

从春节至今,不少快递基层网点就频频爆出“用工荒”“网点停摆”“老板跑路”“快递员被打”等事件,这些恶性现象就如“感冒”一般,总会不定期出现。这些处于末端的网点到底怎么了? 通过追根溯源,快递企业总部是该壮士断腕,还是从长计议?

把脉快递基层网点频频“感冒”病因

■ 黄俊波

“病因之一”: “涨价找死,不涨价等死”

近年来,价格持续走低的背后,是基层网点愈演愈烈的价格战。数据显示,我国快递平均单价从 2007 年的 28.5 元下降至 2016 年的 12.8 元。也有业内人士透露,3 年前,北京同城的快递价格大约为 10 元左右,现在仅要 8 元左右,需求较为集中的学校和单位还能享受 6 元的优惠价。

除此之外,有些基层网点为了冲量(因同行间面临着市场份额的争夺,总部的业绩考核和罚款逼迫网点去收更多的快件),大量承接一些可有可无(微利甚至亏损)的单子,虽说这是快速增量的最有效途径,但此种方式无异于饮鸩止渴,绝非良策。

有网点对负责人表示,不同快递网点为争抢客户甚至直接采取恶意压价行为,行业甚至形成谁提价谁就没有市场的局面。目前快递业的平均毛利润只有 3%~5%,每单毛利润从 0.3~0.5 元到 3~5 元不等。有的网点在承接大批量业务时,每单的利润甚至低至 3~5 分。

不难看出,虽然快递业务量呈现出井喷式的增长,但快递业持续多年的价格战,让行业彻底沦为低价玩家的竞技场,甚至进入“分毛”时代。

“病因之二”:被电商“绑架”

当下,随着市场低价持续竞争,电商对快递价格敏感度依然较高。而快递间的同质化服务,也使得电商对快递的议价能力提升,为服务好“上帝”,基层网点在价格谈判时只好忍气吞声。

众所周知,基层网点的利润主要来自于收件,但收件业务量的 75%左右来自电商,电商则利用自己的货源优势打压快递价格。可以想象,在电商对网购消费者提供“包邮”“满额免邮费”等优惠的背后,支付给基层网点的价格则被压低。

此外,由于快递企业对电商的依赖度极高,甚至有电商利用所谓的互联网“流量”思维,将商品的采购价格和卖出价格“平进平出”,只靠赚取快递费差价盈利。显然,在业务量成倍增长背后,也有被逼无奈的辛酸,被电商“绑架”的基层网点,日子着实不好过。

“病因之三”:收件难成障碍

屋漏偏逢连夜雨,以往基层网点的利润



主要来自于收件,但近几年,不仅收件利润低,基层网点还面临着件难收的困境。

据悉,目前大型电商企业逐渐入仓(在供应商与电商平台线上交易的过程中,为两者进行线下交付,完成交易,将客户货物经过运输、交仓等物流操作交付至电商平台仓库、商超仓库的服务),淘宝客户也从城区搬到郊区,甚至转移到中西部地区,网点增加收件量的难度越来越大。但是,快递属微利行业,投资大周期长,抗风险能力差,在地段太贵和太偏远地区建立网点显然盈利较困难,如果强制建立,一旦超出收支平衡,网点将难以维系。

“病因之四”:被总部“掏空致死”

基层网点不但游走在零利润甚至亏损的边缘,而且总部对其服务要求越来越高,随时面临罚款风险。

据悉,当前快递企业提高基层网点服务常用的主要手段就是以罚代管,各种罚款条目层出不穷,让基层网点苦不堪言。而总部对

服务质量的高标准则必然增加基层网点的罚款压力,对基层网点而言更是雪上加霜。

一方面是行业薄利、网点亏损,一方面是总部对投诉、延误、遗失、错发、虚假签收等类目收取高额罚款,“夹缝求生”的惨象导致基层网点生存艰难,进而倒闭……

“病因之五”: “内耗而死”

殊不知,在现实生活中,有些基层网点是被总部的蛮横罚款“掏空致死”,而有些网点则是被内部浪费“内耗而死”……

据悉,当前亏损的基层网点往往存在人员利用率不高、物料损耗严重、罚款居高不下等问题,很多钱因为内部管理不当、成本控制不严而白白花花的流失。就好像好不容易从客户那里每票赚来的五毛钱,内部却浪费了一两元,其结果自然是网点的亏损。

简言之,基层网点负责人对罚款感知较为明显,因为总部直接产生扣款,但在成本支出方面的浪费,则容易被忽略。这些浪费就像手捧沙子,虽然感知不到它的流失,却会积少

快递三轮车国标制定工作正稳步推进

■ 李妹妍

9 月 1 日,广州正式实施《广州市非机动车和摩托车管理规定》,明确规定广州行政区域内禁止电动三轮车上道路行驶,但邮政(含报刊投递)、快递等行业可以使用电动三轮车从事社区配送服务,条件是该电动三轮车要“符合快递专用电动三轮车国家标准”。

国标之困: 征求意见年余未见下文

快递电动三轮车究竟有没有相关的标准? 快递行业专家赵小敏告诉记者:“行业推荐标准层级低、非强制性,不能成为监管部门行政依据。”快递行业专家赵小敏告诉记者,这难以为加强和改进快递电动三轮车管理提供有力的支撑。”

2015 年 10 月,国务院发布《关于促进快递业发展的若干意见》,要求“改进快递车辆管理”,其中包括研究出台快递专用电动三轮车国家标准以及生产、使用、管理规定,正式将研究快递专用电动三轮车国家标准列上议程。

2016 年 3 月,国家标准化管理委员会(以下简称“国标委”)下达国家强制性标准制定计划,明确提出“快递专用电动三轮车国家标准项目的主管部门为国家邮政局,主要起草单位为邮政科学研究规划院。”

随后,国家邮政局组织起草的《快递专用电动三轮车技术要求》国家标准已完成征求意见稿,并于 2016 年 4 月提交至国标委,征求意见的时限为 2016 年 5 月 7 日。

记者了解到,按照《国家标准管理办法》的有关要求,工信部、国家质检总局与公安部等相关部门分别收到了国家邮政局的“征求意见稿”。但在 2016 年 5 月 7 日后一年多的时间里,国标委没有进一步披露快递专用电动三轮车国家标准的信息。

“在征求意见阶段,国家邮政局收到许多反馈意见。根据征求到的意见建议,国家邮政局目前还在跟有关部门进一步沟通协调过程当中,以对相关标准进一步完善。”国家邮政局相关负责人回复记者称,国家强制性标准的制定工作一直在推进。

速度之辩: 是安全还是效率优先?

根据征求意见稿,快递专用电动三轮车国家标准提出了诸多技术性指标,不但对快递车的高、车长等做了规范,而且对车速、启动和载重等做了限制。其中“快递三轮车最高车速不应大于 15km/h”受到业界人士的广泛质疑,甚至不少企业调侃,新国标是“让快递变成慢递”。

“时速 15 公里,派件速度肯定会受影响。”快递员刘星向记者表示,路况好的时候,他骑电动三轮车可以开到 30 公里,有时候赶着送货会快到 40 公里,限速后用时肯定会拉长。

深圳市某电动车企业品牌总监胡东文对此有些忧虑:人步行的速度是每小时 5 公里,骑自行车时速是在 15 到 18 公里,“如果快递三轮车的时速规定为 15 公里,快递最后一公里破局之道可能会打折扣。”

“对设计时速的争议,是安全和行业效率、效益的矛盾。”交通运输部管理干部学院教授张柱庭称,当两者发生冲突,毫无疑问要以安全为首要标准,“国家标准是强制执行的,相关规定的出台必须慎之又慎。”

在张柱庭看来,国标首先要明确的问题是,三轮车是机动车还是非机动车。如果走机动车道,与汽车混行显然是对三轮车不利的,如果走非机动车道,它对普通自行车又构成了威胁,“所以速度成了一个关键,它不能因此受害,但也不能对别人构成危害。”

“不能因此受害”决定了三轮车不能走机动车道,这也就意味,电动三轮车作为非机动车,必须把速度、尺寸、重量等指标控制在一定范围内“以免对别人构成危害”。

根据《中华人民共和国道路交通安全法》第五十八条规定,残疾人机动轮椅车、电动自行车在非机动车道内行驶时,最高时速不得

超过 15 公里。张柱庭称,电动三轮车国家标准“时速界定为 15 公里,其实就是希望按非机动车管理”。

路权之争: 准机动车道是否可行?

由于快递收投的交通工具一直没有得到明确规范,自行车、人力三轮车、电动车及机动三轮车齐齐上阵,这给城市交通管理带来了很多问题。

在今年的全国两会上,国家邮政局局长马军胜在部长通道上表示,快递三轮车成为制约快递发展的突出问题,应完善相关规定,让快递三轮车合规上路。

业内人士认为,尽管快递业的主管单位是国家邮政局,但是电动三轮车出行事关市容秩序,更多的管理权限在工信和公安部门手中。

“现在的道路设计一般只有机动车道和非机动车道,而没有专门供电动车、三轮车使用的‘准机动车道’。”胡东文认为,快递三轮车越来越多,它在机动车道上弱者、在非机动车道上又是强者,但道路设计的现实情况却是没适合的路给它走。

他呼吁,在关注国标的同时,应该努力推进道路资源分配的改革,“既然我们可以在绿道建设上取得突破性成绩,那么可不可以将道路资源的分配上再多做一些革命性的思考,规划出一条让电动车通行的道路呢?”

“过去快递并不那么发达,交通拥堵也不是那么突出,随着社会的发展,快递业兴起需要速度效率,路权之争就成了一种新的社会矛盾。”张柱庭称,设立一个“准机动车道”,意味着要去改国家道路的技术标准,“这个可能

成多。

“病因之六”:成本居高不下

原来做快递是从客户处收件利润高,人员、场地等支出的成本较低;现在做快递是收件利润像纸一样薄,成本却逐年增加。

人工方面,劳动力越来越贵,不但工资要有生存保障,且日常加班需额外支付加班费才能留住人。但即使这样,还是有很多员工会“一言不合就离职”。

基层网点安家难。随着各省市房价、租金快速上涨,基层网点租房成本已占运营成本的 20%至 25%。而寻找一块合适的经营地点也并不容易,快递网点作业时常到凌晨,还经常遭到社区业主投诉。

此外,基层网点在购车方面属于刚性支出。快递业务量的高速增长,大部分网点派件量逐年增加,这些增长的快件均需从分拨中心拉回到网点派送。为保障时效、降低司机工作量、节省油费,增加车辆就成为必然之举。一辆厢式货车的价格从几万到几十万不等,购车成本最终要由基层网点自行承担。

各种成本的上升对于自负盈亏的快递基层网点而言,日渐成为“压倒骆驼的最后一根稻草。”

“病因之七”:总部业绩承诺

外热内冷,看似矛盾,却是当前快递基层网点的真实写照。据悉,对于已相继上市的各大快递企业,还有业绩承诺压力。

快递企业上市之初纷纷签署了业绩对赌协议,对未来 3 年的利润做出承诺。快递企业总部主要是靠单量来盈利的,业务规模越大盈利越多,规模效应明显,因此总部为了保证能够完成承诺业绩,必将加大基层网点的业务量考核力度,每年业务量考核翻倍都是常态,一旦基层网点不能完成任务又要面临重罚扣款。

不仅如此,随着上市后各家企业财报数据的透明,也会引起企业间对盈利数据的相互攀比,最终压力还是会转嫁到基层网点头上。

常说根深叶茂,对于整个快递网络中最庞大也是最薄弱的基层网点来说,养活自己,满足“大树”发展需求,已是最基本诉求。如果经常“感冒”,或得不到有效供给,那么“大树”将倾也可预见,接下来,要如何避免这些问题,让行业健康发展,让消费者能够享受更加便利的服务,值得业界深思。

1-8 月 全国快递服务企业业务量 达 237.9 亿件

1-8 月份,我国邮政行业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)累计完成 4108.3 亿元,同比增长 24%;业务总量累计完成 5866.2 亿元,同比增长 32.8%。8 月份,全行业业务收入完成 532.6 亿元,同比增长 25.6%;业务总量完成 791.8 亿元,同比增长 33%。

1-8 月,邮政服务业务总量累计完成 1084.4 亿元,同比增长 26.5%;邮政寄递服务业务量累计完成 156.5 亿件,同比增长 0.9%;邮政寄递服务业务收入累计完成 230.3 亿元,同比增长 12.7%。

8 月份,邮政服务业务总量完成 138.4 亿元,同比增长 27.7%;邮政寄递服务业务量完成 20.1 亿件,同比增长 8.2%;邮政寄递服务业务收入完成 28.3 亿元,同比增长 19.8%。

1-8 月,全国快递服务企业业务量累计完成 237.9 亿件,同比增长 30.2%;业务收入累计完成 2976.9 亿元,同比增长 27%。其中,同城业务量累计完成 55.6 亿件,同比增长 25.1%;异地业务量累计完成 177.4 亿件,同比增长 31.9%;国际/港澳台业务量累计完成 4.9 亿件,同比增长 31.1%。

8 月,全国快递服务企业业务量完成 32.6 亿件,同比增长 29.4%;业务收入完成 404 亿元,同比增长 27.2%。

1-8 月,同城、异地、国际/港澳台快递业务量分别占全部快递业务量的 23.4%、74.5%和 2.1%;业务收入分别占全部快递收入的 14.6%、50.9%和 10.9%。与去年同期相比,同城快递业务量的比重下降 0.9 个百分点,异地快递业务量的比重上升 0.9 个百分点,国际/港澳台业务量的比重基本持平。

今年前八个月,东、中、西部地区快递业务量比重分别为 81%、11.7%和 7.3%,业务收入比重分别为 81%、10.8%和 8.2%。与去年同期相比,东部地区快递业务量比重下降了 0.1 个百分点,快递业务收入比重下降了 0.2 个百分点;中部地区快递业务量比重下降了 0.1 个百分点,快递业务收入比重上升了 0.1 个百分点;西部地区快递业务量比重上升了 0.2 个百分点,快递业务收入比重上升了 0.1 个百分点。(刘志)

▶▶▶ [上接 09]

★ 将失信信息作为股票发行审核及在全国中小企业股份转让系统公开转让审核的参考。

★ 在上市公司或者非上市公众公司收购的事中事后监管中,对失信主体予以关注。

★ 在境内上市公司实行股权激励计划或相关人员成为股权激励对象事中事后监管中,对失信主体予以关注。

★ 在审批证券公司、基金管理公司、期货公司的设立、私募基金管理人登记及变更持有 5%以上股权的股东、实际控制人时,将其失信信息作为审批的参考。

★ 将失信状况作为保险公司核定保险费率的重要参考。

失信者,与金融沾边的事儿,他们几乎无缘。

D 从业资格
对失信主体——

★ 担任国有企业法定代表人、董事、监事依法予以限制。

★ 登记为事业单位法定代表人依法予以限制。

★ 招录(聘)为公务员或事业单位工作人员依法予以限制。

★ 担任保险公司的董事、监事、高级管理人员依法予以限制。

★ 此外,《合作备忘录》还规定,对严重失信的自然人,依法限制其担任上市公司、债券公司、基金管理公司、期货公司的董事、监事和高级管理人员等,对其证券、基金、期货从业资格申请予以从严审核,对已成为证券、基金、期货从业人员的相关主体予以关注。

失信者,离无业游民的日子不远。

E 社会形象
★ 通过“信用中国”、“信用交通”等网站和国家企业信用信息公示系统依法向社会公布失信主体信息。

★ 对失信主体参评文明单位、道德模范依法予以限制。

★ 行业协会商会会对会员失信行为进行警告、通报批评、公开谴责等。

失信者,必将成为过街老鼠。

联合惩戒如何实施

如何落实上述惩戒措施,让失信主体自食恶果,是减少直至消灭“老赖”等失信主体,构建运输物流行业诚信体系非常关键的环节。

对此,《合作备忘录》有明确的实施方式:一是,国家发展改革委通过全国信用信息共享平台定期向参与失信联合惩戒的部门和单位提供运输物流行业严重违法失信“黑名单”。相关部门根据本备忘录约定的内容对“黑名单”中的失信主体实施惩戒。

二是,逐步建立惩戒效果定期通报机制,有条件的部门定期将联合惩戒实施情况通过全国信用信息共享平台共享。

三是,涉及地方事项的,由签署部门和单位将“黑名单”推送给地方相关部门,地方部门按照本备忘录内容实施联合惩戒。