

# 楼下的智能快递柜，谁来买单？

已有小区开发APP拟代替；经营者称将投放箱体、显示屏广告

□ 记者 丁林

包括速递易、丰巢等多家民营企业已经进入合肥智能快递柜市场。然而，在各家竞相争夺市场的同时，却有“黄雀在后”。市场星报、安徽财经网记者了解到，省城部分小区已自主开发手机APP接收快递功能，而原先置于小区内的智能邮柜遭遇“排挤”。

在解决快递最后1公里问题上，智能快递柜发挥了重要的角色。但是，如何盈利是摆在经营者面前最为现实的问题。

## 【故事】

### 从无到有，智能快递柜已“离不开”

在解决“快递最后1公里”问题上，合肥虽比不上杭州，但在省内算是走在前列的。从去年年中开始，合肥各大小区频繁出现智能快递柜。一时间，“人不在家也能收快递”的好消息，让诸多淘宝族们一下子摒弃了“后顾之忧”。今年30岁的张小姐恰是这类人。

去年10月左右，张小姐回忆，在其居住的省城北一环附近某小区，自行车棚里突然多出了一组柜子。并不知晓有何功用，张小姐也没多花心思去研究打听。

然而，对于经常下班不规律的她来说，渐渐地，有了智能快递柜之后，便捷不言而喻。“现在晚上加个班或者出去聚会，再晚回来都可以自取快递”。张小姐说。

对于快递员而言，起初有点反感。负责安徽大学老校区片区的某快递派件员小陈说：“每一个寄存E邮柜的快递员都需要手机号注册，每次快递入柜，还需要输入一串长长的快递号，累！”

然而，在速递易快递柜合肥区域负责人陶经理的心中，随着一年来的实际操作，用户、快递员的抱怨声越来越少。

“用户不在家也不需要和快递员沟通派件问题，快递员也不用一栋一栋楼去送件”。

## 【意外】

### 小区开发APP来抢生意喽

最近一周，居住在省城黄山路与东至路交口某小区的业主，估计有点“烦神”。“为什么呢？”小区物业说，去年12月进入小区的智能快递柜要撤走，今后快递要送到物业办公室。

刚刚入驻8个月左右的智能快递柜，为什么突然要撤走？很多业主摸不到头脑，前去物业讨说法。

“说白了，就是物业想赚钱。”8月9日晚上7点多，业主吴女士这样质问着物业工作人员。据吴女士介绍，物业想让快递柜撤走，好自己将这部分业务收揽下来。而之前，吴女士说，已有多位物业工作人员上门推广小区开发的APP，并特意“叮嘱”，只需实名注册后去物业业区快递刷一下二维码即可取走。

而多位负责该小区派件的快递员也对此进行了证实：“物业说让今后的快递全部送到物业办公室，作为派件方我们要每件支付1元的服务费。”然而，投放在智能快递柜的费用只需0.5元左右，该小区的“新规”让很多快递员受不了。

小区物业的“新规”，让很多快递员“受不了”。昨日下午5点，在马鞍山路某写字楼工作的小张就接到快递员的电话称，由于小区的智能快递柜已经撤离，而送去物业自己又要付高额的手续费，径直将快递放在了小张家楼道的弱电井中了。



## 【竞争】

### 多家民营智能快递柜进驻合肥

大概在去年7月，第一波智能快递柜进入合肥市场。被寄予厚望的智能快递柜，被业界认为是将有效解决快递收发的“最后100米”的困境。

尽管普及程度不及沿海地区，但作为省会城市，合肥的快递收发市场也受到了多家智能快递柜运营企业的关注。最早来到合肥市场的“速递易”负责人陶经理昨日向市场星报、安徽财经网记者表示，目前，合肥市场上“速递易”的快递柜覆盖到了700个小区，共有接近800台快递柜。

速递易在合肥的规模逐渐壮大的同时，这块蛋糕也引来了多个品牌快递柜的入驻。

市场星报、安徽财经网记者连日来走访发现，包括日日顺、丰巢等品牌如今都能在合肥多个小区见到。在起初布设阶段，这些快递柜都是试运营，在此期间多为免费使用。

然而，智能快递柜的这块蛋糕，也引来了快递企业的目光。今年6月，顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯联合发布公告，称共同投资创建深圳市丰巢科技有限公司，研发运营24小时自助开放平台“丰巢”智能快递柜，以提升平台化快递收寄交互业务。此消息一出，再次将智能邮柜推上了风口浪尖。

## 【焦点】

### 背后的费用谁来买单？

陶经理说，“速递易”在免费使用了半年时间之后，今年春天开始实行收费制，“根据快件大小所占用的箱体，收取的费用也不同，有0.4~0.6元不等。”在刚实行收费不久，陶经理似乎还有些担心，收费之后使用率是不是上不了。

然而经过三四个月的检验，市场对智能快递柜的收费模式是可以接受的。但是，这部分费用，在陶经理看来，只是非常小的一部分。

“一个标配的智能快递柜，出厂价要3~5万元不等。”陶经理说，除此之外，它在使用过程中，还需要消耗电费、维护费、通知用户的短信费等等。

另外一方面，陶经理说，在与每个小区物业签订入驻协议之后，每年都要支付一定的管理费用，“这部分费用目前看并不多，一年也就几千元”。

显然，当下，智能快递柜的盈利通道并没有完全打开，然而，未来的智能快递柜，到底应该寻找到一条怎样的盈利通道，以维系其长此以往的发展？陶经理正在思考。

## 【方向】

### 箱体、显示屏将用来投放广告

关于智能快递柜的盈利问题，陶经理有过多种想法，最容易联想的就是将柜体作为广告载体，以此获得广告盈利。

“目前基本方案我们正在设定，初步设想根据每个箱体大小不同，收取的广告费用也不相等，比如，最大的箱子里面，一个月收个几百元的费用。”然而，陶经理进一步在思考，计划将液晶显示屏也附登广告。“将广告载体扩大至智能邮柜上的LED屏、LCD屏，甚至对发给用户的短信进行广告信息后置。”这些都是今后我们要考虑的模式。

但这能否改变智能快递柜目前的盈利状态？陶经理心中也没有准确的答案。为了夯实自己的客户团体，“速递易”已经与菜鸟物流合作。

“这样合作的好处是，可以锁定一部分客户作为固定客户。”陶经理说，在淘宝上购物后，卖家通过物流方直接将宝贝送至指定的速递易智能快递柜中。

然而，关于智能快递柜，也有业内人士建议：不要仅仅将注意力放在解决快递的最后1公里，洗衣、生鲜等的最后1公里也都能解决。就拿洗衣来说，用户可以在网上选择上门洗衣，随后将脏衣服放在智能快递柜里，待洗衣店将衣服洗净后，再放回柜。

## 【延伸阅读】

### 合肥邮政新规：快递员使用智能快递箱须用户同意

《合肥市智能快件箱运营管理办法(试行)》于6月1日起施行。按照该《办法》，快递从业人员使用智能快递箱进行投递前，必须事先征得用户同意。若用户明确表示不同意的，不得通过智能快件箱进行投递快件。

另外，《办法》对快件箱的尺寸、大小、标识都有明确的规定，并编号投放到有视频监控的区域，快件箱数据还要与监管部门的信息管理系统连接起来。不符合以上规范的快件箱，快递员不得向里面投放快件。