不断改进技术系统,目前央捷科斯最高成交量每秒超过900笔。

菲律宾人对“双十一”早已不陌生。两大线上购物平台“来赞达”和“虾皮购物”早在四五年前就借用中国“双十一”概念发起促销,甚至还创造出“双九”与“双十”购物节,大大延长了菲律宾年底的传统购物季。

来赞达(菲律宾)公司首席执行官拉伊·阿利穆伦说,“双十一”是中国人创造出的消费概念,也成为助推中国品牌走向海外的平台。“中国品牌越来越受到菲律宾消费者欢迎。这次不少中国品牌在菲展开大规模促销活动,我们乐见越来越多高质量且价格合理的中国产品通过我

们的平台送到菲律宾千家万户。”他说。

在拥有超过12亿人口、互联网用户快速增长的非洲大陆,人们也在摩拳擦掌等待“黑色星期五”的到来。

近年来,有“非洲阿里巴巴”之称的电商Jumia也效仿中国电商的“双十一”购物节,力推“黑色星期五”“移动支付周”“Jumia周年庆”等促销活动。Jumia联合创始人萨哈·博伊诺奈克说:“这是平台聚拢人气的手段,效果非常好。”他表示,中国在电商市场培育、数字支付和物流管理方面有着成熟的经验可供非洲学习和借鉴。

今年是“双十一”诞生第11年,更是与第二届进博会无缝对

接,拥有巨大消费潜力的中国市场张开双臂,迎接世界消费浪潮。

数据显示,通过淘宝App、天猫App等参加“双十一”的用户超过5亿,与去年相比增长1亿;按一年计,第二届进博会累计意向成交711.3亿美元,比首届增长23%。惊人数字的背后不仅是不断升级的中国消费能力,更显示出更加创新、包容、开放的中国消费市场。

一边是来自全球的优质商品和服务,一边是中国市场的巨大潜力、消费升级的旺盛需求,“双十一”释放的动能不仅凸显中国的强劲消费能力,也引领世界其他国家消费驶向快车道,令世界共享中国消费发展的“分红季”。 /新华社