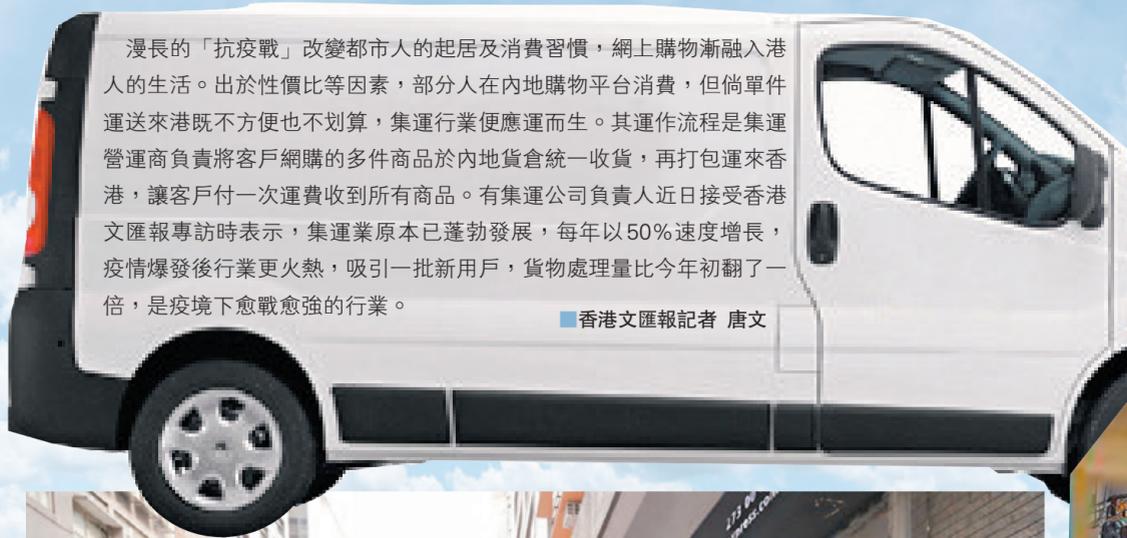


# 貨物處理量翻一倍 集運業疫境更強

## 原本每年50%速度增長 爆疫後更火熱吸新用戶



漫長的「抗疫戰」改變都市人的起居及消費習慣，網上購物漸融入港人的生活。出於性價比等因素，部分人在內地購物平台消費，但倘單件運送來港既不方便也不划算，集運行業便應運而生。其運作流程是集運營運商負責將客戶網購的多件商品於內地貨倉統一收貨，再打包運來香港，讓客戶付一次運費收到所有商品。有集運公司負責人近日接受香港文匯報專訪時表示，集運業原本已蓬勃發展，每年以50%速度增長，疫情爆發後行業更火熱，吸引一批新用戶，貨物處理量比今年初翻了一倍，是疫境下愈戰愈強的行業。

香港文匯報記者 唐文



神州集運在東莞設有兩萬平方米貨倉。受訪者供圖



集運業貨物處理量比今年初翻了一倍。

香港文匯報記者 攝



神州集運疫情爆發後行業更火熱。受訪者供圖



集運公司自提點，人頭湧湧。

香港文匯報記者 攝



集運倉務員體力要求高，每日過手貨物可重達一噸。香港文匯報記者 攝

隨着電商業務不斷發展，不少香港市民的消費習慣出現翻天覆地的變化，劉先生近兩年開始網購產品。一開始他沒有人民幣戶口，總是委託內地親友代購，既欠對方人情又不方便。近年，內地電子錢包接受港幣結賬，加上疫情爆發後，他無法過關與親友交收產品及付款，他便自行開設賬戶並透過集運送貨到香港，「無訛到購物體驗反而大大提升！」

變身網購常客後，他能隨意選購心頭好，尤以車輪配件和電子產品最合他心水，「因為有些商品需要特別訂製，淘寶店這方面的業務十分成熟，價錢合理，是我的首選。」

周小姐原籍浙江，來港生活逾十年。她稱自己是個宅女，在內地時就是「剁手族」，常年離不開網購，來港後亦不改舊習。「我上網買得最多是衣服，同樣價位在商場只能買一件，在淘寶上差不多能買三四件，款式選擇也比較多。」

在香港疫情轉趨嚴重後，她卻減少了網購。她笑言：「因為公司允許居家辦公，我減少出門，發現自己原來並不需要那麼多衣服。」

對集運業近年的發展，她認為服務正不斷進步，「之前的感覺就是集運取貨點很少，總要走很遠，這幾年覺得取貨點密集了，有的還設立了拆貨區。因為快遞包裝一般很大，如果拆好之後再帶回家，會省很多事。」

不過，另一邊廂，有人就因為有過不愉快的網購經驗，從此不敢輕易嘗試網購及集運。陳先生曾透過淘寶買過衣服和鞋子，但集運到港之後，有的已經過了收貨確認期不能退貨，鞋履不稱身也難退換，衣服有掉色等質量問題亦投訴無門。他認為，實體商店較有保障，無謂為了價錢低，買到不合適的產品。

香港有幾間主要集運商，成立九年的神州集運現有逾30萬用

戶，活躍用戶約5萬，每天大概能收到四五萬票貨物，在業內屬於其中一間較大型企業。創始人胡勝林在接受香港文匯報專訪時表示，和大部分集運公司一樣，該公司的收貨倉設於東莞，約有兩萬多平方米，香港方面則有5個派送倉，聘用百多名倉務員，另有百餘名跨境司機。

### 港人避疫 減出街購物

他表示，公司每年的業務錄得三成至五成增長率，今年遇上疫情增長率更是神速，截至今年9月底的貨量已經比今年初翻了一倍。

胡勝林解釋，港人避疫減少出街購物，同時疫情又導致經濟不景氣，不少港人因而透過內地平台購買價廉質優的國產商品。「從往年的經驗來看，每年『雙十一』的高峰，一般會變成第二年的常態，用戶一旦接受了網購這種模式，就會一直使用下去，所以行業常年都保持大概50%的增長。」

### 數百萬港人未體驗網購集運好處

雖然增長強勁，但胡勝林指出，目前僅得三分之一港人使用網購，尚有數百萬港人未體驗網購集運的好處，故仍有巨大發展空間，為使行業能可持續發展，他認為行業先得提升用戶的消費體驗。他直言，該行業的門檻並不高，素質難免良莠不齊，「只要有個貨倉，有網絡，任何人都可以入行。」因此，胡勝林認為：「在滿足基礎送貨需求上，再滿足客人一些個性化的需求，比如運送易碎品或有一定保質期的產品，並提高時效。如果整個行業只是去拚價格，忽略本質，遲早會被淘汰。」

他續說，集運業至今未成立行業協會和業務標準，也沒有主導行業發展的龍頭，希望政府能夠幫忙牽頭，「讓大規規起來。」



順豐作為淘寶官方集運商之一，送貨/退貨等條款較為清晰，但價格較小型公司貴。香港文匯報記者 攝

## 未來物流最本質競爭是高科技

專家解讀



袁偉基 受訪者供圖

樹仁大學經濟及金融學系助理教授袁偉基指出，集運並不低端，它是物流業的一部分，而未來物流最本質的競爭是高科技。他解釋，目前有些小型物流公司，是依靠人手分揀貨物，但未來的趨勢一定是用自動傳輸帶透過電腦掃描分揀貨物，如此才使效率達至最高，而較早入行的公司有機會成為行業巨頭，屆時小公司再入行就非常困難。

袁偉基在接受香港文匯報訪問時表示，物流是一個很大的行業，集運是其中一部分，而港人選擇網購和集運的最大好處是降低成本。儘管目前集運業還處於「拚價格」的混戰時期，但他不認為集運屬低價行業。他並預計，不久的將來行業進行整合，較早入行的企業會逐漸成為行業巨頭。

袁偉基說，物流業未來最本質的競爭是高科技。「高科技行業的特點是，前期投資成本高，但只要一個固定成本，就可以服務很多客人，對於公司來說，這是盈利最大的模式。」

或自動傳輸帶電腦掃描分貨

他續說，目前有些小型物流公司，是依靠人手分揀貨物，但未來的趨勢一定是用自動傳輸帶透過電腦掃描分揀貨物，如此才使效率達至最高，愈多人使用，平攤成本就愈低，但只有大公司才能投入前期成本購買設備，屆時小公司更難入行分一杯羹。

對於本港物流業的生態，袁偉基指出，雖然物流是本港四大支柱產業之一，但對客戶（B2C）方面產業沒有內地成熟。本地物流一直是以商業B2B活動為主，以貨櫃為單位送貨，網購的市民在從前只是少數，故在B2C方面發展一般，物流網點建設亦顯得不足。好在政府近年留意到有關情況，並籌劃興建近千公頃的物流園。

至於疫情為集運帶來了不少新客戶，袁偉基表示毫不意外，「（疫情持續）8個多月無得去旅行，年紀大的人也要想辦法適應啦。」

他直言，有心理研究表明，人持續一項活動兩個月就會養成習慣，相信在疫情過後，網購亦會成為港人的生活常態。

## 前線工盼送貨車獲豁免抄牌

特寫

Kevin加入神州集運3年，起初任職普通倉務員，後升職至物流部地區營運主任。他認為，集運是一個潛力巨大的行業，業務穩步增長，與傳統物流業相比，從業員的薪資基本相若，福利待遇也不差。「如果做集運司機還能多勞多得，願意加班的話，每月收入最高五六萬元。」

不過，集運從業員需要承受比一般物流更高的體力勞動，分揀貨物亦要十分細心。他認為，香港集運業仍需要時間成長，及制定標準化操作；同時希望政府能在送貨車輛抄牌方面，提供特定的豁免。

在Kevin看來，集運與其他物流業務有顯著不同。他憶述，自己做前線的時候，每天最大的感覺就是累，「這一行體能要求很高，我們的貨比傳統快遞物件要重很多，比如順豐寄件，一般是文件、信件居多，而我們就可能有不少大型商品，甚至傢俬。每個倉務員每天經手的貨物重量會達到一噸。」

除力能扛鼎外，做倉務還要粗中有細。Kevin續說，內地倉收到的貨品運到香港倉以後，為了方便司機派送，員工首先要將貨物按地區分類，但不能籠統地分為港島、九龍、新界等十八區，

而是要盡量細分為全港各區的取貨點，更有些貨物要送貨上門。「大概要分成100份類別，我們會根據貨物標籤識別分貨，不可以分錯，否則會非常麻煩，對香港的各區地名也要熟知。」

他提出，在港做配送業務，泊車是很大的問題，很多住宅附近沒有咪錶位，如去較遠的停車場泊車再送貨則不切實際，很多時候只能冒險違例泊車，但可能會被抄牌。

### 行業待成長 操作須標準化

他建議，政府針對物流業的送貨車輛制定特別管理辦法，例如對有關車輛進行註冊，只要違泊不超過一定時間可獲豁免抄牌。Kevin指，行業還需要成長起來，有必要制定一套標準化的操作，本港的物流運送亦有提升空間。

至於今年疫情對於業務量的影響，Kevin表示貨量增長超出預期，「不只我們公司，其他集運公司都有感覺到，大概3月開始體現出來，每月貨量都比上年同月增加很多，其實我們已經習慣了每年會有五成的用戶增長，但是疫情之下，沒想到有這麼多人一窩蜂轉用網購。」同時，疫情持續下也為集運業帶來小煩惱，部分客人因為入境檢疫政策一直滯留內地，遲遲無法到取貨點接貨。

### 集運公司價格比較

集運商	收貨方式	首公斤收費	之後每公斤收費
菜鳥集運	自取	9.7元至12.4元人民幣	6元人民幣
	派上門	17.6元人民幣	6.8元人民幣
順豐集運	自取	23元人民幣	8元人民幣
	派上門	25元人民幣	8元人民幣

註：以上為淘寶官方集運商，一般拒絕運送液體、食物等商品

### 私人集運公司

DIMBUY	自取	11元至26元港幣	8港元至9港元
	派上門	25港元	9港元
多寶集運	自取	10港元至14港元	8港元
	派上門	16港元	6港元
淘派集運	自取	10元人民幣	3.8元人民幣
	派上門	13.9元人民幣	3.9元人民幣
神州集運	自取	10元人民幣	4.5元至5元人民幣
	派上門	14.5元人民幣	4.8元人民幣
Buyup	自取	11元人民幣	6元人民幣
	派上門	16元人民幣	6元人民幣
Funlala	自取	10元人民幣	6元人民幣
	派上門	18元人民幣	6元人民幣

資料來源：各集運公司網站整理：香港文匯報記者 唐文