

# 春节临近,网购的火爆与快递业配送运力的不足产生矛盾—— “互联网大春运”何时能“使命必达”?

□据 新华社

当前我国一年网购规模达到4500亿元,而一般从春节前两周开始,业务量就飙升至全年的峰值。这意味着,与春运几乎同步,互联网上也涌动着一股日益壮观的电子春运大潮。

然而潮水般涌来的网络订单,却在关键时刻陷入快递业“最后一公里”的送达困境。面对快递员返乡、大量旅客占用货运资源等尴尬,“互联网大春运”何时才能真正做到“使命必达”?

## 记者调查 鼠标经济带来快递业难以承受之重

据了解,目前每年快递业的增长有1/3靠网购市场拉动。通过轻点鼠标而瞬间爆发的网购力量,足以成为快递业难以承受之“重”。

连日来,国家邮政局连续发文,要求物流企业春节期间保证服务,承担社会责任。然而记者1月30日根据国家邮政局公布的承诺照常营业的企业名单,致电申通、中通、圆通等快递公司,均被告知2月9日前无法接单,因为目前所有的资源要保证前期收件件的派送。

为了应对物流瓶颈,淘宝、京东商城等大型购物网站中的不少商铺纷纷贴出节后才能送货的通

知。与此同时,许多网友为了能及时采购,纷纷选择在网络下单后自己承担取货送货的工作。

记者1月30日上午在京东商城中关村自取点看到,尽管是上班时间,但是前来取货的人络绎不绝。一名大老远跑来取了两个剃须刀的男士告诉记者:“我是请假出来的,没办法,着急用,要等快递的话得比平时慢两天呢!”

另一名网购了一部手机的女士说,她和身边同事平时什么都在网上买,近期确实感到了网购送货的滞后,“本来节前各种采购事务就比较多,再赶上号称‘使命必达’的快递掉链子,更加添堵了,我们单位发年货都被耽搁了”。



近日,江苏省南通市一家快递公司的员工在配送货物。“网络春运”升温,一些已经超负荷运转的快递公司感到“压力很大”。(新华社发)

## 业内回应 三大推手拉大节前市场缺口

一些业内人士在接受记者采访时表示,几个重要节日来临前,大城市都会出现网络销售火爆导致的配送运力不足,主要有三大推手。

第一,近几年由低廉便捷的快递业务支撑的网购市场的增速,远远超过快递业本身的增速。中投顾问的最新报告显示,我国网购市场的年均增长率超过100%,而快递企业业务收入的增幅只有20%左右。

第二,快递业的客户主要分为

项目客户和散户两种,在物流资源面临紧缺的时候,快递公司首先保证有合同要求的项目客户,往往就无力再服务随机上门的零散客户了。“很多公司是从春节前一周就开始不收件了,所有的运力资源只能满足已收件件的派送。”一名不愿透露姓名的快递公司负责人说。

第三,由于目前我国物流资源分布不均,节前许多中小城市快递公司提前关门,也加剧了大城市的压力。

## 专家分析

### “网络春运”同样是个难解的结

物流瓶颈引起网购企业的高度关注。京东商城、当当网等纷纷表示,正在或将要投资建设自己的配送中心和物流网络,保障网购的配送服务质量。阿里巴巴总裁马云也于近期表示,将筹集1000亿元建设开放式的物流网络平台。

中国交通运输协会快运分会副秘书长刘建新认为,物流设施的扩大,并不能解决网购和快递行业之间的根本矛盾。“网购企业是轻资产型的,系统能力的扩张相对简单,而快递企业已经呈现中资产型特征,依赖运输工具、线路、人员的周密安排并形成网络化经营,系统产能的提升耗资巨大”。

北京电子商务协会秘书长林亚说,应该承认,就像春运面临的困境一样,我国节假日的网购物流问题短时间也难以解决。“我国地域广阔,物流体系相对薄弱,春节期间短时间内运营压力突然增大,对企业来讲是很难应付的。未来三五年,春节季节性的网购物流爆棚现象仍将存在,需要经历一个社会发展和产业变革的长期过程,网购和物流才能逐步匹配上”。

喜迎新春  
癸丑年 2011

洛阳晚报 报业集团

洛阳欣闻报业广告有限公司  
给全市人民拜年!

2011 福 舞龙

【农历辛卯年】