

螃蟹速递流程示意图

收件:检查螃蟹是否鲜活,是否符合包装要求,放进防震泡沫箱配以冰块。

运输:用普通车辆运送到目的地。

分拣:抵达分拣中心进行分拣。

派送:1-2小时内必须派送完成。(如果无法在此时间段送达,必须立即进行公司备案,客服联系发货人,确认处理方式。)

验货:开箱验货,履行“死退”原则。



9月初,来自高淳、阳澄湖的第一批大闸蟹开始上市,由于临近中秋,很快掀起了一股大闸蟹速递潮。顺丰、EMS等速递公司加入了这场大闸蟹速递的生死时速之争。记者了解到,这场送蟹时速之争背后其实就是对各大速递公司冷链物流的首考。

现代快报记者 杨坤 吕珂

国内冷链物流迎来首考 「蟹」逅生死时速

电商吆喝大闸蟹 兑现蟹券不轻松

7月份,在苏宁易购、天猫、京东早就开始一场蟹券价格大战,有的给出蟹券折扣甚至低至3折,而据不完全统计,前期各大电商销售蟹券价值大概有1000多万元。如今到了兑现的时候,各大电商并不轻松。据悉,目前淘宝大闸蟹成交率占到了所有蟹类的76%,众所周知,大闸蟹的存活率直接牵扯到电商们的信誉,看似简单的大闸蟹,如今成了各大电商积累人气的法宝,但又是烫手山芋。

快递大闸蟹 拼的就是速度

今年30岁的肖路是顺丰的一名快递员,从业已经2年多了。他负责的片区是新街口一栋高档写字楼,去年他为自己所在的片区共收寄螃蟹300件以上,今年也在逐渐进入螃蟹派送的旺季,今年到目前为止,他所送达的螃蟹,投诉率是0。他详尽地向记者描述了一只螃蟹从水产市场爬上百姓餐桌的竞速之路。

首考物流:冷链工夫是否过硬

2013年3月,顺丰速递宣布涉足生鲜平台,为自己涉足冷链物流做准备。之前和之后也有不少物流公司开始尝试生鲜快递业务,但收费都不便宜,并且运营商并不轻松。

据悉,顺丰速递已经根据优选配送获得的温控经验,在上广深投资监管冷藏库,为顺丰速递及其他电商提供温控配送服务。如此一来,顺丰集团的食品生鲜配送业务便扩大至其他电商。事实上目前顺丰已经在为另外一家电商做食品生鲜的配送。

记者在百度上输入“螃蟹快递”,出来很多条都是各地网民在询问螃蟹是否可以快递,并且征询可以保证安全快速螃蟹的方法。但对于能够保证螃蟹是否全部存活,很多人都给不出满意的答复。

“大闸蟹极其脆弱,气温一旦高了,死亡率就会高,此外在快递过程中难免会出现这样那样的状况,谁都不敢保证百分百存活。”做大闸蟹生意的刘先生告诉记者,他这两天一直忙着处理网购大闸蟹的投诉,基本都是因为死蟹要求退款的。刘先生的大闸蟹生意基本走网销,委托快递公司运至全国各地。去年从7月初开始,从阳澄湖每天发货100多只大闸蟹,但天天都会接到几单索赔,原因是客户收到了死蟹,都是远一些、需要走空运的城市。“其实我们挺冤,发出去时都是活

今年之前,螃蟹的普通收寄通常只对包装有要求,即防震的泡沫箱,冻成冰的矿泉水,然后通过正常运输方式,只要送达收货人即可。可是今年的螃蟹普遍有了“包活”的特殊要求,这无疑是对快递行业的速度提出了更高的要求。

肖路告诉记者,鲜活的螃蟹按照要求用防震泡沫箱和冰块包装后,快递人员必须迅速送到集散点发货,公司普通的物流车迅速把货送到目的地的集散点分拣后,快递员开始送货。在这个链条上,速度始终是“包活”的重要保证。而进入派送环节,考验的不仅是速度,也是考验快递员应变能力的重要一环。一般来讲,快递员拿到货物,必须在1-2小时之内派送掉。但事实上,并不是每一个收货人都能坐等顺利收货的。快递员遇到的各种“状况”层出不穷:收货人不在、收货人

的,但天太热,路上实在耽搁不起。”现在,刘先生一般只做江苏或者浙江地区的生意,远一点基本不接单。刘先生说,如果远的地方消费者实在想吃螃蟹,他也只能把螃蟹制成醉蟹。记者了解到,按照承诺,如果客户收到死蟹,店家一律如数赔偿。如果48小时内货未送到,则由快递公司赔偿,但遇到台风等不可抗拒因素快递公司不负责。刘先生告诉记者,去年他的一些朋友就放弃了网销,原因是死蟹导致的问题不仅仅很烦,而且自己品牌的口碑也受到了影响。

一家电商代表接受记者采访时说,大闸蟹网购风险很大,但是这个非常聚人气,大家都是在走钢丝,都揣着赌一把的心理。如果能把大闸蟹活着送到目的地,中国物流业应该算得上是世界一流的。

电话打不通,无人接听,错号码,错地址,等等。遇到上述任何一种情况,快递员除了用经验来迅速进行应急处理,都要第一时间报备公司,由公司客服与发货人联系,确认新的送货地址以便向第二地址转寄,或者由快递员带回公司等收货人自提。

肖路告诉记者,不同的是,今年出省且“包活”的螃蟹,必须根据市场价格报价,从他们快递员自身来讲,已经将服务做到了极致。只要是顺丰快递的螃蟹,无论现场开箱或者回家开箱,只要发现有死蟹,都可以拍照为证,为收货人履行“死退”的承诺。尽管如此,顺丰快递一位宣传业务负责人还是向记者表示,快递螃蟹“包活”也是为客户量身定制的服务需求,虽然在公司业务环节中已经有很详尽的规定,但是目前仍未明确实际的操作规范。

比较成规模的主要有中粮我买网、京东、天猫、顺丰优选等。

尽管生鲜市场对电商有着巨大诱惑力,但是,由于冷链高门槛的存在,国内生鲜电商想做生鲜却并不容易。有关人士表示,在国内B2C领域内,数不出三家在冷链配送方面做得“最好”的;如果完全按冷链的标准来看,凤毛麟角。所以谁能在今秋大闸蟹的生死竞速中跑赢,谁就首个打开生鲜电商的蓝海。

“这就是各大电商敢卖大闸蟹的初步考虑。”快递业资深人士朱品军告诉记者,但是涉及投入成本太大,大家基本都是在尝试阶段。他告诉记者,所谓冷链(coldchain)是指易腐食品从产地收购或捕捞之后,在产品加工、贮藏、运输、分销和零售、直到消费者手中,其各个环节始终处于产品所必需的低温环境下,以保证食品质量安全,减少损耗,防止污染的特殊供应链系统。

据了解,国内目前涉足生鲜的电商企业