

《2018 快递员群体洞察报告》发布： 全国快递员人数超300万 月薪约6200元

重庆商报-上游财经记者 唐小焯

习惯送货上门的“懒人”，对快递小哥辛勤忙碌的身影一定不会陌生。近日，第一财经商业数据中心(CBNDATA)联合苏宁易购发布《2018 快递员群体洞察报告》(以下简称《报告》)，从人群特征、工作发展、社会贡献等方面对物流行业及其从业人员进行了全景洞察。在新零售时代，快递行业对我们的生活究竟产生了怎样的影响?

快递员总量突破300万

伴随着网络零售市场的发展和快递基础设施的完善，中国快递行业实现了跨越式增长。CBNDATA《报告》显示，2016年至今，我国快递业务量实现了57%的增长，预计2018年快递业务量将达到490亿件。2016年至2018年，中国快递员数量增长了50%，总数量已经突破300万人。

作为快递业最重要的组成部分，快递员对国民经济的助推作用同样不可忽视。来自国家邮政局的数据显示，随着中国快递发展能力显著增强，2018一季度快递支撑网络零售额接近1.5万亿元人民币，快递业务收入占国内生产总值比重为6.2%，对国内生产总值增长直接贡献率为1%。可以说百万级的快递员大军，强有力地支撑着我国的网络零售市场，保障了消费者便捷的购物体验。

最忙时派送量达120~180单

各种电商的促销是“剁手党”的狂欢时节，快递小哥则是最忙时刻。从整年来看，双11、双12、年货节、818、618、418等电商促销期间是快递员最忙的时间段，国庆、五一等节假日快递员也相对忙碌。苏宁物流数据显示，其促销期间单个快递员日均最大派送量达120~180单。

此外，随着快递时效不断提升，以当日达、次日达为标准的时效产品已覆盖全国大部分城市和地区，上午买下午到，今天买明天上午送到。这个过程中，快递员成为保障包裹最后一公里投递时效的关键，堪称“最后一公里”守护者。

以苏宁物流为例，一名快递员上午7点就需要抵达站点，开始整理今天上午需要派送的



快递员特征

■来源

大多来自农村

■年龄

80后是主力

■性别

男士占绝大部分，女士有所增加

■学历

以大专、高中、技校生为主

商报图形
徐剑 制

链接

关爱快递员成为行业共识

快递员是首/末端物流的主要力量，保障快递员这一群体的利益需要全社会的关注，各大物流快递公司正在通过各具特色的活动开展落地实践。

2017年，苏宁物流将8月28日定为首届全国快递员节。除了发放荣誉证书、奖杯、现金红包和旅游奖励。在快递员节当天，还为快递员提供特殊福利，比如带薪休假半日、员工家庭旅游活动等，致力于提升快递员在社会中的行业地位及福利。今年1月，苏宁物流还投入500万元设立了专门的“优秀快递员奖励基金”，专门用来表彰见义勇为、助人为乐、诚实守信、敬业奉献，为社会传递正能量的优秀快递员。

此前，阿里巴巴天天正能量也联手菜鸟网络设立“寻找最美快递员”公益项目，重奖快递员。项目面向全国所有快递员，只要经过项目组认定，即可得到3000元以上的奖励，上可高至10万元。

包裹，一般8点左右出发派件。

月薪平均在6200元左右

对于快递员的收入，“月薪过万”目前尚未成为普遍现象。快递员的工资主要由底薪提成构成，《报告》显示，快递员的平均月薪在6200元左右。80%的快递员工作会超过8小时，通过更多的送件，来提高工资收入。

行业内快递员一般都是计件工资，因此快递员薪资水平也随着电商促销节点产生波动。苏宁物流数据显示，2017年双11，无锡快递员平均薪资超过1.1万元，其中一名快递员最高薪酬达到2万元。

从快递员的职业流动来看，多数人都选择持续在快递配送的行当中求生存，在不同的物流公司之间流转，当然也有一部分人在这个过程中获取灵感，选择回乡创业。

快递上门比例达到了94.2%

随着智慧零售智慧物流成为趋势，末端配送成为“兵家必争之地”，快递员在这其中发挥了重要作用。以苏宁小店为代表的30分钟达、即时配送产品秒达为例，就对快递员提出了更高的要求，也体现了他们在智慧零售的背景下，担当更重要的角色。

《报告》显示，居民社区、写字楼、高校、商圈是快递员最密集的场所。如果按照社区单位来衡量，万人的大型社区一般配备20名快递员。快递员成为社区服务贡献度最高的群体。随着智慧零售的深入，即时配送的兴起，线下社区店配送量直线上升，这也意味着快递员与社区的亲密接触愈加频繁。

《报告》指出，快递员已经不再是单纯的运输、配送人员，在智慧零售时代下，快递员上门的比例达到了94.2%，较去年同期上升了3.7%，快递小哥逐渐成为小区生态的基层力量，为居民的生活带来更多便利。

今年暑期出游呈现哪些特点？

亲子游仍是主流 “反季”避暑受热捧

重庆商报-上游财经记者 谈书

驴妈妈旅游网近日发布了《2018 暑期出游总结报告》，对今年暑期出游方式、旅游主题及最受关注目的地等信息进行了分析。《报告》显示，今年暑期旅游持续火爆，亮点频出。国内游中，周边自助游占据主导地位，杭州、珠海等地成为周边最热门目的地。出境游方面，日本取代泰国成为暑期最受国人青睐国家；受世界杯带动，俄罗斯和冰岛等欧洲相关旅游产品销量猛增；而去南半球“反季”避暑也成为今年暑期出境游的一大特色。

同比增长超50% 景区门票预订再创新高

《报告》显示，今年暑期驴妈妈平台全国景区门票游玩人次创新高，西部、中部地区游玩人次与去年同比增长超50%。

峨眉山、黄山、上海迪士尼乐园、香港迪士尼乐园、北京欢乐谷、圆明园、苏州乐园森林水世界、珠海长隆海洋王国、成都大熊猫繁育研究基地、天津欢乐谷、南昌万达海洋乐园、波塞冬海洋王国等成为全国十二大热门景区。

在客源地方面，上海、北京、广州三地出游热情最高，和南京、杭州、成都、深圳、武汉、天津、西安一起成为暑期游十大客源地。从出游人群看，女性出游用户较多，占比高达63%。

与具有平台优势的在线旅游企业共同进行营销合作，成为景区吸引游客的一大潮流。以驴妈妈为例，与景区联合打造一系列全新IP活动。7月下旬，分别与黄山和衡山景区联合打造了星空帐篷节活动，让游客在高山之巅体验“手可摘星辰”的新奇与美妙。8月3日-8月25日，与横店影视城联手打造八月亲子季，举办嬉水狂欢节活动。期间，空中IP大巡



商报图形
阎其劲 制

胜地依然受宠。与去年相比，西安、黄山增幅明显，步入前十。

占比不断攀升 南半球“反季”避暑受热捧

由于暑假假期长达两个月，孩子们有充足的度假时间，因此，出游时间较长的出境游受到不少家庭的青睐。其中，日本、泰国、越南、印尼、毛里求斯、马来西亚、马尔代夫、塞班、沙巴、冲绳、大溪地、美娜多位列出境热门海岛TOP10，东南亚和印度洋的热带海岛继续霸占榜单多数份额。其中，越南芽庄和毛里求斯表现突出。芽庄作为近年新兴的海洋旅游目的地，凭借超高的性价比和距离优势，迅速跻身前三名。毛里求斯、塞班作为近年新上榜海岛，则代表着用户的旅游消费升级。

从出境游玩时间来看，6-7天的3-10人游最为普遍，其中有不少家长选择一起拼团出游。此外，还有不少用户选择去南半球“反季”避暑，澳大利亚、新西兰、南非在暑期旅游中占比不断攀升。今年暑期大热的世界杯直接点燃了国人赴俄罗斯的旅游热情，因为签证利好、航班便捷、飞行时间短等因素，俄罗斯世界杯观赛旅游产品销售十分火爆，特别是10天左右行程的世界杯观赛主题产品销售大热。世界杯的热度除了让东道主俄罗斯直接受益以外，很多赛场上表现亮眼的国家也被带火。

周边亲子自驾游。《报告》显示，今年暑期驴妈妈平台周边游中亲子游人次在整个国内游总人次中占比为80%左右，成为国内游绝对主力。杭州、珠海、上海、湖州、苏州、广州、常州、北京、香港、青岛位居周边游十大热门目的地，其中地理位置优越、交通便利、人口集中的长三角、珠三角周边游最热门目的地。亲子游、沙滩游、主题乐园等高品质周边游产品更受游客喜爱。

周边游占80% 亲子游成国内游绝对主力

忙碌的上班族们，多数选择周末带娃来个

周边亲子自驾游。《报告》显示，今年暑期驴妈妈平台周边游中亲子游人次在整个国内游总人次中占比为80%左右，成为国内游绝对主力。杭州、珠海、上海、湖州、苏州、广州、常州、北京、香港、青岛位居周边游十大热门目的地，其中地理位置优越、交通便利、人口集中的长三角、珠三角周边游最热门目的地。亲子游、沙滩游、主题乐园等高品质周边游产品更受游客喜爱。

记者还从报告中看到，三亚、北京、厦门、桂林、丽江、杭州、西安、黄山、舟山、大理成为国内长线游十大热门目的地，海滨城市和避暑