

66 2017“双 11”如期来临,今年叠加涨价增厚利润预期,带来强劲的物流快递需求。商家、消费者、快递公司都在偷着乐,打着自己的小九九。随处可见忙碌的身影,就怕货品积压,迎接快递旺季,主动作为更有效。对此,相关机构人士认为,快递行业持续快速增长,今年业务量有望创造历史新高,这也如大考般考验着各快递公司的服务水平和

梁倩

中国物流信息中心发布最新数据显示,前三季度,中国社会物流总额 145.7 万亿元,按可比价格计算,同比增长 9.5%,整体上物流需求呈现稳中向好的基本特征。“双 11”似乎是对快递公司的大考验,考验着企业的发展智慧。

低价服务结束

就在“双 11”商战硝烟四起前,涨价先成为各家头条。10 月 10 日,中通快递在官网、官方微博上均发布了关于调整快递价格的告知书。中通快递称,今年以来,快递业受运输成本增加、人工成本提升、原材料价格上涨等多种因素影响,同时为了进一步提升服务质量,保障客户利益,决定从即日起调整快递价格。10 月 11 日,韵达速递也表示,对快件价格进行调整。

对此,业内人士表示,几大企业的价格调整,主要基于成本压力。目前快递各类成本上涨,特别是用地、房屋、设施设备成本和用工成本持续上涨,对快递基层网点的经营造成了很大压力。

上述人士表示,今年以来很多网点在开放性市场竞争中已经形成了亏损,综合分析最关键的是低价因素。低价导致盈利空间的降低,大大压缩了经营者的回旋空间,再优秀的管理者和管理模式、策略在低价高成本趋势下,亏损只是时间问题。长远看,快递服务价格上涨是大势所趋不可避免,随着全行业整体成本的持续上扬,上游成本传导导致末端服务价格上涨是主要趋势,会长期存在。



有业内人士认为,在第四季度来临前涨价,也是考虑到上市后公司的业务量与利润率问题,上市公司前三季度抢市场占有率,第四季度尽可能提高利润率,第四季度指标压力非常大。事实上,国家邮政局新闻发言人、办公室主任沈鸿雁此前表示,我国快递服务近五年从平均价格 18.5 元/件下降到 12.7 元/件,5 年间下降了 31%。

对此,成本的压力也体现在快递企业的财报上。综合通达系和顺丰今年的半年报都不难看出,在净利润增长上已经“追不上”业绩的增长,以此次涨价的韵达为例,净利润 41% 增长不及营收的 43% 增幅,毛利率比去年同期下降 2.04%。前述业内人士还指出,要让快递企业未雨绸缪的是,如今快递量的增幅已经有趋缓的态势,提价增效是各大快递企业都努力的方向,国家邮政局此前也预测,2017 年快递业务量增速为 35%,远低于 2016 年的 51.4%。

上述人士称,快递低价的快递服务时代或将过去。企业主动对快递价格的调整有助于主动优化行业整体业务结构,保持基层网点的稳定,更好地提升服务,保质保量。同时,价格问题根本上讲还是一个市场问题,根据国内外市场情况分析,成本与价格趋同上涨的方向长期应该是不变的。在价格严寒迎接快递旺季,主动作为更有效。

韵达方面表示,因业务量急剧增加,对转运中心的业务处理能力提出更高、更快的要求。考虑到公司业务量的持续增长,新建转运中心是快递业务发展到一定阶段并出现新的增长点,基于加强网络的稳定性、进一步提高时效和降低成本的需求,并满足未来市场需求的必然选择。

同时,提高物业自有化率,有利于增强网络稳定性并降低运营成本。韵达方面表示,目前公司转运中心所在的土地和建筑部

六大快递公司上市后 提质应对首个“双 11”

分为公司通过租赁方式取得,在租金普遍上涨的市场环境下,租赁成本上升对公司运营成本影响较大。此外,以租赁形式取得的转运中心具有一定的不确定性,一旦土地租赁合同不能继续,公司则不得面对转运中心重新选址和搬迁等问题。

提质时代渐行渐近

方正证券研报认为,长期来看,快递业提质的时代渐行渐近。行业巨头市场地位改善,有利于提振市场信心,进一步催热“双 11”行情。

的确,近年来快递业发展迅速。据沈鸿雁介绍,5 年来,全行业业务收入、业务总量分别增长 2.7 倍和 3.6 倍,快递业务量、业务收入分别增长 5.5 倍和 3.8 倍,快递业务量年均增长 53%,已占全球四成份额,连续三年稳居世界第一。目前,我国快递法人企业达 2 万家,从业人数超过了 200 万。全行业日均服务超过 3 亿人次,年直接服务农产品外销超过 1000 亿元,直接服务制造业产值超过 1200 亿元,支撑网络零售额超过 4 万亿元,占社会消费品零售总额比重达到 12.5%。行业年均新增就业 20 万人以上。

但须注意的是,金融资深人士、财经评论员卞广春表示,与用户对快递服务需求和快递业获得的收益相比,快递业的短板不断显现,服务质量、安全防范、信息保护等问题突出。快递分拣出错、快件积压、快递人员队伍参差不齐、快递网点不稳定,快递服务缺少高质量的承诺和规范,快递行业之间低价竞争、缺乏合作,快递验视和实名制操作不合规,快递行业管控难等因素,都影响了快递业的形象和口碑。

“虽然低价竞争制约了快递企业的发展速度,但涨价未必能加速快递企业的发展。”卞广春认为,一方面,我国现有的快递企业很多,快递网点遍布各个角落,快递企业想垄断服务“吃独食”是不现实的。以承诺限时送达、承诺损坏包赔、承诺以客户喜欢的方式,实现更优的服务,才能赢得用户的好感和口碑,占有更多的市场份额,获得更多的收益。

中国铁路总公司 复兴号双 11 起 推出国内最快跨城快递

11 月 11 日起至 20 日,铁路部门推出“双 11”电商黄金周运输服务,利用高铁列车、行李车等铁路快捷运力资源,面向电商平台商铺、电商企业、快递企业及向“双 11”供货的有关企业,提供铁路干线运输及“库到库”全程物流服务,特别是在京沪高铁“复兴号”列车上推出高铁“极速达”快运新产品,这将是国内最快的快运产品。此举意味着铁路企业在运输服务组织方式上由“站到站”运输向全程物流服务转变,由运输生产型向市场经营型进一步转变。

据铁路总公司有关部门负责人介绍,推出“双 11”电商黄金周运输服务,是铁路总公司深入推进铁路运输供给侧结构性改革,加快铁路市场化步伐的重要举措,也是开发运用铁路优质资源、提升高铁网利用效益的有益探索。去年“双 11”期间,铁路部门试水电商黄金周运输,加快了电商货物送达速度,有效降低社会物流总成本,受到市场欢迎。今年“双 11”,铁路总公司充分依托高铁等运力资源优势,通过运用动车组确认列车载货、挖掘既有动车组运力资源,增设专门储物设备等方式,优化升级“双 11”电商黄金周运输服务。在继续开展“当日达”“次晨达”“次日达”等铁路快捷运输服务的基础上,中国铁路总公司下属企业中铁快运联合国内快递服务商,充分发挥“复兴号”动车组的优势,首次在京沪高铁推出高铁“极速达”快运新产品,实现 10 小时货物送达客户,这也是目前中国最快的快运产品。

该负责人表示,今年“双 11”电商黄金周期间,铁路部门还将“站到站”运输扩展到对电商、快递企业提供“库到库”全程服务。同时,在扩大有效运力供给的基础上,积极推进与电商、快递企业常态化合作,在兰新高铁上选择一列动车组,与电商快递企业开展长期合作,进一步探索建立符合市场需求和铁路快运特点的运输服务组织体系,推进铁路企业由运输生产型向市场经营型转变。

(万莲)

安鲜达扩充冷链仓储面积 生鲜有望实现‘朝发夕食’

日前,易果集团旗下冷链物流平台安鲜达宣布升级服务和运能。其布局全国的冷链仓储面积,已由原先的 12 个基地 10 万平方米,急速扩展到 24 个基地 28 万平方米,运能亦较之前翻番;同时,配送队伍从 8 月份的 5000 人,扩充到超过万人。

配送时间上,部分一线城市已经做到了“极速达”,也就是一小时内送达,核心城市已经实现“当日达”,9 月与中国网络覆盖能力最强的物流企业 EMS(中国邮政速递物流)达成了战略合作后,“次日达”的覆盖范围在原有基础上又增加了 2-3 倍,切实保证更多消费者在双十一期间“理想生活上天猫”。

安鲜达还会安排专业质检人员在入库、在库和出库三个环节对生鲜商品进行质检。

(陈超)

传统媒体 + 新媒体 让物流企业发展更上一个新台阶！

企业家日报《物流周刊》携手第三方移动新媒体(搜狐新闻 成都人民广播电台音乐 FM103.2 频道 铁路 Wi-Fi) 全力为中国物流企业服务…… 提升品牌 树立口碑 拓展渠道…… 都在这里

■搜狐新闻

作为三大互联网门户标杆之一,搜狐 18 年的媒体经验,早已转化为强大的媒体公信力,我们新闻的可信度、稿件原创度、广告信任度、读者的忠诚度,都位居行业巅峰位置。

●覆盖 90% 的中国网民的产品组合,每天数亿的用户流量,及时快速的产品迭代进程,一切匠心创意,均以用户的极致体验为

标准。

●100 种以上的广告形态,6000 个以上的广告位置,30 个以上的专业平道,200 个以上的精品栏目,搜狐,占据用户移动端多种场景,全面融入用户生活。

●以领先潮流的产品迭代提升用户体验,以独具一格的设计创意彰显个性,以更生活的场景与功能契合互联网时代阅读快感,以定制式的产品服务为客户创造价值。

■广播电台

成都人民广播电台唯一音乐广播 FM103.2 Only Radio

●根据第三方权威机构赛立信官方收听数据,在所有成都市台中,FM103.2 收

听率整体雄踞第四名,部分时段收听位列前三甲

●唯一音乐广播,整个频率以全新碎片化轮盘播放方式

●全天 24 小时播出流行音乐,繁荣成都的音乐时间文化氛围,打造成为更具特色

的音乐频率。

●“经典音乐”定位锁定高端人群,以 25 至 45 岁间的女性受众为主要对象,播放音乐以上世纪 90 年代为主,体验怀旧经典,这部分人群,已经成为当下社会消费的中坚力量。

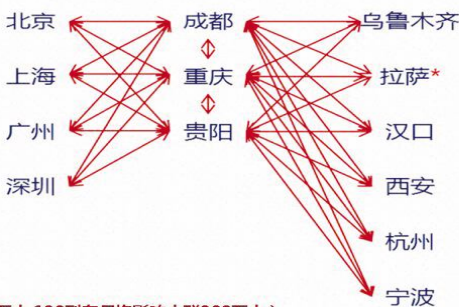


FM103.2 Only Radio

成都人民广播电台唯一音乐广播

辐射范围

进出成都、重庆、贵阳三城市的 100 辆普通列车 铺装 Wi-Fi, 覆盖北上广深、成渝、渝黔、长三角、珠三角等沿海发达地区及华中、西北等大中型城市。



(每列车月平均载客数 9 万人,100 列车月均影响人群 900 万人)

焦点图广告



电影焦点图广告



音乐焦点图广告

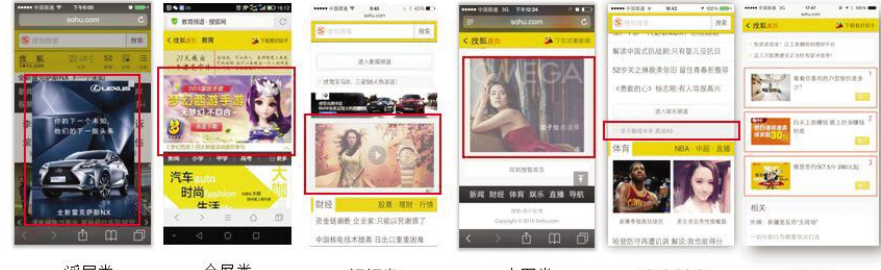


读书焦点图广告



游戏焦点图广告

广告呈现方式(搜狐新闻WAP端)



搜狐 SOHU.com



铁路 Wi-Fi

成都铁路局 Chengdu Railway Bureau