

“双11”临近,属于电商和快递的热度正在升温 今年“双11” 你希望“宝贝”好久到家?

■实习生唐雪沁

天府早报记者 冷宏伟

进入10月,虽已是秋意渐浓,但是“双11”的临近却开始点燃属于电商与快递的热度。日前,国内多家主流快递公司与天猫、菜鸟联合宣布正式启动“双11”物流备战,将运用数智化技术提升配送速度,加大快递绿色化,在第11个“双11”创造新的世界物流纪录。11日,天猫超市发布消息称,将为履约中心5公里范围内的消费者提供1小时到家服务;14日,为备战“双11”,京东物流升级启用两大百万级智能分拣中心……今年“双11”或将以分钟、小时来计算,一场围绕配送领域的新竞争正悄然打响。



打通行业上下游 物流备战启动

9月27日,11家主流快递公司与天猫、菜鸟联合宣布,正式启动“2019天猫双11全球狂欢节”的物流备战,将运用数智化技术提升配送速度,加大快递绿色化,在第11个天猫“双11”创造新的世界物流纪录。当天,来自中国邮政、中通、韵达、申通、圆通、百世、顺丰、苏宁天天、宅急送、优速、德邦等11家中国主流快递公司的代表悉数到场,集体表达奋战天猫“双11”的决心。

今年已是天猫“双11”的第11个年头。据天猫市场部总监陈炳潮介绍,今年天猫“双11”将会是参与人数最多的,特别是在低线城市,淘宝、天猫的用户和订单增长迅猛,“电商平台需要与物流行业打通上下游,才能共赢‘双11’。”

菜鸟“双11”物流副总指挥李江华表示,经过10年的磨炼,中国快递业已经脱胎换骨,换上了数智技术的新引擎,能够高效应对包裹洪峰。

“数智化开启了‘双11’物流的新篇章。”李江华说,今年天猫“双11”,大家会在物流全流程中看到新技术的运用。在商家供应链、仓库发货、枢纽中转、最后一公里派送、首公里寄件等方面,都有数智技术为消费者提供更好的物流体验,为商家进一步降本增效。

据了解,除了中国的快递网络,菜鸟的全球包裹网络也基本成型,海陆空铁将在今年“双11”联合作战。菜鸟预计,进口包裹时效会比去年同期再提速一天。

搭建近端履约中心 挑战小时级配送

配送时效的“军备赛”同样在“双11”前夕上演。10月11日,阿里巴巴旗下天猫超市宣布战略升级。阿里巴巴副总裁、天猫超市总裁李永和表示,将与品牌商合作建立近端履约中心,构建20公里立体生活圈。

据了解,天猫超市的20公里立体生活圈主要依托“次日达”、“半日达”和“1小时达”服务来实现,“1小时达”的类别以生鲜为主。具体来讲,近端履约中心5公里范围内的消费者可以享受以生鲜为主的日用品1小时到家;猫超承诺为距离履约中心稍远的消费者提供“半日达”、“次日达”服务。

天猫超市并非首次强调“1小时达”上线。早在2017年12月,天猫超市就曾宣布1小时达服务已开进北京、上海、成都、武汉、杭州5个城市。2017年7月,“1小时达”首站是北京。彼时,天猫超市“1小时达”服务是天猫与易果、安鲜达共同打造的新零售“试验田”。不过,在2年多的时间里,“1小时达”服务很少被天猫超市公开提及。

在业内人士看来,这是“双11”前夕的一次“宣战”。在“双11”当天,京东商城、苏宁易购会发布首单即时配送的消息,相比之下,阿里“双11”更为聚焦在不断增长的交易额上。当前,消费者对时效的要求越发苛刻,甚至会凭借配送速度决定在哪家电商平台下单,这种消费习惯正逼迫电商平台改良。

渠道下沉 极致服务全国普惠

此外,随着下沉市场消费升级加速,各物流企业不断将自身的物流服务能力覆盖范围扩大。京东物流在今年8月针对低线城市城区、县城以及周边乡镇,发起“千县万镇24小时达”时效提速计划,并计划在2020年全面实现。作为目前一、二线城市的“专属特权”,“24小时达”逐渐向乡村的扩展,体现了京东物流对下沉市场的重视。

10月14日,全面备战“双11”的京东物流亚洲一号智能仓群迎来新升级,位于成都和武汉的两个超大型分拣中心正式投用,两大智能分拣中心日订单处理能力均达到100万以上,这意味着京东物流对华中西南区域消费者的服务能力迈上了一个新台阶。

而同为电商的苏宁则通过苏宁物流在县级市场,以帮客县镇服务中心攻城略地,目的是使县镇用户逐渐习惯基于终端物流搭建起来的送装一体、半日装、快修等核心服务。目前,苏宁帮客县镇服务中心实行“一县一店”,全国已经建成1000家,预计2019年底将实现全国95%县镇的覆盖。

京东和苏宁通过自建物流搭建攻克下沉市场,而阿里的方式相对更为简单粗暴,借用投资并购方式直接进入。业内人士表示,目前国内电商行业所具有的共同点都是通过已搭建好的基础设施作为“动脉”,逐步打通下沉市场的各个“毛细血管”,实现对于下沉市场的全覆盖。

链接

京东启动“双11” 预售18日开启

10月15日,在“2019京东双11”启动会上,京东提出今年“双11”全局目标:将卖出12亿件低价好物及2亿件C2M产品,全面触达超5亿下沉新兴市场用户,创建2000+个超亿元品牌最大增量场,给20多万商家到来巨大增量。

同时,京东宣布,今年“双11”的预售期将从往年的11月1日提前到10月18日开

始,早了足足14天,并且会一直持续到10月31日,将分为14个场景主题日,每天不重样。其他日程也顺应调整:11月1日—8日为专场期,11月9日—11日为高潮期,11月12日—15日为返场期,前后延续将近一个月。

此外,京东还强调,这次活动将是京东史上最大优惠力度,包括百亿补贴、千亿优惠。

播报

“双11”快递费又要涨? 商家:物流成本不转嫁

在“双11”到来之前宣布涨价似乎已成快递行业的惯例,近日,中通快递发布“关于旺季高峰应对预案的告客户书”称,将从11月11日起调整快递费用。不过,记者近日从福州快递行业获悉,上调快递费用并非行业共识。

10月11日,中通快递发布“关于旺季高峰应对预案的告客户书”称,为确保旺季快递服务安全、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11月11日起调整快递费用。

这并非中通快递首次在“双11”来临前宣布调整快递价格,2017年10月和2018年9月,中通快递都曾对外发布告客户书调整快递费用。

不过,记者采访获悉,对“双11”期间快递费用是否涨价,其他快递企业还没有达成一致意见。福州顺丰快递、申通快递的工作人员表示,暂时还没有接到涨价的通知,从目

前的情况看,今年散户和大单量客户的费用预计不会上涨。京东物流的工作人员也表示,“双11”期间快递费用应该不会上涨。圆通、韵达方面则表示,快递费可能会有调整,但目前还没有接到通知。

如果快递费用上涨,电商平台的商家是否会将成本转嫁到消费者身上呢?

记者昨日采访了福州部分淘宝卖家及京东、天猫平台上的卖家,他们普遍表示,消费者对此不必担心,“双11”当天参与促销活动的商品都会包邮。

商家表示,“双11”是一个大商机,在做促销的时候,商家肯定不会提高快递费标准。

虽然总部发出了调整快递费用的通知,但福州部分中通快递网点的负责人表示,“双11”期间快递并不会涨价,目前官网价格就是多少,在他们看来,留住客户比多赚点钱更重要。

(据福州晚报)