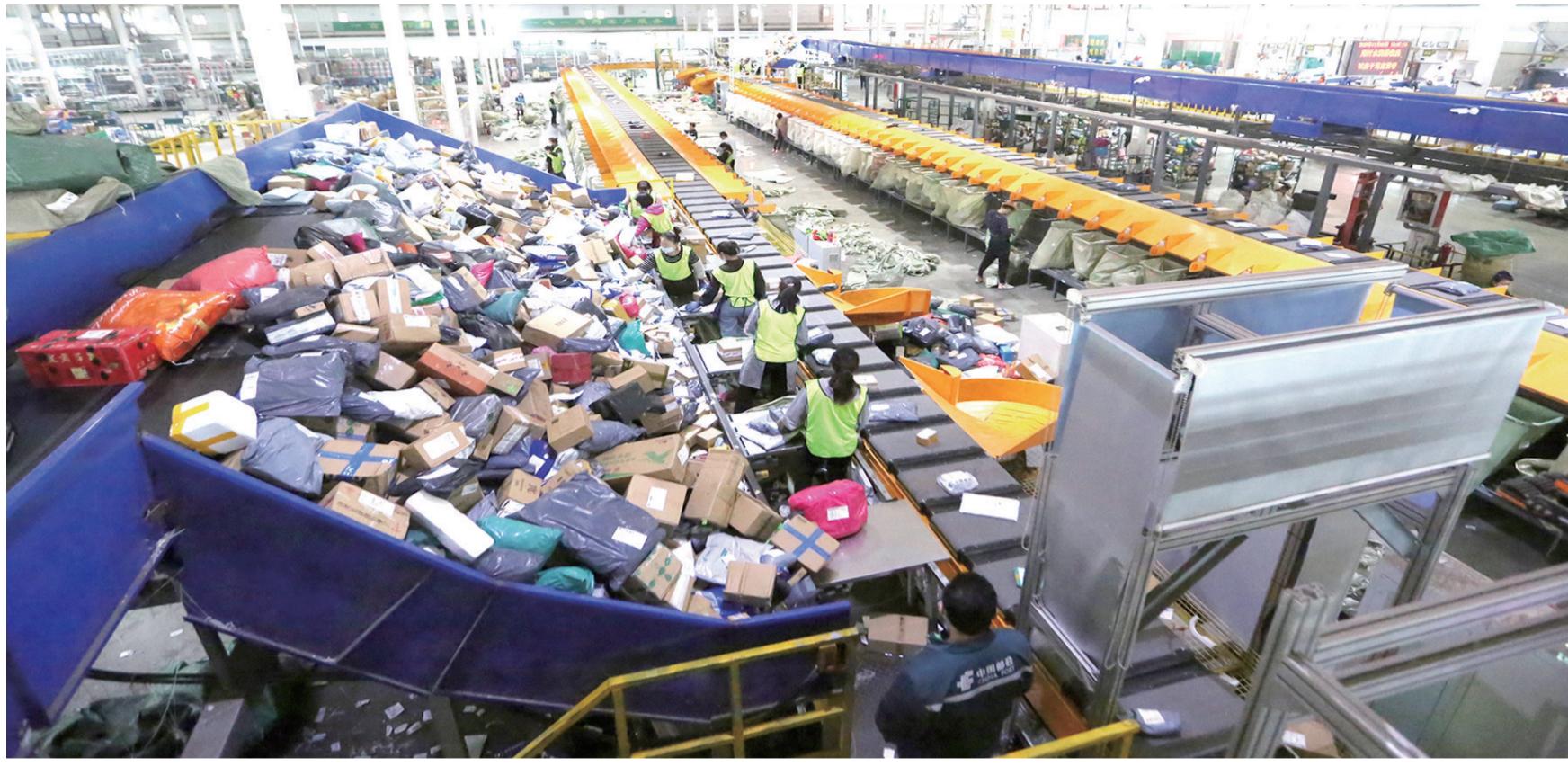


“双11”，有人忙血拼有人忙收件

快递小哥进入11月每天收派件量比平日增五成 顺丰快递最快6小时送达



每逢“双11”快递分拣工作量巨大。资料照片

快递业从11月开始迎来业务旺季。“从11月1日开始，我们每天的收派件量明显增加，比淡季高了三至五成。”岛城快递小哥李秀辉说。据悉，去年顺丰在全国多个城市推出了“同城半日达”服务，今年为迎战“双11”，提升配送时效和服务水平，顺丰让“同城半日达”继续升级提速。记者了解到，青岛顺丰升级“同城半日达”服务，把“前置仓”配置到市场摊位，主打“上午寄下午到，下午寄当天到”，快递最快6小时送达，让“快”变为“更快”。

快递最快6小时送达

“欢迎大家来到直播间，我们是青岛老店铺，自家海参加工销售一体，顺丰全国包邮，同城最快6小时送达。”团岛农贸市场里，90后老板娘于姗姗在海参摊位前直播卖货，她的大部分客户来自北上广等城市，也有不少青岛的老客户。“摸索电商有些年头了，即食海参对快递时效要求很高，后来和顺丰合作，我们的海参才能卖出去那么多、那么远。”于姗姗的直播间每天可以销售近200单，“今年以来，对同城的客户，我们用的是顺丰‘同城半日达’给他们送货。”

主营梭子蟹销售的尚女士在青岛各个区市有许多固定的客户，“我销售的梭子蟹，出于保鲜的考虑，多数都是发同城快递。许多客户都是上午下单，下午就能吃上海鲜了。”尚女士说。

于姗姗、尚女士使用的顺丰“同城半日达”服务，以平均6小时送达的时效能力在快递领域“遥遥领先”。记者了解到，该产品能满足大众日常对文件、生鲜食品、电子产品等常见物品的寄递需求，不过像重要场合的礼服、演唱会门票、精心挑选的宠物用品等也能按时收到。因此，“同城半日达”被各行各业的商家所青睐，成为提升客户购物体验以及塑造品牌形象的优选方案。

“前置仓”配置到市场摊位

今年“双11”到来之前，青岛顺丰基于开放灵活的合作模式，升级了“同城半日达”的服务模式，把“前置仓”配置到市场摊位。以团岛市场为例，在原收揽点有一名快递小哥的基础上，增配到5名快递小哥，为商家提供独具顺丰特色的“仓配一体服务”，搭入顺丰在商家经营区域的场地资源和配送网络，进一步提升时效。

“同城半日达”不是一种单一模式的服务，商家可选择托管、自提、商家自运营和自送中转枢纽等多种模式；仓储场地上，提供常温、冷藏、冷冻等多温区资源；时效上，提供每天多至5个波次的城市服务频率，更晚截单，更早到达，时效可选。“对于商家来说，不仅能大大提升日常销售活动中的订单交付时效，在业务高峰、预售等场景下，也能快速履约。对于B端商家，可以根据经营需求，灵活选择配送或仓储+配送一体化服务；对于个人消费者来说，只需一键下单，就有快递小哥1小时内上门取件，同城范围内最快6小时送达。”青岛顺丰公共事务相关负责人孙经理表示，顺丰依托自身“高频中转、多班次配送”底盘优势，推出“顺丰城市服务”，旨在打造360分钟美好城市生活圈，服务城市生产生活。在“顺丰城市服务”平台可以看到，该服务包含“同城半日达”和仓配一体服务，既满足商家仓配、快递等需求，也为消费者提供更快时效的同城快递服务。

—讲述—

—延伸—

—链接—

进入11月收派件量比平日增五成

“双11”临近，快递小哥们也迎来了自己的“忙碌季”。昨天，在顺丰速运清江路营业点，快递员李秀辉正马不停蹄忙碌着。进入11月以来，快递量开始明显攀升，让他比平常早到岗半小时、晚下班一个小时。“11月1日是今年‘双11’快递高峰流的第一天，随着消费者陆续付款网购，最近几天，每天收派的快递量在300件左右，而淡季时每天大约200件。从11月1日开始，我们快递员的收派件量明显增加，比淡季高了三至五成。”李秀辉告诉记者，现在每天

不到7点，他便到达网点与其他同事一起忙碌起来；晚上8点，当最后一班车从营业网点驶出，清点完手上的工作，李秀辉才算正式完成了一天的工作。“每年‘双11’与春节前夕都是我们一年里工作量最大的时候，快递小哥们都会很忙。预计从12日开始，我的收派快递量将迎来最高峰，估计每天收派件会达到400件。”李秀辉告诉记者。

像李秀辉一样奋战在一线的快递小哥还有很多。为迎战“双11”，青岛顺丰招人备车，以大幅提升快件运输效率。

网购消费主力军

更爱精打细算了

“降香人”是伴随今年“双11”出现的新名词，指的是每年“双11”时，嘴上说不买身体却很诚实，买完就直说“真香”的消费者群体。

“今年本来不想买太多东西，但是10月25日天猫便开启了今年‘双11’预售，忍不住又添置了3件生活用品，还有1个智能手环。”岛城90后消费者李女士说，“看到网上有‘降香人’这个说法，我感觉我就是其中之一，在这段时间买东西，确实能稍微便宜一些。”

不同于以往热衷于超前消费，现在越来越多的消费者更注重精打细算、注重性价比。作为消费主力军的年轻人已逐渐跳出“拿铁效应”，正在集体消费“清醒

化”，开始信奉“该省省、该花花”的省钱法则，更注重刚需和性价比。“蹲守直播间拼单，100多元分12期付款，少用甚至停用信用卡，热衷攒积分兑换日用品，甚至买临期折扣产品等薅羊毛技法日臻熟练，现在的网购消费者大都开始精打细算了。”李女士说。

记者了解到，“低价”是今年“双11”的关键词：天猫将“全网最低价”定成了核心目标；京东启动会的主题就叫“真便宜”；拼多多更是直接打出单件立减，“11.11大促送你×××元券”，再将“低价”属性落到实处……今年“去套路”的趋势明显，各大电商平台都有意让用户以最简便的流程直接享受低价。同时，“平淡”的“双11”正在回归零售本质，沥水分、真打折。

全国快递迎旺季 4天揽收超20亿件

国家邮政局5日发布，快递业从11月开始迎来业务旺季，4天快递揽收量超20亿件。今年快递业务旺季从11月1日开始，到2024年春节前夕结束，时长

102天。

最新数据显示，11月1日至11月4日，全网累计揽收量20.27亿件，同比增长16.1%，环比增长31.0%。

央视新闻