

# 京东全球物流总部落户西安 5年内计划投资205亿元

刘俊成

5月22日,京东集团与西安航天基地签订了京东全球物流总部、京东无人系统产业中心、京东云运营中心合作协议,5年内计划投资205亿元。此次签约是推进陕西省政府与京东集团签署的《构建智慧物流体系战略合作协议》的关键环节,将打造京东集团全国最大的综合性智慧物流产业基地。陕西省省长胡和平,陕西省委常委、西安市委书记王永康,西安市市长上官吉庆,京东物流CEO王振辉,京东集团执行副总裁兼首席公共事务官蓝焯等出席了签约仪式。

据悉,京东集团将与西安航天基地展开深入合作,在智慧供应链领域进行全方位、系统性布局,发挥双方优势,联合开展“334”工程,即建设“三个总部,三个平台,四大产业”,包括构建京东集团全球物流总部、全球无人系统产业总部、京东云陕西大数据运营总部;建立融合智慧物流平台、飞行运营平台、大数据运营三大平台;打造智能制造、智慧物流、云计算、特色小镇四大产业。

未来5年,京东集团将充分利用西安航天基地提供的科技、空域、人才资源,打造集仓储、配送、结算、大数据、云计算等现代物流业务于一体的智慧化物流产业中心,积极引导上下游产业链企业进驻航天基地,从而形成智慧物流、京东电商、京东云等产业集群,推动京东集团全产业链在航天基地的集聚发展,力争在十三五末形成产值超过1000亿元的产业集群。

在无人系统产业中心落地方面,双方计划在2017年底完成京东无人系统研发团队的组建工作,并逐步开展京东“无人机、无人车、无人仓”一体化测试体系建设并加大创新“通航机场+智慧物流+科技创新+商贸旅游”的产业发展模式。

此次签约的京东云运营中心也将致力



于建设国内领先、国际一流的云计算+大数据新基础设施平台,打造统一城市云端入口,构建“以云技术为支撑,以大数据为驱动”的智能城市生态,打造平台、数据、生态、网络四大体系,形成云聚产业、智赢未来的经济发展新局面。

## ▼相关链接

## 京东布局西安: 建设三大项目 进军航天物流领域

据了解,京东集团计划未来5年投资205亿元,在西安打造京东全球物流总部、京东无人系统产业中心以及京东云运营中心。其中,无人系统产业中心将是双方合作中的一个重点项目。京东集团和西安航天基地双

方将利用各自的优势,逐步开展“无人机、无人车、无人仓”一体化测试体系建设。

## “344”布局智慧供应链

上述签约是推进陕西省政府与京东集团签署的《构建智慧物流体系战略合作协议》的重要一步。三个项目建成后将成为京东集团在全国最大的综合型智慧物流产业基地。对于双方合作,陕西省政府和京东都相当重视。出席此次签约仪式的有陕西省省长胡和平,西安市委书记王永康等省市领导,以及京东物流的CEO王振辉以及集团执行副总裁兼首席公共事务官蓝焯等。

根据协议内容,京东集团将与西安航天基地展开深入合作,对智慧供应链领域进行全方位布局。后续双方将联合开展“344”工程,即建设“三个总部,三个平台,四大产业”,分别包括构建京东集团全球物流总部、全球无人系统产业总部以及京东云陕西大数据

运营总部,建立融合智慧物流平台、飞行运营平台、大数据运营三大平台,打造智能制造、智慧物流、特色小镇四大产业。

借此,京东集团将在西安打造集仓储、配送、结算、大数据、云计算等现代物流业务于一体的智慧化物流产业中心。在此过程中,西安航天基地在科技、空域、人才方面为京东集团提供资源。

## 无人系统进军航天物流

“京东集团通过发挥龙头企业的规模效应和示范效应,可引导上下游产业链企业进驻航天基地,从而形成智慧物流、京东电商、京东云等产业集群,推动京东集团全产业链在航天基地的集聚发展。”京东方面相关人士告诉记者。

此次签约也可一窥京东集团在未来产业格局方面的战略构想。在无人系统产业中心落地方面,京东和西安航天基地双方计划在2017年底完成京东无人系统研发团队的组建工作,并逐步开展“无人机、无人车、无人仓”一体化测试体系建设。

对此,京东集团还将在航天基地注册组建全资子公司,用于无人系统技术研发团队的管理、运营和投资,建设工业级无人机研发生产基地。

在京东云运营中心方面,其将致力于“云计算+大数据”新基础设施平台,打造统一城市云端入口,构建“以云技术为支撑,以大数据为驱动”的智能城市生态,打造平台、数据、生态、网络四大体系。

关于上述合作协议,京东集团首席执行官刘强东表示,“陕西省是我国军工大省,而西安航天基地军民融合的产业发展方向已经上升到国家战略层面,此次双方的合作对于中国智慧物流体系落地具有示范性效应。”

## 中西部物流地产 迎来发展新机遇

日前,“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行。“一带一路”会对中国的房地产市场带来怎样的影响?邦瑞魏理仕中国区研究部主管谢晨认为,近期来看,对国内房地产市场的影响局限于中西部的物流地产领域,如淘宝全国首个跨境电商保税仓布局在重庆西永。企业在其他西部节点城市的相关布局也在加快,如海航正在西安加快建造高标仓。

从中远期来看,“一带一路”有助于改善内陆与沿海地区的经济发展不平衡,引导企业、资金、人口等发展要素不断向内陆核心城市集聚,并对其商业和住宅房地产的需求和价值形成可持续的正向拉动。与此同时,电商、金融等相关服务企业的成长将为一二线及二线核心城市带来新增的办公物业需求。

(黄成)

## 铁路集装箱多式联运 “十三五”规划发布

近日,国家发展改革委、交通运输部、中国铁路总公司联合印发《“十三五”铁路集装箱多式联运发展规划》(简称《规划》),预计到2020年,我国集装箱运量达到铁路货运量20%左右,其中,集装箱铁水联运量年均增长10%以上,中欧班列年开行5000列左右。

根据《规划》,“十三五”期,我国将提升传统运输通道能力,研究构建北京—天津—沈阳—哈尔滨、北京—上海等双层集装箱运输通道,有序推进面向全球、连接内陆的国际运输通道建设;优化集装箱场站布局,强化枢纽衔接配套,加快推进上海、宁波舟山、广州等港口疏港铁路建设;推进内陆港建设,打造完整的国际联运和铁水联运系统,促进一体化通关。同时,强化多式联运组织衔接,加强铁水联运衔接,优化公铁联运模式,完善集装箱供需体系,加强运输时效性管理。

在技术装备与信息共享方面,我国将大力发展20英尺、40英尺国际标准集装箱,研发应用适应市场需求的内陆集装箱,重点发展集装箱专用车,加快研发多式联运设施设备;构建信息共享服务平台,加强物联网、云计算、大数据等技术应用,建立铁水联运信息共享机制,打造“互联网+”服务模式,研究开发面向客户的多样化信息服务产品。

(邓毅)



## 区域调查

一条快递派件费上调的消息连日来闹得沸沸扬扬,在各方都还在等通知的大背景下,“羊毛出不出在羊身上”成了争论的新焦点。有分析人士认为:快递短期无上涨基础,民营快递企业竞争依然胶着,繁荣背后正危机四伏。

# 云南快递业 繁荣背后危机四伏前景堪忧

李琛

落地配在逐步蚕食快递业务、订单的决策权在悄然变化,电商自建物流的冲击,快递企业单一快递网络服务很难生存、乡镇市场依然“鸡肋”。或许这样的危机还没完全来到云南,但业内人已经感受到丝丝凉意;增长的步伐正在变缓,翻番或者50%以上的增长几乎不复存在。风还停在“青萍之末”,有人觉得这个市场的好光景还有3-5年,也有人开始未雨绸缪。

这个行业的未来会怎样?云南一些业内人士没有明确的答案,但在他们看来,变化或者说大洗牌是肯定的,就像快递柜给末端派送带来变革那般。对于云南全省快递高度集中于昆明,昆明市邮政管理局相关工作人员也给出了解释:“昆明是省会城市,对快递服务的需求量巨大,各快递品牌在昆明市布点多且密,力求满足各片区用户对快递服务的需求。昆明交通运输基础设施和网络布局较我省其他州、市相比更为完善和成熟,各快递品牌均在昆明设立总部及分拨中心。”

对于这样的负增长和低增长,云南快递行业内人士将其原因归结于元旦放假、春节放假等。他们同时也坦言,从纵向角度来看,伴随着云南县城以上城市被各家快递布局得差不多,要是在乡镇一级没有及时开拓新市场,云南快递行业整体增速将较之前会有所降低。

## 调查一: 云南还有3-5年好光景?

从“行业统计”来看,这样的“负增长”只算是个偶然。在云南快递业内人士看来,尽管没有高速增长,但3-5年的好光景依旧存在。“和发达省份相比,云南还有很大的增长空间,特别是云南农产品电商一端的产能,还没有完全开发释放出来。”据韵达快递云南区

负责人刘炎军介绍,之前由于在电商板块,云南买进多卖出少,但这两年云南的蔬菜、水果等农特产品正在大批量走出去。

笔者从昆明市相关部门获取的一份电商报告显示:昆明拥有全省80%多的电商平台,但普遍规模比较小,发展还不够完善,与东部地区相比仍处于落后水平。就算是入驻第三方平台的如出一辙:创新较少,缺乏竞争力,小卖家难生存,缺乏发展主动权,对政府项目过于依赖,龙头电商缺乏带动力。

在相对有限的市场空间里,云南快递行业的价格战此前持续了多年。“昆明市快递市场持续很长一段时间在低价竞争,通过低于或基本与成本价持平的价格招揽用户,争夺市场份额,从而提高自己品牌在快递市场的知名度和市场占有率。”昆明市邮政管理局相关工作人员指出,“价格战带来服务质量降低、营业网点勉力生存、快递员辞职、快递业口碑下降等一系列恶劣影响,快递企业发展面临微利化、无利化、亏损化的趋势。”

从笔者之前走访的百世、申通、韵达等快递企业云南相关负责人反馈的情况来看,通过价格战实现跑马圈地之后,大家开始在服务质量上有所强化。“各快递品牌逐步意识到价格战的危害,我市部分快递企业从去年开始跳出价格战,通过寄递各环节的服务优化、以时效为基准的产品优化、新业务领域的开拓进行企业转型。”昆明市邮政管理局相关工作人员说。

## 调查二: 渠道下沉痛点的幕后危机四伏

从2016年10月开始,在半年不到的时间内,圆通、申通、韵达、顺丰陆续上市。有研究人士梳理四家2017年一季度报发现一些共性特征:在净利润增幅放缓的同时,四家快递公司总成本继续增长,除了申通外,其他三家成本增长比营收增长更快。财报显示,其中最显著

的是管理费用及营业成本的增加。与此同时,各家在完成向重资产型企业和综合物流服务供应商的转变过程中,正加大投入,使得一些快递企业一季度现金流出现断崖下跌。

据笔者观察,这四家快递企业上市之后,对强化渠道下沉的同时,也对其省级中转站进行改造,要么是通过购买或者承租的形式,中转场地搬至使用面积更大的区域;要么是强化中转分拣系统的自动化程度,大家都瞄准了全自动化分拣系统。

百世物流云南分公司总经理陈雨坦言:尽管百世快递增量也还可观,但在其他企业都力争上游的大背景下,这个行业在增长放缓之后,已经弥漫着一些危机。就云南快递市场来看,渠道如何下沉到乡镇,如何在城市里获取更多的业务量。正成为大家的痛点。

这样的痛点要是放到东部沿海一带会被加倍放大,资深物流专家、汉森世纪供应链管理有限公司总经理黄刚曾撰文指出这个行业“幕后的危机四伏”,具体来看对快递形成最直接影响的因素有以下几方面:

落地配在逐步蚕食快递业务。最近几年的趋势看,各大品牌都是通过工厂直接发到城市云仓,各大品牌都能够通过大数据预测城市的销量,前期做好了供应链计划。这样的服务相对来说比传统的快递企业可能更有竞争优势。同时以天猫超市为代表的企业,在过去两年大量地扶持了城市落地配的发展。

全渠道时代,每一个品牌面临线上线下多个平台的订单,包括现在在微电商的发展,品牌方倒逼着进行供应链的整合。因此发货权已经不是平台电商在决策了,而是品牌方决策。快递企业要获得更多的业务,必须去和各大品牌方谈深度合作。

快递企业单一的快递网络服务很难生存,供应链综合服务发展是必然趋势。品牌方现在需要全渠道的物流服务,已经不是单一的仓配服务了,需要全渠道的供应链服务。传统的“三通一达”根本没有供应链运营能力,而顺丰已早有准备,顺丰已经把自身定义成

企业综合供应链服务商。还有一个是电商自建物流的冲击。

## 调查三: 农村市场目前还是“鸡肋”

按照《云南省人民政府关于促进快递业发展的实施意见》的要求,到2020年,云南基本实现乡乡有网点,村村通快递。那么,距离这样的构想还有多远呢?从笔者了解的情况来看,伴随着村淘等电商渠道下沉,云南一些乡镇也开始有了快递。

据韵达快递云南区负责人刘炎军介绍,在县城及以上城市布局完全之后,韵达正开始从一些经济较为发达的乡镇入手,充分利用好村淘、农村便利店这样的渠道,而后辐射到更多的乡镇,但目前来看还处在起步阶段,效果并不是太好。

在昆明这样云南快递较为发达的城市,其所辖区域乡镇至今仍没与实现百分之百覆盖。据昆明市邮政管理局相关工作人员介绍:“目前,昆明市辖14个县(市、区),共有70个街道办事处、59个乡镇,目前已设立快递网点的乡镇共45个,乡镇网点总数157个,已设快递网点的乡镇占乡镇总数的76.27%。”

百世物流云南分公司总经理陈雨曾细算过一笔账,一个从省外寄往乡镇的快递,到达县城后由于发往乡镇的快递量比较少,往往享受“专车”待遇,这样一来成本便大幅上涨,从县城到乡镇每票多出来的平均运费在10元,在揽收一端也面临着同样的问题,最终这样的成本也将转嫁给消费者。

即使在高成本、低利润的压力下,虽然近几年农村市场的业务量有所增加,但是链条长,快递件不集中等客观事实是无法改变的,很多快递企业还是像当年挺进县城那样义无反顾,主要是考虑到未来农村市场的前景,不得不硬着头皮布局。

## 调查四: 无法预知的末端派送

一些业内分析人士指出:“快递短期无上涨基础。目前快递费涨价的产业环境还不成熟,民营快递企业竞争依然是胶着状态,更多企业依靠量和规模谋求发展和抢占市场时,盈利暂时还不是最重要选项”;“通达系”快递公司的市场份额总体呈现下降趋势,现阶段如果涨消费端价格,市场份额将加速下滑。接下来,中国民营快递公司之间的竞争,将逐步进入品牌和服务制胜阶段”。

这也是源自快递末端派送的调整,而在王金良看来,在整个快递供应链体系,末端派送有着“无法预知的未来”,“之前快递员都把快递送到家里,但伴随着速递易、丰巢等快递柜的出现,末端派送已经被彻底改变了,不再需要亲自往家里送的同时,也大幅度提高了消费者和快递员的效率。”

“尽管快递在云南无论是从业务量,还是营业收入层面都还在快速增长,但任何一个行业都会由成长过渡到成熟,达到饱和阶段。”为了应对,王金良2015年开始做起了云南第一家百世云仓,在“揽”的环节下功夫。

面对商家、第三者对快递市场的蚕食,以及同行间激烈的竞争,云南一些快递业内人士也觉得快递供应链综合服务是很多快递企业正在演变的方向。顺丰在云南正在强化和商家、农户合作,实现了直接从场厂、田间直接抵达消费者的运营模式;百世快递除了百世云仓外,还将在百世店等领域力争突破。

对于云南快递行业发展,陈雨有个“T2C”(Tree to Customer)的理论:“从云南往外发的商品来看,水果占据着大头,在‘揽-运-派’环节中,如何提高效率,降低成本、减少磨损、保障品质,去除中间环节至关重要,这就得要求水果在树上时就展开售卖,而后按订单及时生成快递。包括蔬菜等云南其他农特产品也应该如此。”这样的运营模式百世快递已经在一些领域开始了尝试。