

“双11”当天全国快递业务量达6.39亿件

是平日的1.87倍,同比增长15.76%

国家邮政局监测数据显示,2023年11月1日至11日,全国邮政快递企业共揽收快递包裹52.64亿件,同比增长23.22%,日均业务量是平日业务量的1.4倍。11月11日当天,共揽收快递包裹6.39亿件,是平日业务量的1.87倍,同比增长15.76%。

国家邮政局市场监管司副司长边作栋说,今年的快递业务旺季主要呈现出两个高峰更加平稳,支撑消费复苏、经济向好作用更加明显,用户体验更加便捷

三大特点。今年的快递业务旺季继续在11月1日和11月11日形成两波高峰,分摊了行业在单个高峰的压力,运行更加平稳。邮政快递与电子商务、现代农业、现代制造业等深度融合,“双11”期间全网揽收量再创历史新高,折射出我国消费市场的蓬勃活力,是经济恢复向好的生动写照。邮政快递深度融入电商产业链,大量预售商品前置存储至快递云仓,寄递服务更加快速准确。

他表示,今年的快递业务旺季从11月1日开始,到2024年春节前夕结束。为做好旺季服务保障工作,国家邮政局在与各主要电商平台及寄递企业进行充分形势研判和服务能力评估的基础上,制定保障方案,全面部署落实,协调电商平台与寄递企业继续发挥“错峰发货、均衡推进”的核心机制作用。同时,深入开展安全隐患排查整治,全方位确保生产安全、寄递安全、信息安全,防范行业伤

亡事故发生;坚持快递包装标准化、循环化、减量化、无害化,鼓励电商快件原装直发,减少前端过度包装。

在业务旺季和低温雨雪天气条件下,一线快递员作业时间长、负荷重、压力大。为此,邮政管理部门持续加强基层从业人员队伍关心关爱工作,维护快递员群体合法权益,并发布消费提示,呼吁广大用户给予快递员群体更多包容和理解。
据新华社

线下与线上“共舞” 国货品牌开新局

双11·消费亮点

提到“双11”,它不仅是网络购物节,也被誉为数字消费的晴雨表,透过一年一度的战报,我们不难窥出国内消费需求的变迁以及涌现出的新趋势、新商机。今年“双11”有哪些新的消费亮点值得关注?

全网低价和消费升级矛盾吗?

全网低价、百亿补贴、9.9包邮……今年的“双11”购物节依然活跃度不减。中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛分析:“从前三季度国家统计局公布的社会消费品零售总额这样一个增量上,保持了一个不错的增速,所以感觉消费回暖的态势已经比较明显了。”

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示:“‘双11’对经济回暖是有很大促进作用的,今年‘双11’可以看到很多细分赛道,其增长速度非常快,有些领域处于红海竞争,有些领域还处于蓝海阶段。”

作为消费者,大家都会有一个普遍感受,那就是今年“双11”,各大电商打出“全网最低价”的口号,品质与性价比成为不可或缺的主题。

某品牌业务发展中心总裁奥文说,以前可能是一件爆款可以走进千家万户,现在早就过了那个年代,变成越来越多的消费者有自己喜欢的商品和自己喜

欢的生活方式。当一个商品本身的功能趋于一致的时候,消费者的比价和理性消费的行为在上升。

李鸣涛分析,消费升级并不意味着价格的提升,现在很多消费者把家里原有的产品淘汰,引入了更加智能化的产品,这其实都是消费升级的表现。

国货品牌突围成功

近年来,随着国货品牌活跃在大众视野,其不俗的功效、亲民的价格,为越来越多消费者熟知。今年的“双11”也有越来越多的国货品牌突围成功。

某电商平台高级总监宋巍表示,数据显示,今年“双11”大促开始后,国货美妆、服饰新品成为入驻拼多多百亿补贴数量最多的类目。其中,蜂花、郁美净、上海药皂、孔凤春、百雀羚、珀莱雅等国货美妆销量增长显著,部分热销单品销量增长超过20倍。

“双11”走到第十五,越来越多的消费者发现,线下百货、商超、专柜等渠道在“双11”期间的价格同样具有竞争力,甚至更胜一筹。

安徽马鞍山市民邵女士最近正忙着帮父母重新装修房子,前期已经看好了不少家的装修材料,因为考虑到临近“双11”,邵女士一直“按兵不动”,想观望有没有更优惠的折扣。进入11月以来,各大线下家居商城陆续推出了“双11”的优惠活动,马鞍山市花山区政府也在近日发放了家居类消费券,还可以和商场的

“双11”活动叠加使用,让邵女士省了一大笔。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉说,之所以这些年“双11”大促期间出现线下与线上“共舞”的现象,正顺应了消费者希望拥有丰富多元的消费体验这一需求。

快递企业开启竞速模式

今年“双11”,消费者普遍的感受是快递速度越来越快了。

“双11”大促期间,河北石家庄市的赵女士在网络购物平台上购买了化妆品,让她没有想到的是,支付完尾款的第二天,快递小哥就将包裹送到了手中。这样的配送效率,让她十分惊喜,“‘双11’优惠力度比较大,所以买的东西比较多。以为配送需要三四天,交易量大的话可能更慢。没想到昨天付了尾款,今天就到了。”

快件之所以“快”,和快递企业推出的“极效前置”配送模式有着很大关系。“双11”期间,不少电商采取“先付定金,再付尾款”的销售模式。而定金、尾款支付的时间差,也就是“极效前置”配送模式的关键,买家支付完定金之后,快递公司就会接收外地商家寄出的包裹,并将包裹放在距离买家最近的快递网点。当消费者支付完尾款之后,包裹就能直接派送,从而实现急速配送。

河北顺丰速运有限公司工作人员李树玲说:“现在推出极效前置模式以后,利用付定金和尾款的时间差时段,我们

提前把货物提前放到网点,给我们物流快递一个缓冲的时间,快递也会更快更安全地到达咱们消费者手中。”

某国际快递全球五日达项目工作人员郭文煜说:“菜鸟在国内通过了揽收网络的建设,实现了仓储分拨干线仓的功能的三合一,为商家平均节省了1-2天的时间。然后在海外的清关侧快进快出的清关一体的模式,可以帮助飞机在落地后直接清关分拨一体,省去了分拨中心的环节。在末端的配送侧,欧美等重点国家市场,我们搭建的高效的清关分拨和末端配送网络,使包裹在当地被揽收后,绝大部分的区域可以第二天完成配送。”

人工智能技术牵手机商

今年人工智能火了,同样这项技术也运用到电子商务领域,今年更多虚拟主播在“双11”期间上线,更多生成式人工智能技术被运用到商家的商品文案、短视频文案设计之上。

欧阳日辉表示,在流量红利见顶的当下,或许人工智能将成为未来推动电子商务更进一步发展的崭新手段。从去年ChatGPT推出以后,国内的科技公司也在发展和研发我们自己的技术,关于生成式人工智能的技术也得到了比较大的发展。应该说今年“双11”是生成式人工智能里一个大胆应用。通过此次应用,一是检验国内的生成式人工智能发展的水平到底怎样,二是助推了“双11”活动持续再上台阶。
据央视新闻客户端

成都首批无人快递车投用 基本实现当天派送

双11·快递亮点

蓝色方方正正的外观,没有驾驶室,却行驶在成都市新都区的街头,这是成都市内第一批正式上路的无人快递车。

无人快递车如何实现无人送货?安全性怎样?在新都区一处营业点,快递小哥扫码、开门,把一件件包裹装进无人配送车内,通过软件设定好配送路线。伴随着提示音,无人快递车缓缓上路,记者注意到,该车走在非机动车道上,每隔十秒就会发出提示音:“无人车巡航中,请保持车距,注意安全”。遇到转弯时,它会说:“车辆右转,请注意安全。”遇到红灯它会自动停下,等绿灯亮了再启动。整个行程下来,非常顺畅丝滑。

在斑竹园街道的中通物流集散地大门一侧,整整齐齐停靠了多辆无人快递车,统一的颜色显得萌态十足,十分引人注目。

“无人快递车刚结束上一波配送,返回站点休息啦。”快递员介绍,这批无人快



正在为“双11”奔忙的无人快递车。受访者供图

递车是前段时间刚刚上路试运行,属于成都市内第一批正式上路的无人快递车。

从外观看,车身不大,侧门打开,内部空间大约有5立方米。“跟封闭式园区里给用户们送件不一样,这批无人车主要负责网点至收派区域的运输任务,解

决一部分小哥区域距离网点比较远,往返多次派件的时效问题。”中通物流相关负责人介绍。

无人快递车怎么跟快递员之间衔接配合?无人车到小区门口之后,小哥的手持终端系统会收到实时提示,无人车不进

小区,小哥们直接拉着小推车过来卸货即可。同时,小区里的收件也能让无人车及时带回来,更好地提高快件时效。

无人快递车如何实现安全驾驶?记者看到,全车有11个摄像头,3个激光雷达。据了解,无人快递车的摄像头360度无死角,能清晰识别红绿灯车道线以及障碍物,摄像头的数据将实时传输到后台,车在运行过程中后台都能够实时地监测到整个道路的情况和车辆的行驶安全。

据了解,自10月起运行至今,无人快递车从未发生过交通事故,安全性拉满。

无人快递车相关负责人表示,无人快递车的投入使用,让快递公司能够在有限的时间内,更加及时、准确地将快递配送到消费者手中。“我们这个集散地是西南最大的中通网点,今年‘双11’峰值的出件量在60万件左右,进港派件量在17万件左右,同比增长大概20%。配合我们的无人快递车,基本能够实现当天到达当天派送。”

华西都市报·封面新闻记者 柴枫桔