



3月9日，山西中鼎物流集团有限公司的工作人员在远程操控龙门塔吊进行装载作业。



## 物流快递：疫情下的危与机

从短期来看，疫情对快递行业在订单、人工及派送三大方面产生了巨大影响。物流行业面临重重考验，未来行业或迎来一轮洗牌。

□ 记者 | 陈 冰

在这个春节里，“宅在家里就是给国家做贡献”的是普通群众，而那些始终坚守在工作岗位上的，除了一线的医护人员，还有在城市中不停穿梭的快递小哥。

当新冠肺炎疫情对许多行业都造成了难以抑制的负面影响时，对于快递行业而言，今年的春节却是一个与以往都大不相同的春节。一方面，作为防疫、应急物资的主要运输方，各大快递公司第一时间响应需求，不计成本地驰援武汉，而且都开通了绿色通道，免费寄送物资。

另一方面，宅在家的普通民众更加依赖快递小哥的服务来满足基本的日常需求。网购导致了快递的爆发式增长。来自京东到家消费数据显示，自1月27日至2月13日短短半个多月的时间内，京东到家平台总体销售额同比增长450%，粮油副食同比增长540%，肉品同比增长1080%，休闲食品增长420%，蔬菜增长800%，水果增长350%……

抗击疫情的关键时刻，众多市民不得不选择了“足不出户”的消费方式。