

◆ 临近“双十一”，部分地区快递包裹“身价”上调

# “剁手族”用不用为派件费买单？

“双11”快到了，又可以买买买了。不过最近多家快递公司上调了快递派件费，很多朋友都关心自己买东西的快递费会不会也随之涨价？

## 旺季来临，派件费涨了

一年一度的“双11”购物节即将到来，除了电商平台，快递公司也将迎来快递高峰期。只不过对于消费者来说，商家促销还没开始，快递公司上调派件费的通知就到了。

日前，韵达、圆通、申通等快递公司已经向各网点发布“调整到达上海地区快件派费”的通知，将各网点到达上海地区的快件派费上调0.5元/票。

中通快递则表示从10月1日起调整全国到上海地区的派件费，调整幅度由当地服务网点根据总部指导建议结合各自实际情况实施。

至此，主流加盟制快递企业派件费都进行了上调。而这已经是快递行业连续第二年在“双11”前夕上调派件费。

## 什么是派件费？

从几家快递企业的官方通知可以看出，这三家企业率先调整的是全国发往上海地区的快递派件费。

什么是派件费？我们来举例说明。

一个快递从北京寄到上海，需要经过“揽件、运件、派件”等程序。加盟制快递公司总部只负责运件过程中的干线运输工作。而揽收和派件，均由当地的加盟网点完成。

其中，北京网点向寄件人收取的是寄件费（也就是消费者直观感受到的快递费），而上海网点从北京网点收取相应的派件费，再把派件费支付给送件的快递员。

因此，上调派件费指的是揽件的加盟网点需要向派件网点支付更多的费用，而快递费未必会上涨。

“派件费是快递公司内部不同法人之间的结算机制，和消费者支付的快递费没有必然联系。”原中国快递协会副秘书长邵钟林告诉记者。

## 上调派件费=快递要涨价吗？

近年来，国内主要快递企业的派送费一直在上调。2017年5月，圆通、申通、韵达、中通等快递企业就宣布，2017年6月1日起，将快递派送费上调0.15元/票。

尽管派件费在涨，网点却不敢贸然上调快递费。快递市场竞争激烈，并不是一个垄断市场，用户更换快递公司的成本极低。因此在营收压力下，各家快递公司并不敢贸然对消费者涨价。

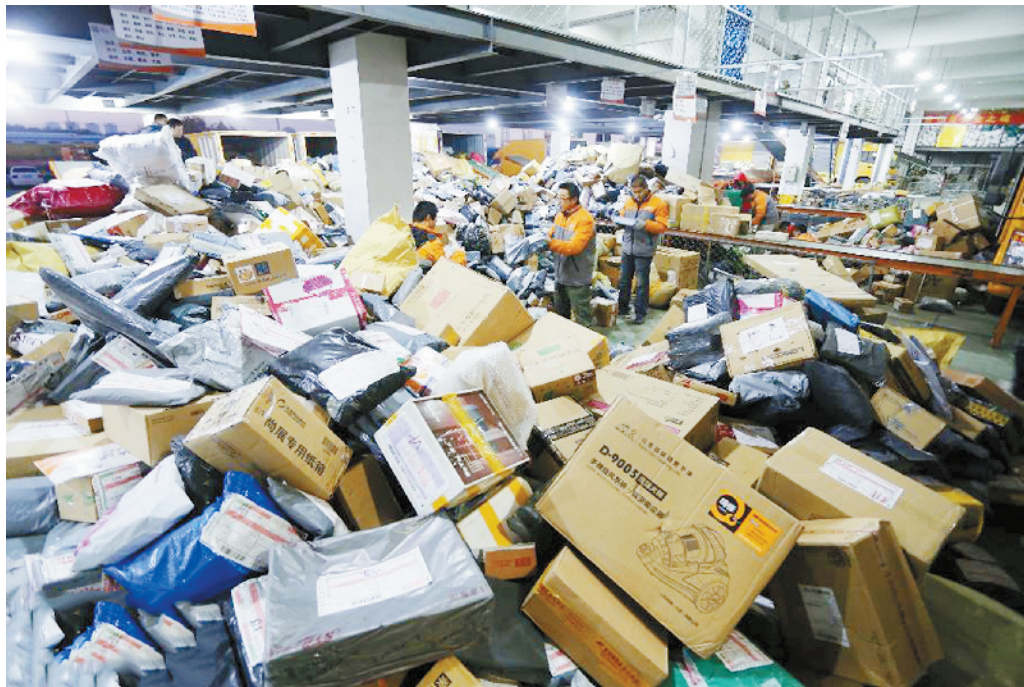
有网友就表示：现在江浙沪是8块，要是再涨干嘛不选顺丰呢？

因此，基层网点在利润越来越薄的情况下，只能通过价格战来抢占市场份额。

中商产业研究院数据显示，中国快递均件收入已经从2005年的27.7元/件，下降到2012年的18.6元/件、2013年的15.69元/件、2014年的14.65元/件、2015年的13.4元/件，呈逐年下降趋势。

快递行业的竞争越来越大，给加盟制快递企业造成了不小的竞争压力。圆通发布的数据显示，2018年8月份快递产品单票收入3.27元，同比下降10.31%。

除圆通之外，韵达的单票收入也有所下降。韵达公布的经营数据报告显示，8月份韵达快递服务单票收入1.58元，同比下降17.69%。



## 实地走访 快递费有的涨价，有的不变

据媒体报道，在快递企业宣布上调上海地区派件费之后，北京有部分区域网点快递费随之上涨，涨幅达3元之多。

近日，记者走访了北京朝阳和西城的多家快递网点，网点负责人均表示寄件费用暂无调整。

“派件费上涨之后也不排除快递费将来可能上调，但目前我们没接到通知。”中通某一网点的负责人坦言。

为什么不同快递网点之间快递费会出现如此大的差异，这合理吗？

对此，物流专家赵小敏表示，加盟制快递公司不同网点之间存在较大差异，是因为不同网点会根据总部提供的价格表结合自身情况调整快递费。

“从全国来看，大部分地区快递费维持不变，有些在涨价，还有的降了。”

有业内人士表示，随着人力、物流、包装成本的上涨和快递价格的下滑，快递费上涨几乎是必然结果。“如果快递费上涨，对电商用户的影响最终会转移到消费者这边。”赵小敏告诉记者。

## 趋势预测 企业优先消化，散户或受影响

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。”

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，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？上调派件费主要是加盟网点向派件网点支付更多费用。一位不愿具名的业内专家表示，根据以往经验，派送费上涨由企业优先消化，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。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。

## 专家建议 快递服务质量要同步提升

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。相关数据显示，快递行业毛利率已从2007年约30%的水平，下滑到目前5%至10%的水平。

“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。

“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。

（据新华网）