

EMS“触网”试水众包配送 快递外卖“混战”同城配送市场

■ 刘浏

“触网”试水众包配送

上海邮政 EMS 最新发布的“快递 e 哥”即时递寄平台，对用户来说是一个完全线上的平台，通过在微信平台下单，从取件到送达，全程由专员完成配送，大部分送达时间可控制在 60 分钟左右完成。

在此之前，要达到这样的时效不容易，因为传统国内快递公司的同城快递递送是采取在总仓中转然后分拣配送的模式，即使是传统同城快递公司，通常时效标准都无法保障，或只能做到上午收下午到。

中国邮政速递物流股份有限公司上海市分公司总经理王爱平告诉记者，新推出的同城即时达业务的时限标准是要求 30 分钟内完成取件，10 公里内 150 分钟完成妥投，每增加 5 公里加 30 分钟投递时间，这背后需要对传统的运营流程进行改变。

为此，上海邮政 EMS 与爱客及旗下的快递公司合作，针对性开发了一套 E 速达系统，系统接收到订单信息后，判断派送方式是直送还是中转后，再由快递员或平台合作伙伴接收订单信息，大量快递是绕过之前通常会使用的快递总仓，直接从客户这里收取后通过中转站做短驳分拣或者是直接送到用户手上。

王爱平对记者透露，这里所说的快递员，也不只是邮政的员工，还包括在平台上注册的社会人员，目前平台上注册的快递员已超过 2000 人，他们都会经过 EMS 的严格审核和培训，根据实际递送的完成情况按照一定比例与平台进行收入分成。

事实上在此之前，包括人人快递、达达、



随着电商甚至无人店市场的逐渐火爆，为之配套的快递需求也在发生着改变，对时效需求的越来越迫切，令此前占比不大但利润空间不小的同城配送业务越来越成为各家快递公司混战的蓝海，甚至外卖企业也垂涎不已参与分羹。



闪送在内的一些企业，已经做涉足众包配送的同城配送模式，比如人人快递就是聚合精品购、代购和生活类产品（鲜花、蛋糕、咖啡、美食等）帮送等服务信息，依靠上百万的自由快递员，经实名认证、绑定银行卡、拍照存档等操作后进行同城 60 分钟送达的递送。

王爱平对记者指出，上海邮政 EMS 切入这一市场，主要依托 EMS 的资源背景，在同类同城专人直送产品上，初期价格会略低于竞争对手，之后还会不断推出各类针对电商用户需求的更多差异化、高效灵活的新型配送服务产品。

混战同城配蓝海

目前在中国市场，快递服务主要有三种模式：同城快递、国内异地快递和国际快递。同城快递是快递企业为处在同一城市不同辖区的发件人和收件人所进行的快件收发活动，此前占比不大，但能够为国际快递和国内

异地快递进行终端配送。

不过随着电商交易、无人便利店的兴起以及人们对物流时效性的提升，同城配送模式，比如人人快递就是聚合精品购、代购和生活类产品（鲜花、蛋糕、咖啡、美食等）帮送等服务信息，依靠上百万的自由快

递员，经实名认证、绑定银行卡、拍照存档等操作后进行同城 60 分钟送达的递送。

顺丰控股董秘甘玲就告诉记者，今年以来顺丰开始发力同城递送业务，三季报显示同城配业务同比增长 180 倍，除了与此前的基数低有关系，也与同城递送市场的需求不断壮大有关。目前，顺丰主要与肯德基、华润万家、家乐福等合作同城配业务。

统计数据也显示，2014 年中国的同城供应链配送市场有 8000 亿的市场潜力，这个数字在按照每年 15% 的增长速度逐年递增，2015 年中国的同城供应链配送已达约 1 万亿的规模。2015 年，同城业务量占快递整体业务量 26%，同城业务收入占快递整体业务收入 14%。

加盟制为主的“三通一达”也开始布局同城当日达业务，建设基于同城业务的直营网络，包括城市内的中转中心，直营收派网点等。比如圆通速递就在传统的中转模式 B 网