

快递业迎战“双11”旺季：战线拉长驱动“平峰填谷”

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

随着“双11”战线不断拉长，快递业旺季备战周期也逐渐提前。

相关资料显示，今年“双11”已从电商平台蔓延至内容平台，早在10月18日，国内知名短视频内容平台快手就宣布开启“双11”预售，随后抖音、拼多多、天猫和京东也纷纷加入了今年“双11”的“战斗”。

提前入场迎战高峰

为了有效应对旺季高峰的到来，大多数快递企业已提前开启快递员招聘工作。

随着今年“双11”首波预售结束，快递行业的件量高峰也随之到来。

记者了解到，在10月31日后，多地快递物流件量开始增长。据浙江省邮政管理局发布的统计数据，11月1日，今年“双11”旺季第一天，浙江省快递业的单日最大处理能力已经达到2.03亿件，创下历史新高。

除浙江省外，江苏省和湖北省等多地邮政管理部门也表示，预计今年的快递数量较上年同期会出现不同程度的增长。其中，江苏省

产能布局有备无患

除中通快递外，中通快递也在“双11”到来前持续扩大产能。

事实上，面对不断增加的业务需求，快递行业早已开始产能规划和建设布局。

记者了解到，今年以来，中通快递位于河北、陕西、贵州和新疆等多地的转运中心已陆续建成投产。其中，陕西延安转运中心已于今年9月底投入使用。

中通快递相关负责人告诉记者，目前，陕西延安转运中心每天的进出港包裹超40万件，其中进港约35万件，出港约6万件左右，助力苹果、小米、大枣等西北特色农

作为连接消费者和电商平台之间的重要桥梁，快递行业今年的旺季备战工作也开始提前。《中国经济报》记者注意到，早在10月12日，中通快递云南管理中心就召开了2023年全省旺季保障工作会议。此外，“通达系”中的韵达股份、申通快递等也纷纷召开旺季保障会议，提前部署迎战“双11”工作。

快递专家赵小敏在接受记者

采访时表示，对于快递行业而言，今年的“双11”应该是较为平稳的。“从总基调方面来看，包括用户体验度等方面也可能是有史以来最好的，今年快递业‘双11’战线拉得很长，比往年提前了一个星期，同时快递行业近年来纷纷扩张产能，不断投入人员、车辆和资金储备等，今年应该是最没有压力的一次。”

邮政管理部门方面表示，今年“双11”期间，江苏省快递处理量约7.7亿件，预计同比增长18%左右。为了有效应对旺季高峰的到来，大多数快递企业已提前开启快递员招聘工作。其中，顺丰发布的一则招聘公告显示，自10月29日至11月16日，顺丰上海电商仓面向全国招聘100名临时快递员，日薪达到250元/天，并提供食宿。此外，中通快递、韵达股份等行业龙头企业也开启了临时运力招聘。

不过，在业内人士看来，旺季招聘人手在快递行业内并不稀

特产品走出陕西。

今年10月中旬，中通快递新疆管理中心位于乌鲁木齐的新场地也正式投产。据中通快递方面介绍，该管理中心可同时容纳2000人办公和生活。

除中通快递外，申通快递也在“双11”到来前持续扩大产能，位于南昌市、洛阳市和西安市等地的新转运中心陆续投产。以南昌市为例，申通快递相关负责人告诉记者，新转运中心库内面积较老场地增加了近3倍，使用效率更高，并引进了

最新的交叉带等自动化设备，效率提升了27%，中心进出港产能将超过200万件，高峰期可达300万件。在末端服务方面，申通快递负责人表示，公司旗下按需派送产品“申咚咚”已覆盖全国100城，承诺“爽快100%理赔”。同时，申通快递还在东莞地区等率先开启了“夜派”服务，对消费者服务体验再升级。

相关资料显示，韵达股份位于浙江省、安徽省的多个网点也均已早早开始备战旺季。韵达股份诸暨网点相关负责人表示，为了保证今年“双

11”平稳运行，已提前储备了分拣、操作、装卸岗位临时作业人员，同时在原有的14辆大车基础上，储备了18辆小车，小车则达到了20辆以上。圆通速递也于“双11”来临前夜在全网新增了4300余辆干线运输车辆，近60个集运中心完成了改造和扩建，还有200余家分公司完成了自动化设备更新。同时，圆通速递也正持续推进分公司数字化、标准化、绩效化的“一号工程”，截至目前已覆盖1500余家分公司，累计帮助圆通速递降本近4000万元。

“双11”快递件量相对往年将实现‘平峰填谷’，考虑到快递企业的规模效应仍有释放潜力，尽管今年快递旺季较难提价，但成本优化有望助推快递企业利润增长。”邓

升亮表示。

中信证券相关研报也分析认为，淘宝系、拼多多、京东已分别于10月24日晚8点、零点和23日晚8点开启“双11”促销，叠加去年11、12月的低基数因素，预计今年四季度，全国快递件量将同比增长25%左右，快递业复苏趋势稳中有升。

国家邮政局此前发布的2023年9月中国快递发展指数报告显示，今年9月，受中秋节消费等因素带动，快递市场规模稳步扩大，服务质效有效提升，基础能力日益增强，发展态势持续向好。国家邮政局方面表示，随着“双11”“双12”等的到来，今年四季度快递行业将逐步进入业务旺季，保持较快增长态势。

不过，今年三季度，多家快递公司虽然总营收保持增长，但快递产品单票收入却持续下降。以申通快递为例，今年7~9月，申通快递的快递业务收入分别连续

增长7.29%、7.63%和15.56%，但同期的快递服务单票收入却连续下降，降幅分别为11.16%、13.22%和13.52%。

此外，圆通速递、韵达股份等也存在类似情况。在赵小敏看来，目前，快递行业内全国规模的“价格战”虽已结束，但在局部地区的价格仍会有一定的波动，全国范围内则已趋于稳定。

赵小敏进一步表示，出现上

述情况和快递行业的业务量总体增速趋缓有关。此外，在过去一段时间，相当多的公司没有对商业模式、市场竞争等做出修正和提升。“要想彻底解决上述局面，整个行业需要由‘价格主导’向‘产品主导’和‘客户主导’转变，未来几年不断提升行业集中度，推进行业并购整合。”

而在徐勇看来，快递行业的“价格战”一直在进行，并没有完全停止。“想要真正避免‘价格战’，需要让消费者去选择快递品牌，而不是由电商平台选择快递品牌。”

“每个消费者的需求不一样，不同的快递服务方式可以通过价格杠杆进行调节。目前来看，需要改变现行的规则才能更好地促进行业发展。”徐勇表示。

东莞证券相关研报也分析认为，“双11”将带动快递业件量增长，物流“平峰填谷”将明显降低快递企业的运营成本。

“在成本优化带动下，快递企业的利润增长有望成为超预期事件。”东莞证券方面进一步分析称。



为迎接“双11”旺季的到来，各大快递公司先期进行产能规划和建设布局，提升快递转运、投递能力。图为今年全新建成投用的中通快递广西柳州转运中心。 本报资料室/图

局部“价格战”余波犹存

目前，快递行业内全国规模的“价格战”虽已结束，但在局部仍然会发生。

国家邮政局此前发布的2023年9月中国快递发展指数报告显示，今年9月，受中秋节消费等因素带动，快递市场规模稳步扩大，服务质效有效提升，基础能力日益增强，发展态势持续向好。国家邮政局方面表示，随着“双11”“双12”等的到来，今年四季度快递行业将逐步进入业务旺季，保持较快增长态势。

不过，今年三季度，多家快递公司虽然总营收保持增长，但快递产品单票收入却持续下降。以申通快递为例，今年7~9月，申通快递的快递业务收入分别连续增长7.29%、7.63%和15.56%，但同期的快递服务单票收入却连续下降，降幅分别为11.16%、13.22%和13.52%。

此外，圆通速递、韵达股份等也存在类似情况。在赵小敏看来，目前，快递行业内全国规模的“价格战”虽已结束，但在局部地区的价格仍会有一定的波动，全国范围内则已趋于稳定。

赵小敏进一步表示，出现上

新航季国际航班快速恢复

三年来首度实现业绩集体飘红 上市航司组团打出“翻身仗”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

10月29日，2023年冬春航季首日。东方航空恢复执行上海浦东—旧金山航线，采用B777大型宽体客机执飞，班期为每周2班，

逢周五、周日执行；两天后，中国国航执飞的北京—旧金山直飞航线也迎来复航，每周三、六2个往返航班。

《中国经济报》记者从中国民航局方面了解到，2023年冬春航

季，共有175家国内外航空公司计划每周安排客货运航班11.7万班。其中，国内客运航班每周94072班，比2019年同期增长33.17%；国际客运航班每周13004班获得批复，涉及65个境外国家，

约为2019年同期的70.7%。

与此同时，国内上市航空公司也在近日相继发布三季报。中国国航(601111.SH)、中国东航(600115.SH)、南方航空(600029.SH)、海航控股(600221.SH)、春秋航空

(601021.SH)、吉祥航空(603885.SH)和华夏航空(002928.SZ)均实现单季度盈利，这也是上市航司三年来首度实现业绩集体飘红。

去哪儿大数据研究院分析称，从今年三季度开始，中国民航

客运市场的总旅客量已经完全恢复并超越了2019年同期。根据国际和国内经济增长速度以及民航市场发展现状，预计2023年中国民航旅客量将达到6.28亿人次，大约恢复到2019年的95%。

国内航司集体扭亏为盈

在暑运和中秋、国庆假期推动下，今年第三季度民航客运市场需求旺盛。中国民航局发布的最新数据显示，全行业共完成旅客运输量1.8亿人次，同比增长108.3%，行业客运规模创季度历史新高。

进入10月以来，民航市场延续复苏态势。航旅纵横统计数据示，10月，国内航线实际执行客运航班量超过38万班次，比2019年同期增长近10%；国内航线旅客运输量超过4900万人次，比2019年同期略有增长。国内航司实际执行出入境航班量超过2.7万班次，国内航司出入境旅客量超过360万

人次，均恢复至2019年同期的60%左右。

行业加速复苏，也助推多家国内上市航司实现盈利。10月11日，中国航协在2023年第三季度理事单位信息沟通会上透露，今年三季度，航空公司的经营效益大幅改善，累计实现盈利96.4亿元，同比减亏增盈1371.2亿元，14家航空公司累计实现盈利。

记者了解到，国内的中国国航、中国东航、南方航空“三大航”也均交出了十分亮眼的三季报。今年前三季度，“三大航”合计实现营收3105.06亿元，净亏损4.96亿元。值得一提的是，“三大航”在今

年三季度均实现了单季扭亏为盈，前三季度仅中国东航仍处于亏损状态。

财报数据显示，今年前三季度，中国东航实现营收855.38亿元，同比增长138.60%；归母净利润亏损26.07亿元，同比收窄90.7%。其中，今年三季度，中国东航实现归母净利润36.42亿元，同比增长138.83%，环比增长248.90%，创历史同期新高。

四家民营上市航司业绩也全线飘红。财报数据显示，今年三季度，海航控股、春秋航空、吉祥航空、华夏航空营收共计实现333.59亿元，归母净利润共计54.59亿元，

同样均在三季度扭亏。

其中，吉祥航空和春秋航空都交出了上市以来的最佳单季业绩“答卷”。今年前三季度，吉祥航空实现营收158.80亿元，同比增长144.75%；归母净利润为11.34亿元，而上年同期为净亏损29.57亿元。今年三季度，吉祥航空实现营收65.49亿元，同比增长112.81%；归母净利润为10.71亿元。

今年前三季度，春秋航空实现营收141.03亿元，同比增长113.52%，归母净利润为26.77亿元。今年三季度，春秋航空实现营收60.72亿元，同比增长105.75%，归母净利润为18.39亿元。

进一步刺激出境游需求

在国际航班恢复过程中，中美航线的变化格外引人注目。

当地时间10月27日，美国交通部发布新指令，对2020年6月的原指令进行第六次调整，自11月9日起，允许中方航司每周可执行最多35对中美直航航班。此后，中国东航和中国国航先后恢复上海和北京至旧金山的航线。

“希望继续与中国民航局进行富有成效的对话，以逐步促进更广泛的中美航空服务市场的重新开放。”美国交通部方面表示，首要目标是改善环境，使双方的航空公司能够充分行使其双边权利，保持中美航空公司之间的竞争平衡、公平、平等的机会。

梁楠也表示，民航局将不断优化航线航班结构，加快构建“干支通、全网联”航空运输网络体系，并支持和鼓励中外航空公司恢复国际航班，进一步便利国际经贸合作和中外人员往来。

记者了解到，新指令涉及的中国航司有国航、东航、南航、厦航等。若美方航司对等增加航班，则中美航班每周有望增至70班。

近日，美联航宣布，北京—旧金山直飞航线将于11月11日复航，每周7个往返航班，每日均有1班直飞。而在10月，美联航就已恢复上海—旧金山航线的每日直飞。此外，该航司在香港每日也有2个直飞旧金山的航班。随着航班量的恢复，中美直

飞航班的票价也在持续下降。去哪儿数据显示，今年年初，上海直飞洛杉矶票价高达1.5万元，暑期票价普遍降至1万元，目前11月17日的直飞票价已降至6820元。此外，11月18日，武汉—旧金山的南方航空航班，含税票价低至4412元，已接近2019年之前的低位。

“目前，中美航班的恢复情况较为积极，这也是国际航线逐步恢复的缩影。”对于进一步推动国际航班复苏，贝恩公司全球商品战略顾问总监潘俊认为：一是加强国际合作，推动各国之间的航空运输协议和政策的调整与放宽；二是鼓励航空公司增加国际航班的运力，开拓新的航线和目的地；三是提供更加便捷和灵活的退改签政策，以吸引旅客的信任和选择。

航旅纵横数据显示，截至10月31日，11~12月出入境航线机票预订量超过440万，为去年同期预订量的7.5倍左右。

“2024年春节假期长达8天，随着航班量增长和票价降低，会进一步刺激出境游的需求。”潘俊进一步指出：首先，航班量的增加意味着更多的航班选择，提高了出境游的灵活性和便利性；其次，票价的降低使得出境游的成本相对较低，吸引了更多的游客选择出境旅游；最后，假期的长期意味着更多的时间可以安排旅行计划，有更多的选择和更充裕的时间享受旅行。

国内外航班加快恢复

四季度是传统民航淡季，但随着新航季的切换，国内外航班量均迎来了进一步复苏。

据民航局运输司司长梁楠介绍，在国内航线航班方面，51家国内航空公司计划每周安排国内(不含港澳台地区)航班96651班，同比2022年冬春航季增长1.55%，比2019年冬春航季增长33.95%。其中，客运航班每周为94072班，同比2022年冬春航季增长1.19%，比2019年冬春航季增长33.17%。

梁楠表示，在国际航线航班方面，150家国内外航空公司的每周16680班航班计划(含货运)申请获得批复，涉及68个境外国家。其中，共有116家航空公司的每周

13004班客运航班计划申请获得批复，涉及65个境外国家，航班计划量约为2019年冬春航季的70.7%。

“在新航季中，吉祥航空计划陆续新增每周2班郑州—米兰全新洲际航班、每天1班南京—香港航班、每天1班上海—巴厘岛航班等国际与地区航线。”吉祥航空相关负责人表示，自2024年4月起，还将新增上海—希腊雅典直飞航线，进一步扩大欧洲市场“朋友圈”。

据吉祥航空相关负责人介绍，公司在今年新航季也将不断加大国内航线的覆盖面，新增包括南京—深圳、成都—乌鲁木齐、深圳—哈尔滨、长沙—南宁、无锡—太原等国

内直飞航班，为东西部经贸文旅交流提供多样化出行选择。

无独有偶，新航季切换后，中国东航每天计划执行的客运航班量将达到3076班，比2019年同期增长7%；运力投入将达到每月248.4亿座公里，比2019年同期增长5.4%。此次新航季，东航国际、地区航班达到每周1084班，恢复至2019年的78.6%。预计到2023年年末，国际航线恢复率将超过80%。

在换季后，中国东航将持续推动新开国际航线。中国东航相关负责人表示，东航于9月28日全新开航的上海浦东—伊斯坦布尔航线，换季后仍将保持每周3班

往返的频次。上海浦东—布里斯班、上海浦东—长崎、延吉—首尔仁川、西安—青岛—首尔仁川、呼和浩特—昆明—仰光等国际航线，将于10月29日开始恢复执行，11月中下旬还将有深圳—曼谷、兰州—曼谷等航线恢复。

此外，记者了解到，中国国航在冬春季计划执行国内航班日均超1500班次左右，国际及地区航班日均超170班次，其中国内航班计划班次量相比2019年有大幅提升，国际及地区计划班次量已恢复至2019年的70%以上。南方航空则计划执行航班超46万班次，通航点将增至235个，计划日均航班量超3000班次。