

# 快递包裹“身价”上涨谁来买单？

不少网友担忧：还能不能轻易“剁手”

距离“双11”还有一个多月，多家快递公司开始释放“涨费”信号。近期，中通、韵达、圆通、申通四家快递企业相继宣布，从10月1日起调整部分地区快递派送费。其中韵达、圆通和申通均表示，上调上海地区的派送费，幅度为0.5元/单。

九月中旬，厦门、杭州等地居民反映，小区免费使用的快递柜不知何时起突然开始提示收费。从寄件到取件，围绕一个包裹的资费话题让不少网友担忧：还能不能轻易“剁手”？



工作人员正在整理送到快递点的包裹 资料图片

## 从快递柜到派送费 包裹“涨声”频发

“不知道从什么时候开始快递柜超时要收费了，在输入取件码后，屏幕上就会弹出一个二维码让我扫，必须要支付一元才能获取一个新的取件码，才能把件取出来。”近日，厦门市民杨先生反映，由于时常要出差，会出现快递存放在快递柜中超过24小时的情况，他不得不为此支付一定金额的“超时费”。

记者梳理近期媒体报道发现，从“超8小时，1天1元”到“超24小

时，1天1元”，国内多家快递柜公司都已上线了“超时收费”的功能。

9月21日，中通快递在其官网发布通知称，从10月1日起调整全国到上海地区的快递费用，其他地区的快递费用调整时间另行告知。此后，韵达、圆通、申通三家快递企业也相继宣布提高上海地区的派送费，幅度为0.5元/单。

业内人士表示，所谓的派送费是发件网点支付给派件网点的费

用，派送费的上涨并不会直接影响快递价格。

记者了解到，这并非快递公司首次上涨派送费。近年来，国内多家快递公司都曾在旺季前上调派送费。2015年“双11”之前，国内主要加盟制快递公司都曾将派送费最低标准上调至2元/件。

值得关注的是，根据国家邮政局今年发布的《2017年邮政行业发展统计公报》显示，我国民营快递

企业业务量市场份额已达92.2%，快递与包裹服务品牌集中度指数CR8为78.7（行业前8大企业占有的市场份额总额）——这意味着以“通达系”为主的民营快递企业占据多数市场份额。而另一方面，快递柜已成为越来越多快递员派送时的首选，由此，无论是某些区域的快递柜收费还是可能造成的快递派送费上调，都将与多数消费者的利益相关。

## 成本压力下 谁为包裹上涨的“身价”买单？

福州市一名快递网点负责人告诉记者，作为劳动密集型产业，人力成本已经成为快递网点不容忽视的问题。由于工资普遍偏低，压力大，不少快递员已经转投外卖行业，因此不得不提高快递员待遇，“本次上涨的派送费很大程度上也是为了留住快递员。”

快递行业专家赵小敏表示，除了人力成本外，纸张等原材料价格上涨、X

光机、实名收寄等监管成本攀升都对快递企业和网点形成了一定的盈利压力。

而快递柜同样面临成本压力。一名快递物流行业人士分析，每一组快递柜安装入驻小区，每年的基础成本往往达到数千元甚至上万元不等。其成本既包括了安装快递柜所需的场地租金，也包括安装之后的日常管理、维护等费用。目前，各家快递柜的盈

利方式单一，甚至缺乏比较清晰的盈利模式，面向快递员和用户收取一定费用，成了减缩成本的一种方式。

目前，部分快递柜面向消费者收取超时费已成事实，那上涨的派送费最终将从谁的口袋支出？记者就此事咨询了快递行业多方人员，但多数未予回应。

一位不愿具名的业内专家表示，

根据以往经验，派送费上涨会由企业优先消化，如果无法消化，最终可能会通过提高商家快递费的方式，间接由消费者买单。

赵小敏认为，此次派送费上涨很可能带来快递费上涨。他表示，对于寄件客户而言，由于大宗客户签订的多是年度合同，此轮涨价对其影响有限，但一定程度上会影响散户。

## 快递业应提升与用户的良性互动

记者了解到，随着成本压力上升和行业竞争加剧，快递网点毛利率呈下滑趋势。据中金公司此前发布的快

递行业数据显示，快递行业毛利率已从2007年约30%的水平，下滑至目前5%—10%的水平。在这种背景下，网

点想涨快递费却又困难重重，一名电商行业从业者告诉记者，快递行业提供的服务同质化严重，对价格较为敏感，一旦一家快递涨价，身为客户，极有可能选择其他品牌。

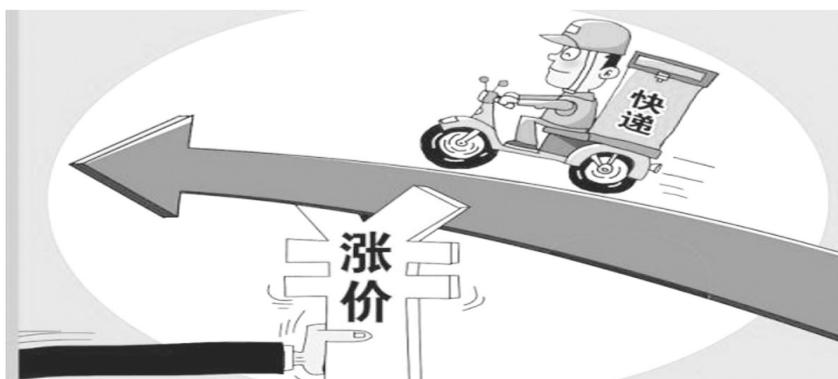
“价格上涨没有问题，关键是钱怎么分，快递企业应当在价格传导机制上着力，根据各个网点竞争激烈程度、收发快件比例、客户结构等进行利益平衡，一旦调价要确保能体现到网络与快递员的服务及其收入的变化上。”赵小敏表示，长期以来，加盟制快递企业网点受困于价格战影响，网点和快递员承担了巨大压力，快递企业需要在网络结构末端进行整体调整。

对于快递柜收费的问题，杨先生表示，有些快递柜上的大屏幕24小时

不间断播放广告，不应该再向收件人收取费用。他认为，快递柜作为快递链条的终端服务，其使用费用理应囊括在快递费中，同时向快递员、收件人和广告主三方收费的做法欠妥。

“需要注意的是，无论是派送费的增加还是快递柜的收费，最终都不应机械性地摊给消费者。”浙江省社会学会会长杨建华认为，快递应该本着契约精神。收费合理的途径是，在用户充分知情、有更多选择的情况下，由用户来决定。未来消费者可以在寄件过程中明确配送方式，在订单中标注是否接受代收服务，而快递员应遵守行业规范，电话确认收件人是否方便亲自接收。

新华社北京10月10日电



资料图片