

一年一度的“6·18”电商购物节虽已落下帷幕,但个中的精彩却仍让人记忆犹新。今年的购物节,各大电商都升级了玩法,形成年中寄递高峰。快递企业则铆足干劲、积极应对,邮政管理部门周密部署、协调推动,继续发挥“错峰发货、均衡推进”的核心机制作用,确保寄递渠道安全畅通、平稳运行。

甘肃出台十项措施 推动邮政业稳步健康发展

近日,甘肃省邮政管理局印发《关于促进全省邮政业稳步健康发展的通知》(以下简称《通知》),制定十项措施推动全省邮政业转型升级、提质增效,努力实现年初确定的各项发展目标。

《通知》分析了全省邮政业目前的状况和发展过程中遇到的问题,制定了具体的推动发展措施,包括推进供给侧结构性改革,促进行业转型升级;深化“放管服”改革,优化行业发展环境;实施“互联网+”战略,推进产业协同发展;推动惠邮政策落地,提升行业发展动力;加强网络设施建设,增强行业发展能力;提升末端服务水平,补齐制约发展短板等。

《通知》要求,各市(州)邮政管理局要坚持稳中求进的工作总基调,继续把加快发展作为当前工作的首要任务,进一步坚定发展信心,紧盯目标不动摇,咬定发展不放松,追赶跨越不停步,确保全面实现发展目标,努力开创全省邮政业改革发展的新局面。

甘肃省邮政管理局相关负责人表示,下一步将联系相关部门加强联动协调,共促发展,并深入实地调研督导,确保《通知》措施尽快落地实施、及早见成效。(牛忠)



管理部门周密部署 快递企业全力“投”入

记者从多省邮政管理部门了解到,尽管应对年中寄递高峰已成常态化工作,但各地仍然周密部署,督促企业做好服务保障工作,确保行业“打一仗进一步”。以浙江局为例,该局科学组织、周密部署,考虑到今年较以往有了升级态势,要求各市局、各企业切实抓好备战预案,细化保障方案,落实责任分工,储备人力、运力,重点做好预案、宣传、组织、安全、应急等五个方面保障工作,加强对重点电商、快递企业和重点部位的动态跟踪,协调推进错峰落实。尤其是夏天天气变化频繁,浙江局督促企业建立应急响应机制,积极做好恶劣天气、交通拥堵等突发事件的应对工作。

安全之弦时刻不能放松。江苏常州局要求快递企业主动排查安全隐患,定期整改到位,鼓励寄递企业开展“平安寄递”创建,并落实“双随机”执法机制,常态化开展行政执法,严厉处罚安全生产违法违规行为。浙江舟山局及时通报近期业内发生的安全事故及违规收寄违禁品案件,落实寄递安全“三项制度”,排查安全隐患,要求各寄递企业严把收寄关口。

此外,为切实维护消费者权益,各地邮政管理局督促企业保证快递服务质量,防止丢失、损毁和延误等问题出现,并提示消费者遇有纠纷可向12305申诉协商解决。浙江省邮政业消费者申诉中心及时对各市局申诉人员进行培训,并指导企业及时妥善处理消费者快件延误丢失等问题。吉林通化局则指导企业完善应急预案,申诉处理制度,及时妥善解决消费者反映的问题。

购物节产生的快件量,应该不会超过去年“双11”。去年“双11”的增加的基础设施、人员等,今年已经成为常态化,因此末端网点的压力应该不大。”该负责人表示。

管理部门:细化方案 周密部署

经过多年快递旺季的“实战”,“错峰发货、均衡推进”的核心机制日臻完善。各级邮政管理部门加强领导、周密部署、协调推动、狠抓落实,继续发挥好“错峰发货、均衡推进”的核心机制作用,坚持服务与安全并重,确保“两心三保”,确保寄递渠道安全畅通、平稳运行。



通预计全网在18日-21日4天内共新增、调整跨省车辆2000多辆,重点降低省与省之间因货量上涨发生的单边发车现象,提升车辆利用率。浙江申通快递航空件作业人员从200余人增加到400人左右;分拨中心比平时增加100余名作业人员,达到800人。百世供应链40多个云仓参与“6·18”,上海、广州、宁波三地的云仓单量占据云仓中的前三甲。

末端服务直接面向消费者,质量好坏尤为重要。圆通速递有关负责人表示,该公司向全网发布要求并给予相应的扶持和指导,末端网点一定配备充足的车辆、人员,24小时不间断操作确保中心无滞留快件。“今年年中

“6·18”谢幕 管理部门周密部署

2017年的“6·18”电商购物节上,各物流快递企业的表现可圈可点,邮政管理部门也是殚精竭虑。记者对此进行梳理“复盘”,探究邮政业如何迎战“6·18”促销后迎来的寄递高峰、如何“打一仗、进一步”的方略。

寄递企业:积极应对 平稳度峰

所谓“不打无准备的仗”。为保障今年“6·18”寄递顺畅进行,各大寄递企业之前都制定了相应方案,并对企业运能进行了升级。

“这是京东物流在独立后迎来的首个大考。”京东物流CEO王振辉表示,今年全面加强“智慧运营”保证派送速度,包括全面启用9个现代化智能物流中心“亚洲一号”,使用无人车、无人机、分拣机器人等“黑科技”和智慧物流技术,约2万条“干支空铁”运输线全面铺开,上万辆运输车24小时不间断发车。6月18-21日是订单高峰期,京东物流以四种颜色标签按照日期对仓库生产的订单进行分类识别,确保订单按时间先后配送。

“当日达与次日达的订单数量仍在稳步提升,不论速度、效率都较以往大有提升。”菜鸟联盟负责人周轩裕说,这与合作伙伴的共同努力密不可分,比如北领保证了大量商品的顺利入库,苏宁保证了配送的迅速达成。

“通达系”等企业也加强能力建设,储备充足的一线揽投、客服人员,并增添必要的作业设备、配送车辆,扩大作业场所面积。如圆

人物报道

曾是民营快递第一人,却被两次踢出局,马云出资7000万都救不了他 宅急送和星晨急便创始人陈平的商海人生

闫明 李畅

不久前,顺丰和菜鸟网络互掐事件引来众多吃瓜群众的围观……

作为快递业两大巨头,顺丰和菜鸟网络无疑是赚足了热点;但在上世纪90年代,快递业根本无人问津,直到这个人的出现——他就是宅急送和星晨急便的创始人陈平。事实上,鼻祖的名头可不是随便说说的,申通2010年的销售额才9亿多,而宅急送在2007年就达到了13亿元,仅仅花了13年便成为业界老大,而陈平更是被誉为“民营快递业第一人”。

曾经中国快递的王牌企业,为何沦落二线?曾经的中国民营快递之父,又如何从先驱变先烈?

不同寻常的出身 偶然接触快递业

1959年,陈平出生在湖北天门的状元之乡。1979年,在全国高考录取率不足6%的年代,陈东升从文上了大学,考入武汉大学政治经济系;而更早一年,弟弟陈平从武警参军,成了一名坦克装甲兵。此后十多年,二哥陈东升先后任职于外经贸部、国务院,30多岁就成了副局级的干部,而陈平也在部队里上了军校,做了军官。

时至1990年,陈平从部队转业。部队待久了的他,踏入社会后,感到有些茫然:“无论做什么,一切似乎都要从零开始。”这时,刚从日本考察回国的陈东升,拿着日本一些学校的招生简章问陈平:“你去不去开阔眼界?”

上世纪80年代末,对刚吃饱饭没几年的中国人来说,盛产松下电视机、三洋收录机、本田摩托、皇冠轿车的日本,是不折不扣的发达国家。陈平心里想,反正到哪儿都是从零开始,还不如去国外开阔眼界。

就这样,1990年,31岁的陈平在二哥陈东升的资助下转身去东京学习广告影视。为了生活,陈平利用周末时间到一家中国小餐馆刷盘子。1991年夏天,餐馆老板娘去大阪进货,谁知走得匆忙,合同忘记带了,“马上给我用宅急便快递过来”,老板娘要得很急。

“宅急便是什么?”陈平到了街角的小卖部,才知是一家快递公司。原来宅急便啥东西都能邮,“只要在日本国内,5天之内保证送到!”

陈平觉得不可思议,他想起自己在部队给父亲寄冬靴的事情,前前后后去了三次邮局才搞定。“宅急便是个好东西,中国也得有着”,第二天,陈平扭头就去“宅急便”应聘,当起了送货员。

在中国开一家快递公司的想法,每天萦绕其脑海。于是,在宅急便干了三年的陈平对宅急便的流程、管理、激励等方面都留了个心眼。



陈平

涌,一批知识分子投身“商海”,其中就有“92派”的代表人物,陈平的哥哥陈东升。

尽管远在日本打工,但日本报纸对邓小平南巡讲话的持续、大篇幅报道,让陈平越来越振奋,与投身商海的二哥交流,更让他感觉回国创业的时机到了,是时候点燃那个一直“灼烧”自己的梦想了!

创办宅急送: 中国第一家民营快递企业

1994年,陈平带着一家三口节衣缩食攒的30万元回国,和二哥陈东升一起创办了北京双臣快运有限公司,这也是中国第一家民营快递企业。

当时政策有规定,公司必须要7个人3台车,司机还得是北京人。陈平印了一堆招聘广告,从德胜门一路贴到昌平,结果人人都以为是招商机的,裤衩拖鞋就来面试了。

没办法陈平只好忽悠姐姐和自己的同窗战友一块干,好不容易才凑够了7个人。1994年的中国,老百姓生活中几乎不存在“快递”的概念,360行也基本没快递这么一个行业。双臣正式开业,可连续三天都没有生意,第四天陈平急了,7个人一起去大街上“扫街”,终于迎来了第一单生意:在中关村,一个等车的人将他们的快递车误认为是载客的小巴,上车给了1块钱,然后搭车到了亚运村。

不能等着生意上门,陈平开始在报纸缝的小广告里找活干。撑到1994年年底,勉强强赚了4700块。“看来还是学艺不精”,1995年春节一过,陈平去了日本长野,找到一城株式会社的负责人小林。

没有想到小林对中国的快递市场非常看好,两人一拍即合,当年3月份就成立了“北京双臣一城快运”,注册资本金为180万人民币。公司这下总算有个专业的老师带队跑了。

1996年情人节,小林给陈平支招“送鲜花”。结果,双臣马上火了,4部电话,从早上8点一直响到晚上10点,当天就接到了1万多单,日营业额超过15万。此后,陈平给双臣取了一个更响亮的名字“宅急送”,然后大步流

星朝前跑。

首先,把准星瞄向北京火车站。陈平拿着印有宅急送的小卡片,找到北京铁路系统6大货场的负责人,“要提货请找宅急送,每件货额外付6块钱。”听说有油水,货场负责人自然一口答应。

结果当年从货场走货的营业额就超过50万,一年不到,陈平就建立起了自己的业务网和运输网。

其次,向全国扩张。从1998年开始,陈平的宅急送已经在北京稳住了阵脚,他就以北京、上海、广州为基地,开始实行24小时门对门的服务。

短短一年时间,陈平就建成了6个子公司,200个网点,每年营收保持着80%的增速。

最后,分享股份。为了让下面的6家分公司“有苦共担,有利共享”,陈平拿出5%的股份,共计300万股分给各路诸侯,并放出风声“现在喝点汤,将来上市再吃肉”大伙于是玩命干。

此后10年,宅急送平步青云。到了2007年,宅急送的营业额已经突破13亿,员工近万名,覆盖了全国300多个城市,成为快递业的老大。

正当陈平笑傲于快递业江湖时,一次接受采访期间,偶然得知顺丰快递营业额已经达到了26亿。这让陈平很是震惊,强烈的好胜心让他很难接受这个现实。

“我就没有想到有能够超过我们企业。因为我当时的目标是一直盯着国有企业,如中铁快运、民航快递。顺丰潜伏型的发展,不参加任何快递协会、物流采购年会。”陈平回忆说。

和宅急送主打大件包裹为主不同,顺丰主打小件物流市场。陈平发话,要收购顺丰扩展自己的业务。但谁知道,陈平坐飞机南下,王卫见都没见一面便回绝了。

深受刺激之下,不顾家族成员的强烈反对,陈平在公司掀起了疾风暴雨般的改革。“可口可乐一瓶水就两块钱,它能做到世界500强,超过了波音公司。我们做大件行业顶多10个企业用你,你的公司才能做多大?我要做小件,有1个亿的服务对象,可能是两个亿。”陈平如此宣扬他的理念。

不到8个月,宅急送光招人、买货车就花了6000多万,公司哪经得起这么烧?眼看资金不够了,宅急送就与美国华平投资签订了



3个亿的投资协议。紧要关头却不料美国次贷危机爆发,华尔街跳槽的人比金门大桥还多,这钱是拿不到了。

小快件业务没发展起来,以大客户为主的项目物流也陷入停滞,宅急送进退两难。为求生存,无奈之下,宅急送在一周的时间里,裁掉员工近万名,撤掉2000多个网点。2008年12月3日,陈平提出分家,告别了为之奋斗15年的宅急送。他一个人出去旅行,只身躺在100元一晚的旅馆里,陈平觉得,“谁都没有错,只是我难过。”

行业巨变:快递梦再次破灭

这次出走没过几个月,他就坐不住了,决定自己开公司做小件快递,要让他们知道自己看走了眼。就这样,一家名为“星晨急便”的快递公司成立了。

“到2015年,也就是我55岁的时候,如果还没有成功,我就认命!”

陈平不认为自己是急于求成,在他看来,当年创办宅急送时,无资金、无项目、无经验、无人,甚至无行业,而与之对比,现在可谓什么都有。电商每年以200%的速度在增长;从宅急送分家时,陈平得到了几千万的资金;PE、VC们都看好这位行业元老的二次创业;最重要的是他还有人,陈平出走时,有一帮宅急送的人员跟随。

“当年我在宅急送没有实现的‘三上’梦想——上市、上天(有飞机)、上榜(进入中国企业500强),在星晨急便一定能实现。”陈平说。

他首先瞄准的是淘宝60亿的快递大蛋糕,虽然有“四通八达”的竞争,但陈平心中早有胜算,星晨急便成立后不久,就获得了阿里巴巴7000万的战略投资。外界普遍认为,星晨急便和阿里的联姻,让公司享有其他竞争对手不可比拟的优势。一夜之间,几千个加盟商都寻求加盟星晨急便。

但这一切好像太顺利了,顺得不太正常。果然过不了多久,陈平就发现原本自己

的目标客户却变成了竞争对手。很多淘宝店主卖的产品是不赚钱的,只能靠物流的差价赚钱。加盟某一家快递,一公斤的成本可以压到几块钱。这种线上卖货线下加盟物流的组合,再一次杀得陈平措手不及。

星晨急便也尝试学习了这种模式,但来的晚,蛋糕已经几乎被分光了。眼看公司的钱要被烧光,陈平还是做起了京东、亚马逊、凡客等这些大电商平台的生意。但陈平并没有跟上电商快速发展的脚步,在获得大量投资之后,大型电商在核心城市都自建了物流。只有那些偏远的、高成本的地区才留给星晨急便配送。一连8个月,公司的财务报表都是亏的。

为了支撑公司,陈平谈妥了1个亿的私募,但在准备签约前,却遭到了股东会的反对。

这是一件至今令外界百思不得其解的事情,董事会为什么要扼杀自己的救命钱?陈平后来解释说:“我个人遇到矛盾的时候,往往都是以牺牲自己、跳出这个漩涡来解决。这是逃避问题,是我的弱点……当这个矛盾出现的时候,我不是用积极的、和解的、和风细雨的方式坚持化解这个矛盾。如果是,可能不是今天这个结果。”

融资受挫、陷入绝境,陈平决定最后一搏。

2011年11月,陈平与一家名叫“鑫飞鸿”的华南快递公司签署了收购协议。不过,鑫飞鸿可是一个烫手的山芋,身上背着4000多万的债务,协议一签,陈平就要掏出2000万堵窟窿。

2012年春节刚过,星晨急便业务便开始大幅萎靡,“陈平携款跑路”的消息不胫而走。仅仅一个月之后的3月1日,陈平就不得不宣布放弃收购,星晨急便随即退出江湖,陈平的快递梦再次破灭。

2016年,陈平短暂复出担任宅急送的老总,结果不到一年便再度退场……

陈平的结局本不该如此。他是一个愿意为梦想献身的人,平均每天工作12个小时以上,曾累到心脏病突发而紧急送医,康复后却依然如故;他被认为是业内最善待员工的老板,重新创业后,有上千旧部从全国各地八方响应对……

但努力和品格的背后,陈平也因为“个性”埋下了伏笔:当两次创业时,自己的观念和合伙人冲突时,他选择都是“离场”或是“单干”。

