



快递电商打响逆向“跨界争夺战”

■ 廖容

如今,在京东、阿里巴巴、苏宁等电商企业斥资自建物流仓储的同时,一些传统快递企业也不甘只给电商“打工”,纷纷跨界做起电商生意。不过,逆向做电商似乎并不容易,在电商巨头自建的物流体系已经颇为成熟的今天,物流企业还怀揣着电商野心,在市场中缓慢地摸索前行。

快递为啥做起电商“副业”

近日,圆通速递宣布旗下的电商项目“圆通妈妈商城”正式上线。记者在圆通妈妈商城APP中看到,该商城主打一站式跨境购,主营产品包括母婴用品、个人护理、家居清洁、环球美食、地方特产等,目前上线的商品大多是近年来的跨境电商爆品。据介绍,这些商品由圆通海外直采,保税仓发货,一般3到5个工作日到货。

这不是快递企业第一次试水电商,在圆通之前,顺丰、韵达等快递企业就早已进军电商领域。优越的物流仓储优势,是快递企业进军电商的最大“资本”。近年来,国内几大快递企业大力拓展海外业务,进行海外布点,以顺丰、韵达、圆通为代表的快递企业借此机会,将跨境物流和跨境电商结合,“双管齐下”,跨境商品也成为了快递自建电商的主打产品。

与此同时,快递企业也并未放弃国内商品的经营,例如,圆通妈妈商城中推出了国内多个地方的特产,顺丰去年上线“顺丰大当家”电商平台,主营水果、海鲜水产、肉蛋食材等品类,韵达近日在2016年报中表示,其网上购物商城将全新调整升级,国际馆、国内馆齐头并进。

自建实体店打通线上线下

而快递企业的野心并未止于线上电商业务。随着京东、阿里巴巴等平台的电商业务渗透到街边夫妻店,快递企业也将“触角”延伸至



社区O2O领域,通过开设社区门店,将线上与线下打通。

今年2月,圆通开始将此前主要提供快递服务的5万多个圆通妈妈驿站升级,打造成社区综合服务店。门店将主要包括快递服务区、日常生活消费品购买区和跨境产品、地方特产体验区。目前圆通已在上海开设三家升级版圆通妈妈驿站,未来将进入北京、广州等多个城市。

不过,社区门店的打造并不容易。2014年5月,顺丰在全国各地的518家嘿客店同时开业,随后顺丰迅速跑马圈地,当年年底,全国的嘿客门店数量达到近3000家。不过,由于基石不牢固、专业人才不足,大部分嘿客店处于亏损状态。上线一年后,顺丰宣布将嘿客升级为“顺丰家”,提供更为丰富的线下体验,但不少嘿客店接连关闭。

业内人士分析,高昂的成本和较低的运营效率,让嘿客店对于用户而言犹如“鸡肋”。不过,社区便利店可以让本就有末端配送优势的快递企业与居民产生更多联系,如果以合理的模式运营,快递企业有望分食社区商业这块大蛋糕。

快递跨界应深耕细分市场

在电商跨界进入物流的尝试中,涌现出京

东、苏宁、阿里巴巴旗下的菜鸟网络等成功案例,但提起快递企业打造的电商平台,令人印象深刻的却寥寥无几。

尽管快递企业试水电商已有几年之久,但在电商市场中的成绩并不显眼。据了解,经营品类颇为齐全的申通“爱买网超”上线两个月后便“夭折”,其他快递企业的电商平台也不温不火。

“快递企业做电商的目标市场应该是细分市场,和大型电商平台形成差异化竞争。”快递物流咨询网首席顾问徐勇认为,电商企业和快递企业的侧重点不一样,电商企业主要发挥集中采购的优势,而快递企业主要发挥细分市场的物流优势,因此,快递企业需要根据自身优势,通过市场调研和 market 测试,针对某个细分市场提供个性化服务。

目前,阿里巴巴和京东共占据国内电商市场近89%的市场份额,苏宁易购、唯品会、国美在线占据约5%的市场份额,电商板块已经形成了稳定的梯队,后来者需找到准入壁垒较高、较难复制的蓝海市场进行深耕。

徐勇表示,快递企业跨界经营是大势所趋,目前多数快递企业还处于尝试阶段,拥有末端配送优势的快递企业,除需找准跨界方向,还需要建立专业团队,提高用户运营、市场营销等方方面面的能力。

日日顺智慧物流成为行业标杆

日日顺物流历经十多年发展,在全国拥有103个TC库,6000个大件送装HUB库、500万平方米智能多级云仓,建立了一整套智慧化物流体系。在互联网时代,日日顺物流率先提出了“零库存”的概念,变传统的网格结构为现代化的分布式结构,通过分布式三级云仓运营模式,为客户提供多种定制化的解决方案,日日顺物流正以仓储的标准化、网络化、可视化引领行业未来。

目前全球物流行业正在迎来新一轮升级机遇。新经济带来的需求碎片化和多样化,现有物流模式很难满足,必然催生新的物流模式。物流行业一旦实现智慧和共享,可以帮助中国大大降低社会物流总成本。智慧物流是将新一代信息技术应用于物流业中,实现物流的自动化、可视化、可控化、智能化、网络化,从而提高资源利用率和生产力水平的创新服务模式。

奥康打造智慧物流

近日,奥康国际华东运营中心在上海金山区正式启用,这是奥康打造的“中国鞋行业首家智能运营中心”,从订单生成到商品出库,奥康华东智能物流基地最快只需30分钟。而它所辐射的区域内部分消费者,可以享受到半日达服务,二级市场“次日达”。

奥康上海华东运营中心是奥康投资3.8亿元建成。据中心负责人介绍,物流仓储区采用全自动流水线 and 进口机器人,从产品进仓卸货到扫单入库、存储、提货、打包、发货全部由机器完成。“能日处理电商订单超5万单,还能完成奥康线下门店5000箱的发货任务,双十一期间日最大发货能力达30多万双。”

多年以来,中国物流行业低效运转,让我国社会物流总费用长年超过10万亿元,占GDP比重为18%,是美国8.5%的2倍有余,物流成本明显偏高。经过数年努力,物流成本总算从18%降至16%,但仍然比欧美日等国高出两倍有余。如何降低物流成本是国家命题,也是日趋壮大的物流企业共同的期盼。同时,如何解决物流瓶颈已经成为行业的共同命题,也是大家都渴望找到的方向和答案。

现在国内许多物流公司将在智慧物流方面加大研发和投入,提升消费者的服务体验。业内人士指出,仓储是物流一体化运作和商品流通的重要环节,日日顺智慧物流基地为行业树立了标杆。它通过智能程序系统和智慧设施设备,使物品的存储与管理完美融合,在人力成本高、资源损耗大的行业现状下,推动了物流仓储行业的转型升级。(赵斌)



内蒙古中西部首个保税物流中心获批 形成东西呼应格局

近日,呼和浩特海关对外表示,巴彦淖尔市保税物流中心(B型)正式获得海关总署、财政部、税务总局和国家外汇管理局的正式批复。这是内蒙古自治区第二家保税物流中心,也是内蒙古中西部首家保税物流中心。

随“一带一路”倡议的推进,毗邻俄蒙的内蒙古正逐渐从“少数民族内陆边疆省份”的既有印象转变成“中国向北开放的北大门”,并凭借四通八达的陆路通道渐成欧亚大通道上的交通枢纽。

保税物流中心是指封闭的海关监管区域并且具备口岸功能,分A型和B型两种。呼和浩特海关同时提供材料显示,内蒙古首家保税物流中心(B型)已经于2013年在内蒙古东部的赤峰市封关运作。巴彦淖尔保税物流中心(B型)获批,正好形成东西呼应格局。

呼和浩特海关同时表示,保税物流中心(B型)应在批复同意1年内申请验收,经呼和浩特海关等部门验收合格后,报四部委审核同意方可投入运行。(陈冬)



了解详情,请关注重汽王牌官方公众号

销售热线: 自卸销售部 028—83678009

中重卡销售部 028—83678132

轻卡销售部 028—83678033

微卡事业部 028—83679167

敬请莅临当地经销商展厅品鉴