

“6·18”大促将至，快递企业纷纷以低价吸引电商——

# 快递行业竞争加码

本报记者 汪文正

同城和异地快递均价“倒挂”、头部企业财务状况承压、基层快递网点经营举步维艰、快递员派费收入不断压缩……近几年格局相对稳定的快递行业又掀起新一轮价格战。随着“6·18”大促将至，快递企业纷纷以低价吸引电商。

这将对快递行业及从业者造成哪些影响？快递员、网点加盟商、消费者对此有何看法？

## 竞争激烈，同城与异地均价“倒挂”

“快递费用是电商成本里很大的一块，谁的快递费更便宜、包邮条件更低，就更能得到客户青睐。”网店店主张晓介绍，去年以来的行业价格战压低了快递费，不少像他这样的电商尝到了甜头。

张晓在某大型电商平台经营一家网店近3年，其线下发货地位于浙江。“如果网店规模不大，自建仓储不划算，电商就会选择和本地仓储企业合作，由其代为提供仓储、打包、分拣、发货等服务。”张晓介绍，当地有不少为电商提供仓储、配送一体化服务的“云仓储”机构，这些机构长期和快递公司合作，议价权较强，其揽货价也随着这一轮快递价格战而不断走低。

据介绍，快递行业经过前几年的竞争，已基本形成顺丰、京东以及“三通一达”（圆通、中通、申通、韵达）为主体的格局，价格也相对稳定。但去年下半年以来，极兔速递等新企业入场，为抢占市场份额，快递企业争相压价，引发了激烈竞争。4月9日，在快递价格战不断升级的浙江义乌，当地邮政管理局以“低价倾销”原因要求百世快递、极兔速递整改，并停运部分分拨中心。

国家邮政局日前发布的通告显示，2021年一季度，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为80.5，较上年同期下降5.4，较2019年同期下降1.2；头部企业间分化严重，二三线企业逐步出清；受市场竞争激烈因素影响，主要企业业绩承压，企业融资力度加大。

与其他国家相比，中国快递行业平均单价水平原本就较低，价格战之下，行情愈发承压。数据显示，一季度快递市场业务量和业务收入增速之差高达29.1个百分点，快递平均单价仅为10.2元，低于上年同期均价。与此同时，同城和异地均价分别为6.4元和6.1元，同比分别下降9.2%和22.9%。国家邮政局通报指出，这是同城快递均价首次超过异地快递。

同城和异地均价出现“倒挂”，价格战激烈程度可见一斑。中国物流学会特约研究员杨达卿在接受本报记者采访时指出，部分快递企业一方面以低价争夺客户，另一方面以补贴争夺加盟商资源，使价格战成为一种常态化竞争工具。

## 对基层网点有什么影响？

价格战对企业、消费者和从业人员有何影响？

电商、仓储企业是各大快递企业在价格战中重点争夺的对象。“云仓都是走量的，周转快、发货规模大，他们和快递公司对接的时候就把成本摊平了，所以给电商的价格比较低。我发的件均重较低，去年‘双11’前后价格比较低的时候有1元4角、1元2角的价格，甚至还有低到1元钱一件的。今年‘6·18’估计也差不多。”张晓说。

普通消费者对价格战感受并不明显。“最近网购时，商家包邮越来越多了。买个便宜的小商品也有包邮，这在以前是很少见的。”北京市民王曦说，“不过，我自己发快递费用并没有降低，而且快递时效性有所降低，如网点派送慢、一些快递员未经客户同意就把快件放到楼下、寄存柜甚至小区门口等。我对快递业价格战有所耳闻。在某些方



▲5月4日，在位于广州市黄埔区的顺丰分拨中心，工作人员正有序分拣快递包裹。

魏劲松摄（人民视觉）

面，消费者确实受益了，比如一些走高端路线的快递公司放下了身段，最近也推出了经济型业务。但估计价格战里得实惠的主要是电商，作为收货方的消费者，服务体验甚至有所下降。”

杨达卿解释，之所以普通消费者对价格战感受不明显，是由于价格战更多发生于对大商家、大客户的低价争夺过程，而非普通消费者。

“行业竞争激烈，各个公司要降价，网点只好降成本、压低派费，最后影响到快递员的积极性。网点招不来人，也留不住人，要保证快递员工资，网点压力也很大。”某快递加盟网点的负责人赵伟说。

杨达卿指出，价格战对脆弱的一线加盟商造成了直接伤害。“基层网点‘饥一顿饱一顿’，市场很容易失序，加盟商经营不稳必然导致网点员工的高流失率，进而影响末端服务的持续优化提升。”

从事快递员工作近3年的林峰介绍，由于行业价格战越打越激烈，每单派费一降再降，每天派件量也不断上浮。“我们网点派费原先是1.2元，现在降到1元，听说有的网点送一单才0.8元。有些原先一起做的同事转行去送外卖了。”

价格战容易造成恶性循环。为了保证完成派单，快递员往往牺牲服务质量。不少一线快递员反映，常有客户抱怨快递员服务质量下降。“压力这么大，能完成每天的工作量就不错了，很难再去保证服务质量。”林峰说。

专家指出，价格战的影响和利弊需要具体分析。杨达卿表示，如果价格战建立在通过精细化管理、科技创新实现成本降低的基础上，表现为以低价获得规模优势、向客户让利，那么这种低价竞争策略应该被允许。但如果企业不是建立在上述基础上，而是纯粹以低价扼杀竞争对手、扰乱市场秩序以追求短期利益，就成为市场秩序的破坏者和快递服务升级的阻力，对这种价格战应依规监管。

杨达卿说：“如果部分企业凭借融资发动攻击性价格战，就会迫使不愿打价格战的企业不得不打防御性价格战，使得整个行业陷入市场失序、价格混乱。”

## 促进快递业健康有序发展

中国是快递大国，快递业务量多年保持世界第一，今年一季度，全国快递服务业务总量累计完成219.3亿

件，同比增长75.0%。

不过，快递大国不等于快递强国。多位业内专家指出，中国快递市场仍是激烈竞争的“红海”，低端价格战大行其道。行业的持续健康有序发展亟需转向高水平竞争的赛道。

“国际领先的快递企业正在通过大量投入购置货运飞机等装备，进行数字化、智能化升级。中国快递企业坐拥巨大的市场，不应把成百亿资金花在拼价格、揽客户上，这种获客模式往往是低效的、短期的。特别是行业的头部企业，应着眼于促进行业健康有序和高质量发展，而不是一味拼价格甚至压低基层网点以及快递员单价，靠价格战绞杀对手。”杨达卿说。

面对愈演愈烈的价格战，快递行业一线劳动者呼唤更多保障。

向消费者让利也应基于行业健康有序发展的前提。“消费者当然偏好更优质的服务和更实惠的价格，但这不应建立在损害劳动者利益的基础上。”王曦说。

在王曦看来，部分企业将劳资矛盾、消费者和企业的矛盾转化为劳动者之间的矛盾，这无益于问题的解决。“消费者能做的，就是对快递小哥这个群体多一些理解和关怀。政府应该充分发挥监管作用，规范市场运行，保障劳动者和消费者的权益。”

值得注意的是，相关地方及部门已开始着手整顿。

4月22日，浙江省通过《浙江省快递业促进条例（草案）》，规定快递经营者不得以低于成本的价格提供快递服务；电子商务平台经营者不得利用技术手段阻碍快递经营者正常服务；平台型快递经营者不得禁止或者附加不合理条件限制其他快递经营者进入。

5月24日至25日，浙江省邮政管理局先后召开全省邮政快递市场秩序专项整治义乌现场会和各快递品牌省级总部负责人专题座谈会，强调要坚决维护市场秩序，坚决维护好快递从业人员合法权益。“最近有关部门出手整顿快递市场，浙江这边快递价格正在整体回升。”张晓说。

杨达卿认为，违背竞争原则、纯粹为价格战而发动价格战的行为应该得到监管，以此推进企业将资金投入服务升级、智能化改造的“刀刃”上。“一方面，要逐步提高企业准入门槛，避免企业采取机会主义竞争策略，借助烧钱模式扰乱有序市场。另一方面，要加大监管力度，让企业回归价值竞争赛道。”

中白工业园什么样？埃及新首都CBD项目进展如何？雅万高铁如何跑起来？海外水电站怎么建？

随着海外业务快速发展，中国中央企业的机构和项目已落地全球180多个国家和地区，一批“明星”项目也为国内外所熟知。而今，随着央企“云开放日”活动不断上新，一座座港口、水电站和一条铁路、管道全方位呈现在眼前，国内外观众都有机会“云游”四方，体验异国风情，感受开放合作的魅力。

山川、湖泊、城市、街道、人群……随着一幕幕南美风光的变化，秘鲁圣加旺水电站徐徐展现，观众们也将由此开启一段水电站的“探秘”之旅。这是在近日中国三峡集团举办的秘鲁圣加旺水电站三期“云开放日”活动上，一段视频开启的线上“云游”。在各家央企“云开放日”活动中，视频、直播、连线、多平台、多语种发布，让各路观众可以最大程度“身临其境”。

“云开放日”活动都展示啥？认识工程项目、感受社区发展必不可少。

上工地看项目，“秀”出工程“独家秘籍”。开启“云开放”，项目通常都不一般。圣加旺水电站三期就被秘鲁政府列为关乎国家利益的重点项目，正式投产后将为秘鲁南部地区约3.5万户家庭提供清洁能源，相当于每年减少33.8万吨温室气体排放。“云开放”活动中介绍了中秘双方互相取对方丰富的工作经验，创造性地采用新技术，不仅缩短工期、提高了效率，还有利于环境保护。开始施工之前，水电站对空气、水、噪音以及动植物进行监测，记录存档了334种动物和105种植物资料，对当地动植物和生态环境的保护落到实处。

在尼日利亚拉伊铁路项目上，透过屏幕，数十名当地员工身着橙色工作服，一边紧张地进行钢筋绑扎，一边有节奏地敲击说唱，热火朝天的工作气氛扑面而来；在柬埔寨桑河二级水电站项目上，水电站的发电原理、水库防洪抗旱、调节水资源等方面的功能一一呈现；在中白工业园的直播连线中，园区里正在进行无人车的道路测试，高端制造和科技研发的场景尽在眼前……难怪网友打趣这是“360度的环球之旅”。

工程效应好不好，社区感受最真切。“我们餐厅负责100多人的餐食，其中早餐、午餐和晚餐各100份；在这里工作可以补贴我的家用，而且为孩子挣出了学费。”在圣加旺三期水电站餐厅工作的一位负责人说。住宿、交通、餐厅、车辆租赁和重型设备租赁……项目建设催生了众多配套服务需求，也直接促进当地社区居民的就业和收入增长。

“德阿风电项目建设运营期间，为我们创造了就业机会，在帮助中小企业发展方面发挥了重要作用。”在国家能源集团龙源南非公司“云开放日”活动中，当地人同样展示了项目带来的变化。致力于当地社区发展，成为不少央企在海外共同的努力方向。

一次次开放互动，引得中外网友纷纷点赞。

中国铁建中国土木尼日利亚拉伊铁路“云开放日”活动当天，尼日利亚总统数字新媒体特别助理在社交平台上与大家互动：“今天尼日利亚拉伊铁路跟大家‘云开放’，希望更多的人来参与。我曾经坐过三次中土线路上的火车，体验真是太棒了。”

“开放日非常具有启发意义。”“让我们老百姓能随时跟进项目进度，这种活动请经常举办。”许多网友写下了类似的留言。

近年来，中央企业大力推进国际化经营，同时不断加强与当地社区的沟通交流，赢得相互信任和尊重。“中央企业‘云开放日’活动，也是企业以诚意开放姿态追求互利共赢目标的一个尝试。”一位央企负责人表示。

# 央企“云开放日”活动上新啦！

本报记者 李婕

中央企业机构和项目已落地全球一百八十多个国家和地区

## “地质云3.0”正式上线服务

本报北京电（记者常钦）近日，“地质云3.0”在自然资源部中国地质调查局正式宣布上线服务，平台上线将为国家重大战略实施和全社会提供权威科学的地球科学数据信息服务。3.0版本已实现注册用户数达7万人，数据产品浏览446万次，下载264万次，访问量达到1500万次，年均访问量约500万次。

“地质云3.0”是由中国地质调查局研发的国家地球科学大数据共享服务平台。新版本包含了基础地质、能源矿产、水资源、土地资源、森林资源、草地资源、湿地资源、海洋地质、地下空间等11大类、近百个核心数据库，数据范围涉及地上与地下、

陆地与海洋，精度从1:1200万到1:1万，同时实现了大量重要原始数据的上云共享及重要动态监测数据的实时上云服务，将为社会提供权威科学的地球科学数据信息服务。

据介绍，新版面向长江经济带高质量发展、黄河流域生态保护和高质量发展等区域重大战略及国家重大工程建设等，构建了8大系列权威地质信息产品，累计发布580万件地质资料、3万件地质图件、22.8万个矿产地、2.5万件资源环境信息产品、50万米实物岩心图像、11万册地图学产品。



## 智能机械助插秧

5月30日，在江苏省宿迁市泗洪县石集乡慧心雨桐家庭农场3000亩有机水稻种植基地，采用北斗定位技术的智能插秧机正在有条不紊地工作着。该农场今年插秧全部实现现代化模式，大大提高了工作效率。

张连华摄（人民视觉）