

文章编号: 1007-5399(2020)06-0001-03

新冠肺炎疫情对邮政行业的影响与对策分析

闫阁

(中国邮政集团有限公司寄递事业部, 北京 100051)

摘要: 阐述了新冠肺炎疫情对邮政行业以及中国邮政生产运营造成的影响, 分析了新冠肺炎疫情引发的邮政行业思考, 并从加强基础设施建设、推广自营模式、共享寄递平台、实施仓配一体化方面探讨了邮政行业及中国邮政的应对策略。

关键词: 新冠肺炎疫情; 末端投递; 基础设施; 仓配一体化

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

突然爆发的新冠肺炎疫情, 对全国人民的生产生活产生了巨大影响, 给各行各业、各个企业都带来了猛烈的冲击。在新冠肺炎疫情期间, 邮政行业克服困难, 逆流而上, 坚守岗位, 展现出了支撑经济发展的重要性、公共服务的基础性和服务民生的社会性, 得到了政府和社会各界的广泛认可。但邮政行业也同样受到了新冠肺炎疫情的严重影响。

1 新冠肺炎疫情对邮政行业的影响

1.1 疫情造成邮政业务发展的起伏

受新冠肺炎疫情及疫情管控的影响, 2020年1~5月邮政行业同比增速下降: 全国快递服务企业业务量累计完成264.1亿件, 同比增长18.4%, 增速下降6.5个百分点; 业务收入累计完成3 026.8亿元, 同比增长9.9%, 增速下降13.2个百分点。其中, 1~2月同比负增长: 全国快递服务企业业务量累计完成65.5亿件, 同比下降10.1%, 增速下降32个百分点; 业务收入累计完成864.9亿元, 同比下降8.7%, 增速下降29个百分点。

1.2 疫情影响邮政行业寄递服务效率和质量

一是疫情造成邮政行业开工不足。各地对外来人员一律采取隔离措施, 造成一线生产人员短缺。由于邮政行业属于劳动密集型行业, 邮件处理中心、城市投递网点人员较多, 一定程度上有聚集风险, 受到疫情管控部门的重点关注。疫情期间恰逢春节假期, 各地邮政行业中约有50%的生产人员返乡过节, 受疫情影响, 通行受阻, 截至2月16日, 全国邮政业主要企业人员复工比例达69.2%, 对疫情防控和社会运行提供了有力支撑。2月17日, 全国快件揽收量1.2亿件, 达到正常业务量的6成, 投递量超过8 000万件, 超过正常业务量的4成。快递复工到岗人员超过200万人。随着复工人数不断增加, 生产活动逐步恢复, 企业复工后发生聚集性感染的风险相应上升。

二是疫情影响寄递生产效率。新冠肺炎疫情发生后, 全国各地城市、农村纷纷加强疫情防控措施, 采取了交通管

制, 造成部分道路受阻, 同时还要对邮件快件和车辆进行“二次”消毒, 邮件快递运输受到限制。由于疫情防控需要, 大部分城市居民区、村庄实行了人员限流、封闭管理等措施, 快递人员无法进入。同时, 部分收件人因疫情原因无法及时返回收件地址, 造成邮件快递的长时间暂存或退回, 导致无效寄递服务, 严重影响了寄递运输和投递作业效率。

1.3 城市农村的寄递供给不均衡

新冠肺炎疫情爆发后, 各级政府和各地群众防范意识普遍提升, 对于疫情防控起到了积极作用。但电商快递、消费物流向来是城镇居民生活高频刚需, 面对此次疫情, 城镇居民的电商消费普遍以防护用品及药品为主, 一方面电商平台相关医疗资源严重紧缺, 另一方面物流一线员工人手告急, 城镇居民应急物流需求难以得到保障, 居民其他电商消费也普遍出现发货难、收货难的现象。封闭管理下的乡村, 没有物流仓储能力和快递柜设备, 本就不发达的物流运输更是雪上加霜, 乡村居民的网购产品, 除中国邮政外其他快递基本无法通达, 村民不得不自行前往实体店购买医疗防护用品, 至于其他电商的购物需求则根本无法得到满足。乡村程人员流动性甚至大过城镇, 给疫情防控增加了难度。

1.4 直营模式寄递企业的管控优势明显

在春节叠加疫情的形势下, 中国邮政、顺丰速递、京东物流凭借所有权和经营权集中统一、统一管理、统一核算以及标准化经营管理的直营模式, 在春节期间保障了人力资源、车辆运行和生产作业的正常运营, 为防控物资运输、消费者生活必需品配送提供了稳定的物流服务, 成为国家邮政局推荐使用的快递品牌。据国家邮政局统计, 截至3月21日, 中国邮政、快递企业承运、寄递疫情防控物资累计15.35万吨, 包裹2.09亿件, 发运车辆3.51万辆次, 货运航班444架次, 保障了对武汉等疫情重点地区的应急救援物资和人民群众日常基本生活物资的运输和寄递服务。除了运输防疫物资, 中国邮政、顺丰速运、京东物流等寄递企业克服困难, 始终坚守在一线, 做好卫生防护, 严格执行员工岗前测

量体温和在岗佩戴口罩等防护措施,每天定时对运输工具进行通风消毒,在确保从业人员和邮政快件安全的同时,给人们带来了方便、传递了爱心与信心。

1.5 无接触投递模式得到认可与推广

为更好的防控疫情,国家邮政局1月23日发出紧急通知,对于寄往武汉的邮件快件,投递人员应与收件人电话联系投递,首选投递到智能快件箱,以减少人员间接触。后续,在全国推广无接触投递模式。2月6日,商务部联合国家卫生健康委印发《零售、餐饮企业在新型冠状病毒流行期间经营服务防控指南》为避免配送过程中面对面与顾客接触,在特殊时期可以实行无接触送餐和送取快递,利用快递柜的暂存服务进行日常物品交接、临时存放;在无智能快递柜的单位,可以圈出固定区域进行物品交接,尽可能减少面对面接触。通过疫情期间的号召与推广,无接触投递模式得到更多用户的认可和接受,随着疫情的持续,这一模式在一定程度上得到了固化。

1.6 同城即时配送服务需求增强

同城即时配送服务,是本地生活需求对电商寄递行业提出的新要求和新挑战。受疫情防控的影响,人们对生鲜蔬菜、日常用品等本地生活服务的电子渠道消费需求旺盛,对高频次、高密度的同城即时配送需求增加。美团和阿里积极布局本地生活入口,拼多多推出线下团购工具“快团团”,用小程序为消费者提供生鲜、日用品等物资需求收集、在线下单付款等功能,并按用户需求提供无接触配送等服务。截至2020年3月31日,京东到家GMV同比增长92%,达到157.24亿元人民币,由2760万活跃消费者产生1.347亿笔订单。近年来,依托共享众包模式的同城即时配送市场迅速增长,业务规模增幅达到30%及以上(如图1所示)。2019年同城即时配送用户规模达到4.21亿人,年业务量185亿件,业务收入达1312亿元,预计2020年可超过1700亿元。

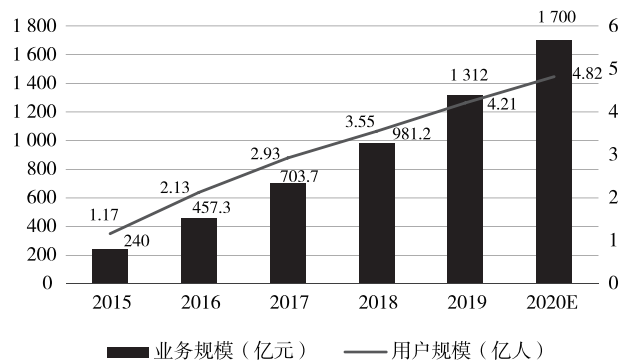


图1 同城即时配送交易规模与用户规模

2 新冠肺炎疫情对中国邮政的影响

2.1 中国邮政的业务量增幅远起行业增幅

在疫情防控形势较为严峻的2~3月,中国邮政国内包裹快递业务量达到13.15亿件,同比增长70.77%,远超行业16.68%的增长率,也超过其他快递公司的业务增幅。1~5月,邮政同城包裹快递业务量3.36亿件,市场占有率

15.3%,超2019年同期约10个百分点;业务收入占行业同城业务收入的16.41%。6月北京抗疫形势突然严峻,部分社会快递公司网点停收寄往北京的快件,但是中国邮政不限量、不拒收、不限流、不打烊,6月13~26日北京包裹快递投递量环比增长50%。

2.2 中国邮政的生产作业组织受到制约和挑战

受疫情影响,工作人员不能及时到位,中国邮政的生产作业组织受到了人员不足的制约,业务量超出处理能力,各大处理中心普遍面临产能不足的压力,必须调动仅有人员的作业潜力高效开展工作。各地分公司更多采取了直分、直运、开通直达邮路的方式,直开邮路同比提高了20%以上,减少邮件经转节点,提高邮件运输效率,有效缩短全程时限,促进了包裹快递业务的发展。在疫情管控的严格措施下,邮件投放快递柜、自提点、代收点成为规范的投递动作,投递效率较非疫情时期有所提高。

2.3 中国邮政的社会影响力和品牌形象显著提升

在新冠肺炎疫情阻击战中,多数社会快递公司普遍停业两三个月,而中国邮政肩负寄递行业“国家队”责任,不折不扣贯彻落实中央决策部署,坚持疫情防控和复工复产两手抓、两手硬、两手赢,克服各种困难,履行向社会承诺的“四不中断、四免费办”,不限量、不拒收、不限流、不打烊,全力保障援助武汉地区抗疫卫生物资的运送,充分托底百姓生活必需品、蔬菜食品等物资的配送,彰显了中国邮政作为行业“国家队”的使命担当,赢得了政府及社会各界的高度赞誉,中国邮政的社会影响力、品牌形象得到大幅提升。中国邮政充分发挥了通达全国的服务网络优势,确保了农村地区的电商投递,保障了农产品的运输和寄递。中国邮政开发了试卷寄递、答卷回邮的新形式业务,更好地服务社会特殊需求。

3 新冠肺炎疫情引发邮政行业的思考

3.1 进一步改善寄递服务的末端环境

新冠肺炎疫情袭来,全国各地强化了防控措施,各地住宅小区或单位实行封闭管理,安装在小区或写字楼内的智能包裹柜、信报箱无法正常使用,不少小区没有固定的代收邮件快递场所,邮件或快递的投递都较为困难。因不允许快递员进入小区,全国普遍出现了“摆地摊”现象,不仅降低了快递员的工作效率,还在一定程度上增加了收件人的不便。通过国家相关部门的号召,一些小区物业采取了放置快递货架等措施,方便快递员投送,缓解了“摆地摊”现象。农村地区行政村封闭,村邮站也无法代收邮件,只能采取电话通知领取的方式进行投递,工作效率较低,部分邮件无联系电话,投递难度大。

3.2 进一步稳定寄递工作人员队伍

邮政快递作为拥有300多万人庞大用工规模的行业,稳定工作人员是保障寄递服务的基础。新冠肺炎疫情前,临近春节,许多地方的快递企业人员放假休息,约有50%的生产人员返乡过节。疫情发生后,一方面是各地疫情管控措施严

格，返乡过年的快递人员无法返岗生产；另一方面是多家加盟制快递服务企业，对一线生产人员缺乏管控力度与号召力，造成返岗复工迟缓；个别地区部分邮政生产岗位外包人员占比较高，2月中下旬起复工不足，影响了寄递服务时限。截至2月下旬，全国邮政行业复工比例不足6成，可见稳定寄递工作人员队伍的重要性。

3.3 进一步优化快递投交方式

疫情发生前，按照《快递暂行条例》规定，快递需要送货上门，收件人验收。自疫情发生以来，国家邮政局提出快件不用送货上门、当面签收。但随着疫情防控形势的好转和防控等级的降低，“让快递员进小区、送上门”的呼声也愈来愈高。在疫情下执行的服务方式，可以考虑作为行业规定予以固化。

其实，在行业内，特别是在通达系等社会快递公司中早已形成“快递送达即完成，非特殊情况不签收；快递直接投送智能快递柜、代收点，短信通知”等类似的惯例。一方面，投放智能快递柜、自提点、代收点，符合国家推进的共享配送末端建设目的，避免了重复建设，解决了用户收件问题；另一方面，投放快递柜或代收点、自提点的模式，减少与收件人的直接接触，能够更好地保护收件人隐私、保障收件人安全，还能减少疾病的传播。邮政管理部门可以考虑接受行业的通行做法，为各家快递公司进一步优化快递投交方式提供支持。

4 邮政行业及中国邮政的对策

4.1 加快行业基础设施建设，改善寄递服务环境

行业基础设施建设情况和服务环境影响行业发展的速度。一是国家相关部门要强化落地《邮政法》《邮政普遍服务标准》，将村邮站、邮件快件智能末端设施、末端公共服务站纳入城乡公共基础设施建设的范畴，进一步明确村邮站建设标准，压实村邮站建设主体责任，出台政策，为智能快递柜的布放建设提供便利条件，加快补齐邮政快递基础设施的短板。二是从长远来看，邮件快件智能末端服务设施是发展的大趋势。丰巢、菜鸟等智能包裹柜企业积极加快、加大智能末端服务设施建设的投入力度，建设集约共享的末端公共服务场所，有效地组织和统筹利用末端服务资源。三是规范快递服务网点建设，研究制定建设标准，落实封闭作业、通风消毒等要求，满足防疫和安全生产的需要。

4.2 推广以自营为主的运营模式

尽管加盟制运营有其特点和长处，但总部或上级对加盟企业管控力较弱。邮政行业需要推广以自营为主的运营模式，确保对全网资源和生产运营的管控力，确保配送末端以自有资源为主，规范签订劳动合同，依法保障员工劳动权益，保持末端配送队伍的稳定性，确保干线运输车辆及驾驶人员以自有为主，满足生产作业和支持经济发展的需要。中国邮政基础较好，更应坚持自营发展的模式，保障中国邮政是一支关键时刻听指挥、拉得出，危急关头冲得上、打得赢的“国家队”。

4.3 进一步提高邮政行业生产环节的无人化

邮政行业是劳动密集性行业，因此在复工复产中，人员的到位情况决定了复工复产的进度，同时也因为劳动密集性，用工成本在企业运营成本中的占比较高。故应加快自动化分拣设备的投入建设，应用仓储、装卸专业机器人，实现智能无人化收寄，积极探索引进无人驾驶车辆用于运输邮件，在寄递末端探索无人投递车辆和移动智能快递柜的应用，通过机械化、自动化及无人化设备减少对用工的依赖，加大技术对人力的替代程度。

4.4 建设共享的寄递服务平台

邮政快递行业内，各家公司各自为政，重复建设寄递网络、作业场地和末端网点，为竞争业务大打价格战，损伤行业服务质量和发展质效。根据竞合理论，本着绿色发展、合作共赢的理念，国家相关部门应考虑以行业“国家队”——中国邮政主体，配置邮政快递资源，建设邮政快递寄递服务共享平台，实现快递物流信息化，根据电子商务发展类型、规模和实际需求等信息，共享海港、陆港、空港物流信息，提供动态的物流信息发布及信息查询服务，最大限度发挥其综合交通枢纽的物资集散和中转功能，着力推进中转分拨场站和社区集散网点的城市末端配送节点建设完善城市和农村的末端投递服务网络，统一执行“快递送达即完成，非特殊情况不签收，代收代投信息通知”的投交服务标准。

4.5 中国邮政需借鉴仓配一体化运营模式

仓配模式在提高寄递时效、取代异地邮件或快件寄递方面的作用不容忽视。受疫情防控工作的影响，部分公路暂时禁止通行，特别是武汉这样的交通枢纽，对异地快递运输造成巨大困难。疫情期间，众多电商商户无法通过快递进行发货或者发货了无法保证时效，而京东的自营物流配送模式和智能化仓配一体模式（大部分是同城配送），受封路禁行的影响较小，能突破地理位置限制，发挥高时效配送的优点。中国邮政的仓配资源储备总量尚可，但在规模化、智能化、优化建设选点等方面亟须加强，未能有效协同云仓优势、配送优势。中国邮政应考虑与仓储管理、仓配管理等方面具有先进优势的京东、苏宁或当地的规模零售企业进行合作，挖掘现有的邮政仓储能力，共建仓配一体化服务体系，打造同城半日递的电商快递服务。

参 考 文 献

- 1 李弄文，张小松. 新冠疫情对物流行业的影响及可能的对策. 商场现代化，2020，6
- 2 祝捍敏. 新冠肺炎疫情下对完善快递末端配送体系建设的思考. 重庆邮电大学学报（社会科学版），2020，3
- 3 曾娟娟. 舆论后疫情时代寄递市场的竞争. 中国邮政报，2020-05-14

收稿日期：2020-08-05

作者简介：闫阁（1979~），男，山东济宁人，硕士，经济师，主要从事邮政业务经营管理与投递网络优化研究。