



快递业：如何走出价格战谋转型？

□ 黄士民

初夏的黄昏，空气中弥漫着一波又一波怡人的清香，街市、小区的烟火气慢慢升温。“快递到了”！邮城渐渐安宁的生活空间回荡着快递小哥职业而令人熟悉的吆喝声。

蓬勃发展的快递业

快递行业是过去十年中国民营经济最大闪光点之一。回顾中国快递行业发展历程，中国快递业从国有快递企业垄断到民营快递企业相继创立，形成群雄并立的局面。九十年代中期，邮政EMS的出现，标志着我市快递业的兴起；九十年代末，申通、韵达、天天等快递企业抢滩高邮，介入快递服务；2010年起，一些品牌快递公司也纷纷融入高邮快递业市场，一时间快递业在高邮大地如雨后春笋节节成长、花开业红。当下，快递行业以其快捷、便利的服务走入千家万户。快递，已成为邮城百姓须臾不能离开的行当，特别是年轻一族，快递成了他们生活内容的一个重要组成部分。坐在家中，乘坐高铁，即便是躺在床上，只要手指一划，地址一输，一切搞定。

据了解，我市目前共有快递企业12家，除国企邮政外，申通、中通、圆通、韵达、百世、众邮为独立注册的法人公司，业内人士形象称之为“三通达世邮”，其他为直营驻点，名气较大的有顺丰、京东、德邦，以直营服务等模式运作。应当说，这些品牌快递公司的加盟入驻，为高邮快递业的迅速发展和健康成长，发挥了积极作用，为邮城百姓提供了快捷便利的生活服务。目前，我市共有在册快递从业人员近600人，其中500人是在一线送件、收件的快递小哥。他们大多来自高邮城乡，肩负着城区20多万人口和乡镇所在地的快递服务。据资料统计，我市日进出快递量平均在20

万件左右，在经过检验、分拣、收发等规定流程后，由近500名的快递小哥按划定的区域收派。以早晨6时启动派送计算，快递完全送达到城乡（乡镇所在地）消费者手中，基本已是万家灯火时分，用不辞劳苦、千辛万苦形容他们一点也不为过。遇上“双11”“双12”，进出我市的快递量会达到平时的两到三倍，快递小哥更是忙得屁股冒烟。基于此，快递代收点应运而生，菜鸟驿站、妈妈驿站等代收点相继出现在各大小区和人口集中居住地，一定程度上缓解了快递小哥的投送压力。但他们的收入也受到影响，代收点的代收费均出自公司的送件提成，快递小哥凭票按月结算绩效工资。除了近70家快递代收点，像苏宁易购、邮政EMS等开展专投专送、送件入户，弥补了市场服务空档。随着快递业的逐渐成熟和用户的心理接纳程度提高，市民对快递存放代收点或电话告知快递投送住家附近店铺的做法基本认可，也基本约定俗成。

近年，高邮市委市政府高度重视快递行业发展，制定相关政策，给予资金扶持，引导规范市场，成立了市快递行业管理协会，统筹协调行业发展。近年来，市财政投入近500万元，在市区12个社区、25个老旧小区和9个机关单位建设了58组、6875个格口的智能信包箱，极大地方便了老百姓的快递存放和接收。2019年市委、市政府承办首届江苏省快递员节，表彰业内先进，推出服务典型，扩大了社会影响。申通快递公司的仇俊，被授予江苏“最美快递小哥”称号。

繁荣背后有隐忧

快递业既与千家万户紧密相连，又与瞬息万变的市场密不可分。从经济类别

看，快递是物流产业的一个分支行业；从业务运作看，快递是一种新型的运输方式，是供应链的一个重要环节；从经营性质看，快递属于高附加值的新兴服务贸易。中国快递行业的“黄金十年”是伴随着中国电商经济爆发式增长而实现的。作为电商平台的下线企业，电商平台的兴衰沉浮，直接关系到快递业一亩三分地的收成。近年，由于市场机制和运营方式等诸多综合因素，快递业的利益空间受到了无形挤压，我市的快递企业也面临同样挑战。究其原因，一是各大快递公司之间相互竞争甚至无序压价，二是电商平台在运营机制上的政策性调整，诸多因素的聚集和市场运行的不良竞争，导致高邮快递业出现了“忙得好看，利润难赚”的现象。市区申通快递公司负责人调侃说：“不降价，立刻死；降价，等着死。价格战熬成了生死战。”

此外，快递小哥的工资收入、各种保险、专业培训等，也亟待规范和完善。相当一部分快递小哥职业素养需要提升，建设一支有职业素养、行为规范的快递小哥队伍迫在眉睫、任重道远。我国物流行业专家杨达卿日前在接受《环球时报》记者采访时表示，国内快递业当前的亏损主要是“以价（低价）换量（数量）”的价格战的结果。他表示，低价战从短期来看对消费者没有伤害，但从长期来看，低端竞争将影响服务升级。杨达卿表示，本土快递企业需要考虑数字化换道发展，从数字化转型中赢得新利润源，不宜再依赖“规模换效益”的传统打法。中国快递要参与全球竞争，要竞争的企业是美国联邦快递等国际性速递集团，不能靠低价武器，而应该靠先进的货运飞机和高品质服务。杨达卿形象地说：我们每年打价格战内耗的钱，已经够买很多货运飞机了。笔者在市区申通快递公司采访时，公司负责人坦言：高邮快递业要走出

目前困境，需要政策的引导帮扶和市场秩序的进一步规范，需要企业自身加强内部整合，也需要各企业齐心协力，团结一致。部分业内人士还就加强快递末端服务，打通快递投送“最后一公里”，加快快递业基础配套工程建设提出设想和建议。

积极拓展农村版图

笔者日前在市邮政管理局采访时，巧遇顺丰快递公司常州分部的几位业务经理，他们前来了解高邮快递业乡村设点运营等相关业务事宜。顺丰快递公司应当说是当下的业内翘楚，此番到访，充分说明公司的战略眼光，看得出他们支撑乡村快递服务的信心满满。据邮管局戚剑冰局长介绍，当前，该局按照上级部门的相关工作部署，正在积极推进快递业“进村、进企、出海”的发展计划，积极策应全市乡村振兴。拟在全市175个行政村中先行试点50个村，作为快递进村业务延伸服务的基地。

根据笔者观察，结合我市当下快递市场的运营实际，高邮快递业要做大做强做优，除了固守阵地，优化服务，更重要的是不断拓宽经营思路，大胆创新突破，各企业之间要求同存异，抱团取暖，资源共享，压降成本，积极探索和推进“快快合作”“共配模式”。与此同时，在乡村尝试“邮快合作”“交快合作”等运营模式，依托和发挥现有邮政、公交城乡网络体系的优势，把不求最大、只做最好的经营理念贯穿始终，放大乡村快递站点的服务和辐射带动功效，准确把握乡村自然资源和经济特色、农产品结构，实行双向驱动，开展并联业务，让沾露珠、接地气的本土农副产品，快速推送到消费者手中，实现“田头到舌尖”的快捷、绿色、贴心服务，为乡村振兴助阵鼓劲，贡献快递力量。

