

马云复出组建“菜鸟”物流

陈静 刘夏 报道

由阿里巴巴牵头组建的物流网络中国智能骨干网(CSN)项目 5 月 29 日在深圳正式启动。这一项目由阿里巴巴和银泰集团、复星集团、富春集团、顺丰、申通、圆通、韵达等企业联合组建的一家新物流公司操盘。本月 10 日刚刚卸任阿里巴巴集团 CEO 的马云为其命名为“菜鸟”，并出任菜鸟网络董事长，银泰集团董事长沈国军任新公司 CEO。

目前中国智能骨干网项目已在全国十几个城市同时启动，菜鸟网络计划首期投资 1000 亿元。中国人寿集团与阿里巴巴集团和银泰集团，中信银行与菜鸟网络分别建立了战略合作伙伴关系，其将为中国智能骨干网的建设提供资金支持。

天猫占股 43%

根据深圳市市场监督管理局商事主体登记及备案信息显示，菜鸟网络科技有限公司在股东结构上，阿里巴巴旗下浙江天猫技术有限公司出资 21.5 亿元，占股 43%；银泰集团通过北京国俊投资投资 16 亿元，占股 32%；富春集团投资 5 亿元占股 10%；复星集团通过上海泓泓投资投资 5 亿元占股 10%；其他股东顺丰、中通、圆通等分别投资 5000 万元，各占股 1%；其中天猫及国俊投资为法人股东。

“菜鸟”到底要做什么？马云表示，阿里巴巴永远不会做快递，“但这张物流网起来可能会影响所有快递公司今天的商业模式。”菜鸟网络 CEO 沈国军则强调说，“菜鸟网络不会从事物流，而是希望充分利用自身优势支持国内物流企业的发展，为物流行业提供更优质、高效和智能的服务。”并表示中国智能骨干网要在物流的基础上搭建一套开放、共享、社会化的基础设施平台。据悉，中国智能骨干网体系，将通过自建、共建、合作、改造等多种模式，在全国范围内形成一套开放的社会化仓储设施网络。

这张智能骨干网又能做成什么样？据悉，菜鸟网络计划首期投资 1000 亿元，第二期投资 2000 亿元，希望在 5 年至 8 年的时间里建立一张能支撑日均 300 亿元网络零售额的智能骨干网络。按照马云此前的说法，“10 年后，全中国任何一个地方，只要网上购物，24 小时送达，还能支持 1000 万快递人员很通畅地服务，让马路、高速、铁



路更好发挥通道的力量。”不过，统计数据显 示，目前全国九大物流公司的 2860 条线路中，能做到 3 日到达的尚不足 50%。“菜鸟”要走的路看来还非常漫长。

物流被称为电子商务的“三流”之一，也被认为是电子商务的信息流、资金流之外最难攻克的障碍。马云此前就表示，按照目前电子商务的增长速度，在可预见的几年内网络零售交易额将触及 10 万亿元节点，而可见的阻碍这 10 万亿元规模的就是物流。马云强调，智能骨干网要做的就是要让整个经济的转型升级有保障，“对 10 年后的消费将产生重大影响”。

“不做自建物流”

据悉，菜鸟网络计划首期投资 1000 亿元，希望在 5-8 年的时间，打造遍布全国的开放式、社会化物流基础设施。菜鸟称，这将是一张能支撑日均 300 亿，即年约 10 万亿网络零售额的智能骨干网络。目标是“让全中国任何一个地区做到 24 小时内送货必达”。

阿里方面反复强调的一点是——不做自建物流。其核心目标是为电子商务企业、物流公司、仓储企业、第三方物流服务商等各类企业提供平台服务而不是自建物流或者成为物流公司。

马云 5 月 28 日也在发言中“宽慰”快递公司：“我们不会抢快递公司的生意，阿里巴巴永远不会做快递，因为我们没有这个能力，我们相信中国有很多快递公司做

快递可以做得比我们好。”按照目前披露的信息，菜鸟网络公司的业务已经推进入北京、天津、武汉、广州、杭州、金华等城市。

“技术上我们已经跟主管部门做了探讨。利用现有交通基础设施跟整个中国智能骨干网有些内容做一些衔接，尤其在信息、数据对接方面。”沈国军说。

京东：“优势友商无法企及”

5 月 14 日，京东刚推出号称“极速达”的“一日四送”服务，最快可实现 3 小时送达。阿里此时大张旗鼓宣布“智能骨干网”启动被业内视为对于京东的反扑。

京东、阿里所代表的是两种不同的物流模式。京东以自有业务为主，核心品类在于 3C、大家电等等，需要对供应链有较强的控制能力。因此选取自建物流。

但阿里系不同，以搭建平台为主，可借助成熟的物流体系进行低成本运营。而且，阿里系的订单量与京东也不在同一量级，平台模式较为适合。

对于 5 月 28 日菜鸟网络的启动，京东并没有给出针锋相对的评价，仅指出“前不久在北京等中心城市把货物的配送时间大幅压缩在 3 小时之内，把物流差异化优势提升到了友商短期内无法企及的高度。”“阿里巴巴物流体系可能面临的风险是，信息效率和准确性不高。”易观国际高级分析师陈寿送表示，阿里的物流项目更多一个愿景目标，具有多重不确定性。

述评 “菜鸟网络”背后的猜想

古欣灵/文

2013 年 5 月 28 日，阿里巴巴集团，银泰集团联合复星集团、富春集团、顺丰集团、三通一达(申通、圆通、中通、韵达)以及相关金融机构共同宣布，“中国智能物流骨干网”项目正式启动，合作各方共同组建的“菜鸟网络科技有限公司”(以下简称“菜鸟网络”)正式成立。马云任董事长，阿里巴巴占 51% 的股份。

菜鸟网络的最终目的

马云同他的阿里巴巴，走出今天这一步是在预料之中的事。早在菜鸟网络之前，阿里巴巴集团已经在电商物流上面做出了很多次的尝试，2011 年入股星辰急便快递等快递企业，2011 年初，又正式推出“物流宝”，主要是通过第三方快递，仓库的储存信息，为卖家提供入库、发货、上门收件送件等方面的信息调配。

“菜鸟网络”的定位并不在于物流这一块儿，而是数据化分析，追踪物流宝信息，同时涉足于实体仓库。

复星建立仓库，银泰广利仓储，富春运作物流干线，三通一达做支线物流以及最后的收件发件环节，而阿里巴巴集团，则负责信息化组织管控，资金结算。不得不负，这是一大妙招。

从现在的情况来看，阿里巴巴甚至包括 C2C 模式的淘宝网，打着电子商务的名义，却没有电子商务所应该带来的利。其真正的利，来自于卖家的押金以及功能费等等收取，可以简单的理解为，阿里巴巴几乎没有来自于从事电子商务活动的利。

现在马云跨出这一步，很明显的透露出一个信息，“菜鸟网络”的建立，目的不是为了淘宝上千万的大小卖家，他的目的是控制物流，搭建电子商务的网络，从而以“菜鸟网络”来控制所有的电商，他自己，要开始做一个销售商。

上文提到，“菜鸟网络”的定位不在于物流，那么为何他又要联合五大物流公司呢？原因其实很简单，京东、亚马逊等这些商务平台，都有自己的物流支线和配送端口。同时，不管是淘宝的卖家，

还是电子商务平台，最大的问题在于物流。那么，阿里巴巴如果要自身参与到电商活动当中来，物流必定是一大问题。如何解决这一难题呢？

马云给出了答案，联合五大物流公司，做自己的物流网络。

五大物流公司为何会斥资加入“菜鸟网络”呢？

据笔者猜想，原因很简单。这五家(顺丰、中通、圆通、申通、韵达)是全国最具实力的物流公司，强强联合，为的就是垄断快递市场。而顺丰作为国内快递行业的龙头大哥，并且之间都为互相竞争的对手，为何又要与其他四家强势的快递公司联合呢？为的就是在垄断中保持住第一的地位。在我个人看来，就跟前文提到的一样，顺丰快递与其和其他四家快递公司在行业里拼杀得两败俱伤，不如强强联手，垄断这一市场，在垄断中保持领头羊的角色，杜绝第二个顺丰快递的崛起。蛋糕变大了，而分的人少了，每个人分到的份额就自然多了很多。

目前的局势可以认为，卖家是自由的，不受控制的。而“菜鸟网络”的建立，会强势的划出一个圈，将所有的卖家商家纳入圈内，建立起自己的一个群。从而卖家会被马云所掌控，拥有如此庞大，且掌控在手中的卖家群，阿里巴巴将真正的步入到电商行列当中，对京东、亚马逊造成巨大的冲击。

最后留给我们的疑问

同时，我们需要反思一下，如果阿里巴巴开始踏足销售，那 B2C 平台阿里巴巴，C2C 平台淘宝，其中卖家的核心竞争力又在什么地方？是依靠前端的整合营销服务，还是看谁做的满意度高，创新力强？

在线下，有时间、空间的隔离，在线上，有搜索引擎，有导购，点评和信用统计，而消费者在切换选择卖家的时候，不需要任何成本，那么，卖家的差异竞争到底在哪里？在卖家差异性被无限降低的时候，卖家以何种理由来存在，如果卖家无法存在，那阿里巴巴的立足根本在哪里，阿里巴巴又因何存在？

中国油价比美国贵 30% 背后

陈光 甘雨/文

最近一次调价窗口过得波澜不惊，但油价引发的话题仍在继续。数据显示，人均 GDP 仅为美国 1/7 的中国，同等汽油价格大概比美国贵 16%-30%。即便如此，中石油、中石化等石化企业仍在抱怨油价太低，不足以冲抵其炼油环节的巨亏。在原油基本实现全球统一价格的背景下，为什么同样一升汽油在不同地区价格千差万别？“两桶油”又为何卖了高价却折了本呢？

作为现代工业的血脉，原油成本、炼油成本、运输和销售成本以及各类税费是成品油价格的主要构成。从原油成本来看，中美差异并不大。原油基本是全球定价的大宗商品。中国一半的原油是自产的，进口原油以高含硫原油为主，价格相对其他国家炼油用的轻质原油要便宜。

根据中石油和中石化年报披露的数据测算，2012 年“两桶油”自产原油销售价格约为 4584 元/吨，而算上其他来源的原油成本，2012 年中石化炼油部门的加工原料油平均成本约为 5146 元/吨。国际原油价格(到岸价)基本用布伦特原油价格(欧洲)和纽交所德州轻质原油价格指数来衡量，2012 年布伦特原油平均价 5165.46 元/吨，同期纽交所原油交易平均价格也在 4354.65 元/吨左右。原油成本上大家差不多，美国稍便宜些。

不过经过炼油环节后，情况发生了较大变化。根据年报数据，2012 年中国石化汽油

平均批发价为 8182 元/吨，而同期纽约汽油的零售价仅为 7905.4 元/吨，即中国汽油批发价比美国零售价还要贵近 380 元/吨，如果加上零售环节的费用，中国消费者花费的最终消费价格比美国贵上 16%-30%。

原因何在？根据中国石化年报，2012 年炼油的单位现金操作成本为 157.5 元/吨，并不比国际先进水平差多少。从炼油环节利润看，中石化同期炼油事业部经营亏损 114 亿元，而美国炼油企业保持正常利润水平。从物流、运输等成本看，大家差别也不大。反差的秘密在于最后一项成本——税。

中国消费者在购买成品油时需要支付增值税、消费税(即燃油税)、城建税等，此外，当国际油价高于一定价格时，石油企业还需缴纳特别收益金，这部分也会转嫁到消费者身上。

粗略统计，流通环节的税负成本在整个成品油价格中占到 35%，再算上石油企业的所得税、增值税，整个税负成本甚至会超过零售价的 50%。而根据美国统计数字，消费者支付的汽油价格中，原油成本、炼油成本以及销售成本分别占 67%、15%和 7%，而税的占比仅为 11%。

与中国类似，税负同样是很多其他国家油价高企的主要推手。英国汽油的各项税款和增值税占了零售价格的 60%，而在日本和韩国，汽油税率也高达 39%和 48%。在很多石油严重依赖进口的国家，通过高税收限制国内汽车消费，以保障本国能源安全或者环境保护需要，是不得已而为之的办法。

西班牙小村白菜价出售

荆晶 报道

受经济不景气等多种因素影响，西班牙一些破败的小村庄以“白菜价”出现在市场上，吸引不少外国人，特别是英国中老年人抢购。英国人尼尔·克里斯蒂最近就捡到一个大便宜，以区区 4.5 万欧元(约合 5.8 万美元)买下一整个村庄。

世外桃源

尼尔现年 61 岁，家住坎布里亚郡，有两个孩子，退休前是英国独立电视公司信号传输控制员。一次，他和妻子罗莎到西班牙西北部的阿鲁纳达度假，爱上那里优美的自然风光。

他花 4.5 万欧元买下当地一个荒废的小村，村子里共有四幢破败的房子。如今，夫妇俩搬到所买村子附近的地方居住，罗莎在当地一所学校任教，尼尔每天去自己的村子里修房子。

英国《每日邮报》26 日引述尼尔的话报道，他接手村子时，里面最主要的那幢房屋已经没有了房顶，起居室里还长着一棵树。有的房子需要完全重建。因此，修缮房屋并不简单，是一件需要强大心理素质才能完成的工作。不过，他不后悔。

“除非茶喝完了，否则我不会想念外界的任何事物，”他说，“我在英国的工作压力很大，很少有机会休息。这里没有污染，空气清新，水很干净，而且为得到这一切，我不用穷尽毕生积蓄。”



“白菜”价格

尼尔预计，即使把村里的房屋全部翻修一遍，花费也不会超过 14 万英镑(21.2 万美元)。这比在他的老家买一栋半独立房屋还要便宜许多。

房产公司说，西班牙有不少这样破败的小村，由于价格便宜，百分之八十卖给外国买家，其中不少买家来自英国。

房地产经纪拉斐尔·卡纳尔斯说，英国买家大部分是五六十岁的中产阶级，他们到西班牙买房主要是为了退休后养老。

这些小村庄性价比很高。以目前最贵的科斯塔尔村为例，村庄占地 24 万平方米，内有五幢房屋，风光秀丽，售价只有 38.5 万英镑，比在伦敦买一套公寓还要便宜。

颇具潜力

西班牙不少小村为家族所有，随着社会发展，族人逐渐迁徙至城市生活。房产经纪佩佩·罗迪尔介绍，从村庄搬到城市的人不愿再回到老家，因为在我看来，回到乡下是一种“倒退”。

一段时间以来，西班牙经济不景气，人们没有多余的钱修缮乡下房产，小村无人照看，逐渐变得破败。于是，这些村庄便被以“白菜价”抛售。

罗迪尔说：“外国人填补了这一空缺。我很高兴看到倒塌的房屋得到修复。眼看着它们荒废真是一件令人心疼的事情。”

一些位置不错的小村经过修缮后还能变成旅游区。罗迪尔 13 年前低价买下一个村子，修整村里的五幢房子后开发旅游，如今，那个小村的市场价已经飙升至 140 万英镑(211.7 万美元)。