



為迎戰「雙11」，天貓、京東和拼多多等電商近月已推大量優惠促銷，冀捉緊每年一度購物狂潮。近期內地疫情反覆，部分地方實施靜默管理，為保證商戶發貨及物流暢順，順豐、京東和中通等快遞巨頭今年紛紛增聘人手和增添智能設備等。京東深圳地區一物流投遞人員張先生表示，京東在深圳已按一比一方式臨時增加人手約數百人，以迎接快遞高峰的到來，順豐上線智慧安檢系統助力快遞寄送，並通過數百條高鐵和大量貨機快速運送電商產品。

◆圖/文：香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

◆天貓、京東等電商推大量「雙11」優惠促銷。
天貓及京東官微圖片



「雙11」購物狂潮至 物流企嚴陣以待

快遞巨頭 大招人手 添智能設備

疫情反覆下面對電商旺季「雙11」帶來巨量的快遞，順豐控股表示，在寄遞安全方面，順豐的智慧安檢系統已全面上線，通過AI智能判圖技術對傳統的安檢機進行升級改造，實現更大規模、更快速的X光圖分析能力，通過實時監控與溯源，保障貨物的安全性，包括檢測危險物品和疫情病毒等。順豐還儲備高鐵使用運力超過500條，結合超70架自有全貨機，協助電商平台提升物流中轉的速度和收派件的時效性。

順豐大拓運力 70架自有全貨機

順豐又指出，今年，順豐大力拓展彈性資源，加強與順豐同城公司的合作融通，將原本的同城快遞訂單升級為即時配送，直取直送。與此同時，順豐充分結合不同電商平台的促銷規則、促銷規模、參與客戶等各個因素，對資源進行合理分配，以確保每個區域和網點的業務都能有序開展。

對於「雙11」對行業影響，順豐稱，如今，「雙11」已儼然成為內地最大的購物狂歡節。從天貓、抖音等大平台，到得物、唯品會等專業平台、垂直電商都會在此其間借勢發力。而品牌商通過加入平台、建立微商、自建品牌商城等多種方式參加社會化消費和節慶促銷。而公司目前已經服務包括拼多多、唯品會、抖音、淘寶天貓等在內的超30家的電商平台，公司將繼續依託穩定的網絡底盤、優秀的散收能力，憑借獨立第三方服務角色的定位，支持消費者「買買買」之後的全程服務

京東深圳高薪聘快遞助手

在京東龍崗布吉一業務網點從事快遞業務多年的張先生告訴記者，深圳地區京東約有數百位正式快遞員，為了滿足「雙11」期間購物高峰到來，京東深圳地區臨時聘請數百人，即原來一個快遞員配備一名助手，共同加快處理快遞的投遞。因為是臨時工，其費用要高於正式員工，投遞每單高出數成，因為他們是臨時工沒有給他們購買社保，因此他對此也比較理解。

記者在深圳布吉德興花園菜鳥驛站看到，大量的快遞包裹塞滿了商舖，許多顧客前來領取快遞，有的一人同時拿四五個快遞包裹；有的因快件太多自己憑取件碼卻也找不到自己的快件，只得求助驛站工作人員幫忙查找。該驛站負責人劉先生表示，目前，儘管「雙11」還沒有到來，但提前預售和銷售早已開始，因此自己最近特別忙，近30平米的店舖已塞得滿滿當當，一天他要處理1,000個快件，是平時的三倍，自己與太太一起忙得暈頭轉向。本來準備請人幫忙處理，但是去年聘請的人手生疏，容易出錯，因此今年他們不打算請人，自己多辛苦一點處理快遞。他說，現在空間確實不夠，如果一天再多500個快遞，他也是沒有辦法處理的。

快遞員一日送貨千件

中通深圳布吉一快遞員李先生告訴記者，他現在業務忙得沒有一絲空閒時間，甚至吃飯時間都沒有，一天自己要送1,000個快件，是平時的三四倍，包括菜鳥驛站、顧客和商店等。此外，記者還了解到，申通、圓通等快遞公司同樣紛紛加派臨時人手，以迎接「雙11」期間帶來的物流高峰。



◆快遞巨頭紛紛加派臨時人手，以迎接「雙11」帶來的物流高峰。



▲中通布吉一快遞員李先生稱，一天要處理上千個快件，工作十分忙碌。



▲順豐全國有逾70架自有全貨機投入「雙11」快遞處理。

競爭白熱化 菜鳥也推送貨上門



◆菜鳥推「送貨上門」服務。圖為布吉一菜鳥貨倉。

許多物流和倉儲企業為更好地服務客戶「雙11」購物潮，紛紛推出上門送貨服務，除了京東、順豐外，菜鳥也積極推出「送貨上門」，這在以往是十分少見的。

記者了解菜鳥「送貨上門」主要包括三種方式，直營配送上門，將天貓超市和天貓國際訂單，由菜鳥直送客戶；菜鳥驛站預約送貨上門，目前有七成菜鳥驛站都能實現；「淘寶專送」則是按需預約送貨上門。

由於「送貨上門」令物流企業人力成本提升和影響派送效率等諸多因素，快遞通常將貨物放在菜鳥驛站，令「送貨上門」成為了許多消費者投訴的重點。快遞公司圓通近期也上線了新功能「直通總部」，為客戶解決問題增設了一個「綠色通道」。其針對高價物品催件、急件加急、理賠爭議等四類商家常見的「緊急」類型問題，圓通的商家客戶可以通過「客戶管家」直接聯繫圓通總部的直營客服處理疑難快件問題，由專人對接、解決、反饋，實行閉環管理。

專家：業界拚服務 客戶受惠

對於「雙11」促銷和購物大潮，全國眾多快遞企業紛紛出台最新服務政策，深圳一物流專家黃先生認為，近二十來，快遞物流行業迎來了物流旺季，有的業務瞬間增長好多倍，快遞企業只得大量增聘臨時人員和設備，應用新的智能技術，令業務服務進入高潮，同行競爭也更加激烈。不過，目前深圳並未出現價格戰，更多的是提升服務質量，以打通快遞服務的「最後一公里」，這成為眾多快遞取悅客戶獲得信任的機遇。

拚服務 順豐靠科技擴優勢

順豐控股媒體部有關負責人表示，今年「雙11」期間，順豐依託自身強大的科技能力，在末端用戶體驗、貨物寄遞安全、配送運輸服務等方面共同發力，讓用戶體驗到更便捷、更專業、更有溫度寄遞服務。

面對新一年的「雙11」，順豐會繼續發揮科技優勢，通過大數據智能算法，實時動態預測，全程可視化管控，打造數智化履約服務，保障每一票快件的時效履約送達和每一位客戶的高品質服務體驗。

微簽助單據無紙化

在末端服務方面，順豐科技的微簽（微SIGN）產品對傳統紙質回單業務全面升級，成為內地首家將電子合同技術應用於物流交付履約環節的企業，不僅實現了原紙質單據的全流程電子化簽署流轉，還可確保已簽署的電子回單具有強法律效力。當前，電子回單已經成為順豐提供給客戶的一項標準增值服務，微簽產品的落地也是順豐踐行數智化、低碳化道路的縮影。

AI大數據普及 快遞不再變「慢遞」

11月2日，家住深圳龍崗布吉的李先生就已經接到了順豐快遞員張先生的電話，詢問快遞能否送到菜鳥驛站，李先生理解快遞員此時十分忙碌，他答應了，下午便下樓去驛站取貨，是朋友給其寄的禮品，感覺效率挺高的，儘管是「雙11」期間，他當天就收到禮品。

借助科技實現動態調度

隨著人工智能、大數據、5G、雲計算、無人技術和自動化分揀設備等科技和設備的應用，許多快遞公司處理貨物的效率大幅提升。與此同時，一些快遞企業深入挖掘物流前端數據，通過增強物流體系在銷售預測、前置分倉、倉儲管理、路由規劃、動態調度等，大幅提高快遞的處理能力

與運行效率，增強了物品分撥、倉儲中心資源儲備和動態資源調整應對能力，實現包裹派送的不斷提速。

盧先生告訴記者，他近日給妻子在京東購買的藥酒，京東物流處理十分快速，約兩三天便收到從安徽寄來的貨，快遞員將其送到菜鳥驛站，他妻子便自行去提取，時間約三五分鐘，不過，此時正值「雙11」高峰，前來取快遞的人十分多，她排隊取貨，等了約五分鐘，工作人員要頻繁應對多個顧客同時取多件快遞，而平常她去時就可以直接取貨，時間不到一分鐘。

順豐控股有關負責人表示，今年順豐先後為近百個品牌提供了升級「極效前置」服務。累計前置超過1.2億商品，先後提供了過萬個前置倉配一

體資源，時效履約覆蓋334個城市。為商家降本增效，為消費者提供極致的購物體驗，實現品牌、消費者、物流企業三者共贏。

同城平均1小時送達

「雙11」期間，順豐同城有關負責人告訴記者，將助力各電商合作夥伴打破快遞物流時效限制，帶來「同城平均1小時送達」的高效服務。如在「小米商城App」、「小米Lite小程序」等小米自有新零售生態下，為消費者打造一站式即購即達體驗。通過直播電商綜合物流解決方案，助力抖音、快手等平台商家根據同城、跨城不同物流場景及訂單量大小，自動匹配急送或快遞發單。



◆今年「雙11」快遞不再變「慢遞」。