

上半年快递业有力服务消费品以旧换新,支撑网上零售额增长8.5%

以旧换新,激活快递物流新动能

“两新”政策加力扩围,快递业在服务好消费品以旧换新的同时,也迎来发展新机遇。从单向配送,到送装一体,服务模式不断升级;非标准快递业务的拓展,带来业务量持续攀升;畅通“送新取旧”全链条,强化供应链服务能力……随着扩大内需战略深入实施,快递企业将继续优化服务网络与技术应用。

7月9日,一台从广东中山发往江苏常州的以旧换新家用空调,成为2025年我国第1000亿件快递,较去年实现这一目标提前35天。

快递业是连接生产和消费的“毛细血管”。第1000亿件快递定格在以旧换新的消费品上,这不仅成为政策助力消费市场扩大的有力印证,也为观察快递业快速发展提供了全新视角。

补贴品类扩围,快递业如何更好服务消费品以旧换新?扩内需政策加码,又将为快递业发展带来哪些新机遇?记者进行了采访。

从单向配送到双向履约

大件物流有新模式,小件配送用新技术

“入伏天气闷热,旧空调不给力,换新补贴加残值抵扣直降400元,还能免费安装取旧,果断换新机。”近日,河南郑州市民陈先生在电商平台下单了一台新空调,在约定的时间,师傅准时送货上门、完成安装,并将旧空调拆卸带走,全程不到两小时。

从单向配送到“送新取旧”双向履约,背后是送装一体的快递服务新模式。“不同品类的拆旧换新流程复杂,涉及系统对接、服务派单、安全搬运等多环节,要求末端服务人员同时具备配送、拆旧、安装等多项技能。”京东物流相关负

责人说,通过持续加强专业送取工程师储备,以旧换新物流服务下沉更广。

大件物流有新模式,小件配送用新技术。今年以来,以旧换新加力扩围,对物流配送的时效性和服务模式提出新考验。

“坐等快递员上门,在家就能验机,太方便了!”今年“618”电商促销首日晚8时,广东东莞市民傅女士收到了早上下单的新手机。送件、拆装、验码、上传……不到20分钟,便完成了签收。“不同于普通快件,‘国补’快递需要现场开箱,拍摄采集商品信息。”顺丰集团通

信高科技解决方案高级经理周运丹告诉记者,为更好承接相关订单,公司专门构建了一套基于物流凭证的管理方案,消费者在线上平台下单后,快递员在派件时即可同步完成核验,实现“下单—发货—运输—派送—核验—签收”的全流程闭环。

看似只增设了“核验”一个环节,却对政策落地至关重要。

“倘若在物流承运环节,商品核验不通过,商家就可能因拿不到补贴而承担损失,从而影响参与以旧换新的积极性。”周运丹解释,结合AI图像检测、数据验证等技术

手段,快递员在执行环节实现了标准化作业,既保障了补贴真实有效发放,也提升了消费者的签收体验,降低退货率。

“通过技术、设施、网络协同,今年上半年,快递业有力服务消费品以旧换新,支撑网上零售额同比增长8.5%。”国家邮政局发展研究中心战略规划研究部主任刘江建议,一是优化仓配一体化模式,通过消费数据引导制造企业安排生产和智能分仓,提升全链路响应速度;二是创新循环经济模式,将快递网络嵌入资源再生链条,推动“送新取旧”向绿色低碳转型。

从支撑业务增长到助力提速转型

拓展非标准快递业务,推动多环节协同

今年以来,我国持续加力扩内需,促消费政策,对消费品以旧换新政策进行品类扩围,驱动快递业务持续攀升。

“在政策刺激下,家居家电、消费电子等消费需求增加,带动寄递业务量不断增长。”顺丰速运有关负责人介绍,去年公司货量规模同比增长超过20%。今年1月20日“国补”服务上线以来,已覆盖电商平台的大多数品牌,广泛应用于手机、平

板、智能穿戴、学习机、电脑等品类,新增超千万订单。来自京东物流的数据也显示,今年上半年,大件家电以旧换新订单在大件订单中占比超三成,同比增幅达150%。

“送新取旧”之间,快递业正加速转型升级。

“传统寄递服务附加值低、市场竞争激烈,‘送新取旧’更考验技术水平和末端服务能力,是企业从价格竞争转向价值竞争的‘助推器’。”

周运丹说,2019年,顺丰着手拓展非标准快递业务的个性化服务,近年来,消费品门店巡检、电子回单签署等新业务营收年均增长达64%。

新业务新模式背后是上下游的高效协同。

以京东物流为例,向上游,承接零售的送新需求,将换新服务高效落地至终端用户;向下游,与回收商建立稳定交付链条,打通旧机从用户家中到环保处理的“最后一

公里”。“服务网络、专业履约团队和标准化拆收流程,支撑了以旧换新的规模化增长。”京东物流相关负责人介绍。

在北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君看来,通过消费端需求释放与供给端服务升级,增量政策推动了快递业从规模扩张向高附加值服务的转型。她建议,未来需强化政企协同,支持更多快递企业升级以旧换新服务。

从畅通上下游到发展逆向物流

提供一站式服务,“送新取旧”无缝衔接

“去旧”更便利,才能为“换新”腾空间。在采访中,记者发现,随着消费品以旧换新政策深入推进,消费者换新需求持续释放,不少快递企业敏锐把握这一趋势,多措并举畅通“送新取旧”全链条。

有的快递企业创新逆向物流模式,让市场触角延伸得更远。

打开“顺回收”平台,一单回收验机任务弹出。快递员上门旧机检测、外观拍照、提交审单……几分钟便给出回收价格。“前几天下单了一台‘国补’新手机,今天新机

送到又足不出户当场转让了旧手机。”北京朝阳区市民石先生说。

流畅的体验背后,是快递企业在逆向物流领域的新尝试。“在传统‘分离式’以旧换新模式下,消费者要先邮寄旧机完成回收,再等待新机配送,一来一回要5天左右。”

顺回收业务负责人刘晓说,借助快递服务网络,平台推出“送新取旧”一站式模式,消费者下单后,快递员同步完成新机派送和旧机回收。“今年上半年,营收同比增长约150%,一站式以旧换新的用户首

选率超过80%。”

有的快递企业强化供应链服务能力,让“送新取旧”无缝衔接。

2024年,京东零售建设了6个中央处置仓,集回收、分拣、拆解、处置等于一体,通过精细化处置,让更多废旧小家电得到处理。

“送新前,我们负责配送员的回收标准培训、履约质量管控等,方便从用户家中顺利回收旧机;回收后,我们跟进旧机回仓后的接收、质检、入库等工作,保障末端旧机有序交割。”京东物流相关负责

人介绍,今年,京东将陆续在多地建设城市处置仓,进一步缩短旧品到仓距离,更好打通回收产业链上下游各环节。

“随着扩大内需战略深入实施,快递企业需进一步优化服务网络与技术应用。”国家邮政局有关负责人表示,下一步将加强同城网建设,依托以旧换新拓展快递服务领域。同时,加快可循环包装在逆向物流中的应用,研究推广逆向物流行业标准,助推行业实现高质量发展。

据《人民日报》



社会主义核心价值观
 富强 民主 文明 和谐
 自由 平等 公正 法治
 爱国 敬业 诚信 友善

保护未成年人身心健康 是我们共同的责任

