

2 大趋势 Major Trends

菜鸟网络牵手中国邮政 民营快递有望共享国企资源

■ 记者 王萍 综合报道

身材瘦小的马云最近大动作不断。投 12 亿“搅局”足球；接连两天相继公布了合并 UC 以及投资 21 传媒两则投资大事；宣布与中国邮政达成战略合作。加上之前公布的移动端“码”战略，一周时间，阿里已连续发布四则“战略大事”。

媒体报道,6 月 12 日,阿里巴巴与中国邮政集团签署战略合作框架协议,邮政系统内超 10 万个网点将为电商和消费者服务,与民营快递共享。这让一直被快递业诟病的邮政资源垄断显现出放开的趋势。

共建中国智能物流骨干网

双方约定深化合作,共同探讨新的合作模式及服务社会的商业模式,实现共赢。

“合力共建中国智能物流骨干网”作为协议第一条实质性内容,被提到了最显眼的位置。而承载智能物流骨干网建设责任的菜鸟网络,无疑是此次战略合作中阿里方面最主要的落实主体。

当前的电商快递领域,民营企业已占据主要市场份额。在一二线城市,中国邮政和旗下的 EMS 并不具备明显的竞争优势。这次合作,也是邮政体系政企分开之后最大的一次业务转型和突破,中国邮政从单一的物流服务,转变成通过菜鸟网络的数据平台,向社会开放分享自身的仓储、网点、管理系统等资源,为众多物流企业提供行业基础服务,让电商和消费者能享受更好的物流体验。

业界认为,本次战略协议的达成,意味着中国邮政将和菜鸟网络携手完善社会物流基础设施建设,提升整个行业的物流服务水平,而且可以让民营快递公司共享丰富的邮政网点资源,盘活国有企业的资产。

协议规定,中国邮政集团将对阿里巴巴系物流信息平台菜鸟网络开放所有服务网点,为商家和消费者提供社会化自提等服务,也就是说民营快递的包裹也可以在邮政网点实现自提。

搅动现有快递市场

中国快递咨询网首席顾问徐勇表示,中国邮政集团在三四线城市及农村地区拥有强大的网点优势。据了解,依托于中国邮政集团遍布全国的村邮站、三农服务站、社区服务点等网点,同时借助阿里巴



巴的电商大数据和互联网技术,双方将着力推进三四线城市网购业务和农产品进城业务。中国邮政集团口岸及全球网络资源优势也将支撑起跨境电商的快速发展。据中国邮政集团公司总经理李国华介绍,作为万国邮联成员单位,中国邮政集团目前已与世界上 120 多个国家和地区建立了直接通邮关系。

同时,双方的合作也将为中国邮政集团带来实惠,这也将搅动现有的快递市场。统计数据显示,目前,电商包裹有近 80%掌握在民营快递企业手中。阿里巴巴董事局主席马云预测,未来 5-8 年,电商日均销售额将实现 300 亿元,包裹数将从 3000 万涨至 2 亿个。

此外,围绕物流,双方也将在金融、信息安全等方面展开合作。借助中国邮政储蓄银行网络资源、运营体系和金融服务体系,以及阿里巴巴互联网金融运营和服务经验,双方将共建金融服务平台,做出新的金融产品。

马云表示,“双方合作后,阿里巴巴将为中国邮政集团带来从物流到金融的变革机会,中国邮政集团也将为阿里巴巴的小微金融和物流业务带来服务保证”。

未涉及资本层面

菜鸟网络成立于 2013 年 5 月 28 日,其中天猫投资 21.5 亿元,占股 43%。根据阿里 IPO 招股书最新披露,阿里对菜鸟的持股比例已提升至 48%。自成立之时,中国邮政小包和中国邮政速递物流有限公司(即 EMS)两大板块就与“三通一达”以及“顺丰”一起,成为菜鸟网络平台上的重

要合作伙伴。

有意思的是,阿里巴巴与中国邮政的合作至今未涉及资本层面。

据菜鸟物流相关人士透露,此次合作达成后,菜鸟与中国邮政的合作将进一步得到深化。

那么中国邮政能为菜鸟带来什么? 据称,两者在物流方面的合作涉及仓储资源开放共享、行业数据分享挖掘、行业服务标准制定、终端便捷网点推广、农产品电商化物流支持、跨境物流快递解决方案、物流信息安全等诸多领域。

值得注意的是,中国邮政将对菜鸟网络开放超过 10 万家遍布全国的服务网点,为商家和消费者提供社会化自提服务。

通俗来讲,未来“三通一达”和“顺丰”的货物将能实现在中国邮政 10 万个网点的落地。也就是说,通过菜鸟网络平台,民营快递与国家邮政正规军达成合作。

中国邮政也不吃亏,目前正值国企改革的关键期,中国邮政旗下业务涉及物流、金融、电商、邮政汇兑、邮票发行等多个板块,却始终增长乏力。此前已筹备上市长达 5 年之久的 EMS 却在 IPO 开闸之际主动撤回材料。牵手阿里无疑也将为其重新盘活注入活水。

这是阿里系物流板块一个月来的第三个重大合作。

事实上,菜鸟网络成立以来,便很少独立公开露面。5 月 26 日,阿里与澳洲邮政达成合作,除涉及跨境电商物流外,还涉及支付宝推广及解决方案合作。28 日,阿里巴巴以 2.49 亿美元收购新加坡邮政 10.35%的股份,收购方仍以集团身份而非菜鸟物流。双方还约定将共同建立“国

芬三国官司,让李长杰陷入困境。

金龙的美国律师团认为:能赢,但需要 2-3 年的时间。李长杰也相信自己能赢官司,因为所有出口美国的铜管都是经过奥托昆普公司认定过的生产线生产的,此时在美国大动干戈,对手早有预谋且拟将金龙置于死地。

“我们不能赢了官司,企业死去啊!”李长杰动情地说。

几番较量之后,在固执的奥托昆普公司面前,李长杰毅然喝下了他们酿的苦酒,赔偿奥托昆普 720 万美元。条件是奥托昆普让出美国市场,不再找金龙的任何麻烦。

金龙交出了走出国门,走向世界的昂贵学费。

“这是胯下之辱啊!但为了企业,我就必须忍受!”李长杰说。

但让他想不到的是,他还没来得及想出“复仇”方案,奥托昆普就解散了自己的铜管事业部,让他“复仇”无门,这让他苦笑不已。

于是,他进行了一次大收编,奥托昆普公司铜管事业部的总经理成为了金龙的副總裁,铸轧法技术的发明者也进入了金龙的技术中心。真是风水轮流转啊。

“反倾销”之困 金龙“国际梦”美梦成真

李长杰的办公桌背后是一张丝质的地图,精密工巧,色泽鲜艳,李长杰有意无意地经常在地图徘徊。

扫清了出口美国的障碍后,金龙产品光明正大地走出国门。但每吨 200 美元高昂的运费和关税,让李长杰又开始放眼全球,开始考虑企业的国际布局。

他把目光放到了墨西哥。于是,2008 年金龙集团墨西哥公司的 6 万吨精密铜管项目,在墨西哥的科韦拉州蒙克洛瓦市筹建。

一场专利之战交出去的昂贵学费,让金龙开始了对国际规则的重视。金龙的律师团查阅了墨西哥大量的法规,并对金龙

际电商物流平台”,并讨论组建合资公司,投资于国际电子商务物流行业。

尽管出资方仍为阿里,但物流平台的搭建却均已转至菜鸟网络。“目前,阿里的物流平台运作已转由菜鸟网络负责,只是这些合作同时也涉及金融服务等其他方面,因此也将与阿里系的天猫、淘宝、支付宝等其他公司业务有不可脱离的关联。”菜鸟物流相关负责人向记者介绍,此次牵手中国邮政也是如此。

“邮老大”借机转型

“这是邮政体系政企分开之后最大的一次业务转型和突破。”对于与阿里的再度深入合作,业内人士如是评价。

值得一提的是,2006 年,李国华以国家邮政局副局长代表,出席了邮政集团和阿里巴巴的战略合作签约仪式,那是双方的第一次战略合作。

双方的再度合作,由 2006 年主要在电子商务速递(E 标准、E 邮宝)和网上支付汇款两大方面,拓展到囊括物流、仓配、跨境、O2O、民生、金融以及信息安全等多领域。

其中,就最为主要的电商物流,双方表示将依托仓储网络平台和社会化运力平台,为电商客户、线上销售的制造类企业提供集“智能分仓+干线运输与调拨+快速分拨配送+信息系统支撑+金融”为一体的供应链解决方案服务。

同时,基于阿里的电商大数据、互联网技术和中国邮政遍布全国的村邮站、三农服务站、社区服务点等网点,双方将助力三四线城市网购业务和农产品进城发展业务。

对于此次业务转型前景,业内人士却多数持保留态度。“即使和阿里巴巴签约,还有待市场检验。”中国交运协会快运分会副秘书长刘建新认为,在他看来,过去双方已有的 8 年战略合作就是一个显著例子,邮政的市场改革效果至今还是不尽如人意。

同时,为业内共识的是,短期内,非邮政企业(民营快递)主导最后一公里的大格局不会有改变,菜鸟网络目前主要依托的也并非邮政企业。

但刘建新同时也表示,不排除十八届三中全会以后,邮政集团会加速真正的企业化、市场化改革。与阿里的合作,亦有利于邮政集团盘活国有企业资产,增加市场的灵活性和灵敏度,特别是针对未来巨量的电商物流业务。

墨西哥公司的运营织造了一张厚厚的巨型法网,借此保护金龙的利益不受侵犯。

“金龙这是怕哈来咯,前面轰走了狼,现在又来了虎。”李长杰介绍官司的情况时十分形象地比喻说。

2009 年的 10 月 28 日,金龙集团的墨西哥公司正沉浸在竣工投产的喜悦中,一场“反倾销”官司降临到金龙身上。

命运多舛的金龙又摊上“大事”啦!

美国市场是除了中国之外的世界上的第二大铜管销售市场。因为美国也是一个空调制冷大国和强国,拥有如 Goodman、GE 等空调冰箱生产企业。德国、日本及马来西亚等世界铜管生产企业在失去中国、亚洲市场之后,都把其当成了自己最后的生存之地。金龙的步步紧逼,让他们惊慌,企图以“反倾销”的名义,扼杀金墨西哥项目于摇篮之中,逼金龙退出美国市场。

这个“反倾销”官司让金龙震惊,也让金龙看到了国际化道路上现实的残酷。他们紧急、坚决应诉,决心让诽谤者露出真面目。

金龙铜管在美国市场被封杀,消息传到金龙的美国用户 Goodman 公司,他们也坚决不答应。公司董事长写了一封亲笔信,派集团主管供应的副总裁到新乡总部,面见李长杰。他们向金龙保证,继续 100%全部采购金龙铜管的产品,主动提出由他们来承担因反倾销产生的额外费用,全额支付反倾销税保证金。

“美国客户离不开金龙。”李长杰肯定地说。

“美国宣布对金龙进行反倾销核查时,当地就出现了一个靓丽的风景,一边是美国的美国商务部派人到金龙进行核查,阻止金龙的铜管进入美国,一边是美国的用户拿着订单奔向金龙总部,要求保证其铜管的供应。”李长杰笑道。

果不其然。2013 年的 6 月 7 日,美国商务部对原产于中国的无缝精炼铜管材作出反倾销行政复审终裁,裁定中国涉案企业金龙精密铜管集团股份有限公司的倾销幅度为 0.00%。

在和美国的反倾销较量中,金龙又赢了。

名家视角·高连奎专栏

中国改善民生的四大建议

当下中国最大的问题还是民生问题。民生问题最容易以阶层矛盾和社会矛盾的形式表现出来,当民生出现问题时,人们自然而然地就归为“阶层”的问题。对于这些问题,需要“侧面解决”。这些问题解决了,人们自然就不关注、不讨论阶层问题了。北欧和德国也拥有大量世界级的富豪,贫富差距也非常大,但人们很少讨论这些阶层矛盾问题,主要是这些国家社会保障做得比较好,各阶层各安其序,人们根本不把阶层问题看成问题。

中国现在出现了阶层固化的问题,特别是在教育和住房两个领域表现非常明显。有钱的父母可以买学区房,给孩子上好的中小学,从而考上更好的大学,进而成为社会精英的一员;而没钱的父母则不具备这样的条件,他们的子女也只能接受较差的教育。这就导致了不同阶层的孩子在竞争起点上就严重的不公平,这些问题也越来越影响社会的观感,扭曲人们的心态,非常值得警惕。下面是解决这些问题的一些具体建议:

一、提高最低工资占社会平均工资的比例,而不是只提高最低工资。

中国现在需要保住一个底线,那就是让普通公民靠工作收入也能过上体面的生活,一个人的工资至少可以养活一个人,但是中国绝大部分大学毕业生第一年的工资都很难养活自己,都必须部分接受家庭的资助(啃老)。当然美国也存在这样的问题。

中国应该提高最低工资占社会平均工资的比例,建立最低工资与社会平均工资的联动机制,各地不再公布最低工资数据,而是只公布一个社会最低工资占社会平均工资的比例,比如最低工资不低于社会平均工资的 60%为宜,保障一个人即使拿最低的工资也至少可以养活一个人。

二、让“公益型国企”进入房地产市场,以稳定和降低房价。

住房问题几乎是中国所有社会问题的根源,中国改变住房由市场供应为主的政策,因为中国和美国的自然禀赋不同,美国地广人稀,家家住别墅也可以,因此美国的住房即使实现市场化供应也问题不大,而中国的自然禀赋跟日韩是差不多的,都属于人多地少的情况,中国如果完全市场化供应,就会出现房价极高的现象,因为城市土地属于稀缺性生存资源,在经济学上稀缺性生存资源是不宜实行市场化的,与美国自然禀赋差不多的日韩在这方面都是失败的。

中国提出“公益型国企”的概念很久了,但一直没有落实。中国让房地产央企在住房领域实行“公益经营”,对他们开发的住房实行成本定价,或是成本加成定价,这样只要公益型央企开发的住房在市场上占到一定的比例,就可以稳定住房市场,让住房市场的房价理性回归。

三、建立福利社会和“低生存成本”社会双轮驱动的社会保障模式。

人们关注阶层问题,但很多是非阶层问题所致,比如过度竞争的问题,社会风险的问题,生存成本不断升高的问题等,比如过度的商业竞争导致企业生产有毒有害的产品,而富人则可以通过购买价格更高的商品,甚至是进口商品进行规避,而穷人则成为了受害者,比如吃国产奶粉的人和吃洋奶粉的人就属于不同的阶层,吃非转基因产品和转基因产品的也不是相同的阶层,这些本身属于商业的问题也可能转化为阶层问题,而这些可以通过商业规则的完善来改善。

现代社会是风险社会,社会风险会加重人们的社会恐惧,而富人则可以更好的规避风险,而穷人则往往成为社会风险的受害者,由此也可以产生阶层矛盾,对于社会风险的问题,国家应该完善社会风险防范机制,社会保障机制,社会投资机制,社会福利机制来解决。

另外还有一个学术不太重视的问题,就是现代人的生存成本的问题。社会越发展,人们的生存成本越高,建设“低生存成本”社会也势在必行。“低生存成本社会”主张在税收上可以对不同商品实行不同的税收政策进行调节,比如对生存必须品实行免税和低税政策,对享受型商品和奢侈品商品实行高税收政策,提高机器生产型产品的税收,降低劳动生产型产品的税收等,因为机器生产的产品随着劳动生产率提高会变得越来越便宜,而过于依赖人力劳动生产的产品或服务则随着劳动力价格的升高会越来越贵,这就需要政府从税收上进行调节。

四、教育领域去商业化,去市场化,给社会留最后一片净土。

当人们对阶层固化的观感主要来自教育和住房的商业化,而要治理也必须以这两大问题为突破口。中小学教育应该全面取消中小学校的所谓重点中学,各校教师实行定期(可设为三年)轮换,特别是任何学校都不得设置招生分数门槛,只要痛下决心做到了这点,由教育所衍生的所谓学区房的情况就不会再出现。硕士和博士仍然实行免费教育制度,保证有才华的学生的就学权利,在大学层面,大学的商学院教育资源应该 60%面向学生,其余再面向企业家。大学自主招生必须严格按分数录取,除特殊专业外一律不得进行面试,因为没有任何专业是一个高智商的内向学生不可以学习的,况且根据短短几分钟的面试也很难科学评定一个学生的真实素质。

(作者 高连奎 中国人民大学重阳金融研究院世界经济主管)