

8 行业调查 Industry Surveys

快递业群狼鏖战：三家“洋快递”将获国内牌照

■ 高江虹 报道

12月17日,国家邮政局公布“关于对嘉里大通物流有限公司等14家企业申请快递业务经营许可审核情况的公示”。公示信息显示,雅玛多和OCS三家“合资企业”正式申请经营国内快递业务。在此之前,拥有国内快递资质的外资快递公司只有UPS、FedEx和DHL三家。

三家国际快递公司的牌照申请,也意味着今年9月底国务院常务会议所决定的全面开放国内包裹快递市场这一政策正式落地。不出意外的话,12月23日公示期末,国家邮政局将正式为上述三家“洋快递”的国内快递业务放行。

不过,现在真的是洋快递入场的最佳时机吗?12月18日,圆通速递董事长喻渭蛟在接受记者专访时表示,目前快递业利润率跌至史上最低,每票利润不到5毛钱,成本却仍在飙升。已有快递企业顶不住,预计未来三年将进入第二波动荡期,大量快递企业在此期间会被洗牌出局。

三家“洋快递”入场

12月17日,国家邮政局官网挂出一则消息,有十四家企业申请快递业务经营许可,即俗称的快递牌照。其中三家申请的是国内快递牌照,十一家申请国际快递牌照。

嘉里大通申请的是包括京沪穗在内13个省市18个城市的国内快递业务许可,雅玛多(中国)运输有限公司申请沪苏浙3个省市6个城市的国内快递业务许可,OCS公司则申请京沪等9省市20个城市的国内快递业务许可。

值得关注的是,这三家申请国内快递牌照的企业身份颇为特殊,其母股公司分别是香港嘉里大通、日本雅玛多集团和日本全日空航空公司,业务规模和业务能力在目前快递行业均称得上翘楚。

嘉里大通物流(KerryLogistics Network,636 HK)总部设于香港,是郭氏/嘉里集团成员之一。嘉里大通网络遍及六大洲,在大中华及东盟地区拥有庞大及密集的配送网络和物流枢纽,全球共有550多个办事处,19000多名员工,2013年营业额为26亿美元。

雅玛多集团则是日本最大的快递运输公司,成立于1919年,下辖7大事业部,实力雄厚。该公司2014年前三季营业收入13746亿日元,净利润347亿日元。其宅配业务品牌“宅急便”是中国快递企业“宅急送”早年学习的对象。雅玛多于2010年1月投入注册资金2亿元成立中日合资公司,已经开始为优衣库



在内的一些日资企业进行配送业务。

OCS (Overseas Courier Service) 成立于1957年。2009年3月,日本ANA(全日空)航空公司对OCS进行了注资,OCS成为ANA集团的一员。OCS目前已在全球82个国家拥有227个站点的全球性网络体系。1985年,OCS进入中国市场,眼下拥有20个分公司,服务于中国大部分地区的国际快递和物流服务提供商。

在三家洋快递入场前,中国国内快递市场主要是民营快递在主导,三大外资快递企业巨头UPS、FedEx和DHL则在过去几年中观望多于参与。DHL于2011年底宣布暂时退出中国国内快递业务,UPS和FedEx则于2012年5月申请中国国内快递业务许可,但是当时获批的省市非常有限,远比此次新入场的三家洋快递少得多。

记者从接近国家邮政局的人士处了解到,事实上,UPS和FedEx这两年一直不停游说中国政府放宽业务许可范围,这两家公司实际获批城市已经远超当年的数量。

时隔两年,洋快递之所以再次爆发入华热情,源于国务院对国内快递业务一系列的鼓励措施,包括对外资快递企业的鼓励。

今年9月24日,国务院总理李克强主持召开国务院常务会议,决定进一步开放国内快递市场,推动内外资公平有序竞争。

会议认为,目前我国国际快递业务已基本对外资开放,主要城市国内快递业务也已对部分外资企业分批开放。依据我国加入世界贸易组织时的承诺,进一步放开国内市场,让国内外快递企业同台竞争,有利于倒逼国内企业改善经营管理、提升服务水平,使广大

消费者有更多选择。同时,推动快递业成为现代服务业发展的“黑马”,也能促进物流业上台阶,进一步搞活流通、拉动内需,增加社会就业,为稳增长、调结构、惠民生积极出力。

当时会议决定全面开放国内包裹快递市场,对符合许可条件的外资快递企业,按核定业务范围和经营地域发放经营许可。此次嘉里大通等三家公司,正是该政策落实后的首批申请并获批的外资快递企业。

狼群密集的草场

12月15日,国家邮政局发布11月邮政和快递行业数据。这个月的数据之好,再度刺激资本市场的眼球。由于双十一的关系,受到电商促销的影响,今年11月份快递业务量完成16.5亿件,同比增长51.4%,业务收入完成228.1亿元,同比增长42.2%。也就是说,快递单月便完成16.5亿件,超过了2008年全年的15.1亿件,也逼近2009年全年的18.6亿件。

喻渭蛟向记者表示,中国快递行业仍有巨大的发展空间,如此高速的增长至少还可以保持五到十年时间。

面对如此惊人的数据,也难怪各路资本追逐入场,包括外资快递公司。北京邮电大学邮政发展研究中心副主任赵国君向记者表示,三家外资快递公司选择此时入市竞争,也是看准了中国快递市场需求已被唤醒,用户对服务水准的要求亦日渐提高,市场对多元化快递产品的需求也在加大,这些对于外资快递企业来说便是不同以往的机会所在。

国内快递企业对于三家洋快递的入场也并不吃惊,甚至传达出“欢迎来竞争”的姿态。

一家快递企业的高管向记者表示:“欢迎进入狼群密集的草场”。该高管认为,早年民营快递企业尚体弱,怕外狼来争食,但经过这几年的市场恶战,目前四通一达等前几大快递企业均已练成“恶狼”,洋快递入场难言胜败。

喻渭蛟则向记者直言,虽然快递业务大幅增长来源于电商业务的爆发,但电商业务的利润率并不高,加之快递行业的车辆、人工、仓库设备等成本逐年增加,目前快递行业业务量大,利润情况却很惨淡,每票仅有不到5毛钱利润,预计明后年成本再度攀升后,这一行业或将真正进入“黑暗期”。

按照喻渭蛟的预计,2015年至2017年这三年,快递行业将进入全行业第二次动荡期,更加无序的价格竞争或致使更多快递企业亏损、倒闭、出局。其中不仅是数千家中小快递公司,也会包括比较大的、但扛不住烧钱速度的民营快递企业。

如此情况下,三家洋快递虽已入场,却很难预言未来。赵国君提醒道,外资快递企业不应与国内快递企业在价格上恋战,而应该在管理水平、服务水准与产品结构上多下功夫,以区别化的快递产品挖掘新兴市场需求,增加用户的黏性来耕耘这一市场。

赵国君同时认为:“每家新入场的快递企业在铺设快递网络、用户接受度和产品定位上至少需要三到五年的时间,短期对用户保有量巨大的四通一达等国内快递企业来说影响不大,但外资快递企业的进入,无疑能够带来更加规范的作业和管理水准,也符合我国政府对快递行业的提质提速提服务的发展方向,因此长期来看快递市场的竞争将更趋激烈。”

在线教育跨界投资：虚火太旺还是商机无限？

■ 王鹏善 韩跃飞 报道

在线教育在2014年迎来了一波又一波的高潮。

某教育机构发布的行业发展报告显示,从2013年至2014年11月,共有149个在线教育项目获得投资,金额达9.1亿美金,其中,仅2014年5月以来,投资金额就达到4.7亿美金。

而更加引入关注的是,很多本身不做教育的公司“跨界”进入这一领域。

BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)等巨头,纷纷布局在线教育,而被称为在线教育“搅局者”的YY(欢聚时代),更是动作频频;人民网和新华网等网站,也纷纷表示要投入巨资布局在线教育;连森马服饰和西安饮食也布局在线教育;……

可是,尽管在线教育看起来如火如荼,但目前来看并没有一个清晰的盈利模式,“懂教育的不懂互联网,懂互联网的不懂教育”这句话,似乎成为整个行业的梦魇。尤其值得注意的是,在这批跨界者中,有一部分是“既不懂互联网又不懂教育”。

业内人士指出,跨界者的进入意味着这个行业有了更多的资本参与,能很好普及在线教育,但从另一方面来看,跨界进入需要谨慎,这要求企业能够懂教育。不可否认,教育是一个“慢工出细活”的行业,它需要慢慢沉淀用心打磨,而不是在资本的推动下一蹴而就。

2014年,在线教育投资热潮

在线教育市场在2014年急剧爆发。有机构统计,2014年,国内每天大概有2.6家互联网教育公司诞生。在越来越多在线教育创业公司涌现的同时,也有不少公司正站在A轮乃至B轮用千万元、亿元修筑的跑道上。

例如,在今年二月,麦奇教育就宣布融资近1亿美元左右,B轮;之后,慧科教育(开课吧)融资1亿元人民币左右,A轮;一起作业网据媒体报道融资至少千万美元级C轮;而在线英语教育机构51talk获得红杉资本5500万美元,C轮融资也是今年在线教育行业里的重头戏。

正如业内投资人士指出的,教育行业如今正迎来最好的投资机会,单从资本角度来讲,教育亦是回报比例最高的行业之一。而在首届世界互联网大会上,马云也表示,在未来十年的投资计划清单中,教育行业也排在首位。此前,申银万国发布的《互联网教育行业深度报告》则显示,未来五年内,中国教育培训市场规模将达7000亿元,而互联网化的教育市场将达到4000亿元。

服饰饮食公司也要做在线教育？

在线教育的热潮,尤其教育概念股的增长,也吸引了一些上市公司的眼光。不仅一些互联网公司 and 传统的教育教辅公司纷纷进入在线教育,连服饰、饮食公司也各自推出了自己的在线教育战略。

目前,对于资本市场上的主角上市公司而言,投资教育已经不再是一句口号。越来越多的上市公司正对教育产业投入大量的真金白银,这从近期上市公司密集发布的财报数据上便可见端倪。

在众多跨界做在线教育的公司当中,在2014年YY可谓“抢尽风头”。今年2月,YY推出独立品牌100教育,加紧布局在线教育(目前,100教育已经自主研发推出覆盖全平台的在线互动直播教学客户端和手机APP,并陆续向用户免费提供托福、雅思以及英语四六级考试的课程服务)。12月8日,欢聚时代公司旗下100教育又宣布成立100网校,同时收购雅思在线教育代表人物郑仁强的公司。据相关人士透露,本次收购耗资3亿,可能是2014年度在线教育行业最大收购案。

而立思辰半年内已经两次出手加码在线教育,累计对在线教育的收购金额达5.2亿元;在11月21日发布2014财年三季度财报后,人人公司董事长陈一舟宣布,人人公司将于明年一季度推出在线教育业务,而此前人人公司已经投资在线教育平台“万门大学”。

11月18日,老牌教育公司北教传媒于新三板挂牌,基于“传统图书出版发行行业将受到来自数字媒体出版领域的冲击”等风险,北教传媒低调推出了在线教育新产品跨学网。据记者了解,目前,跨学网已经形成了包括学

生端、教师端、学校端在内的多个平台,未来将采取代理模式在全国铺开市场。

新华网6月27日出现在了IPO预先披露企业名称单中。新华网招股书中披露,拟募资14.97亿元,其中有1亿元将用于在线教育项目。招股书披露,新华网在线教育业务规划四类业务,一是技术支持,包括学习平台建设、学习平台租用、课件定制开发;二是课程服务,包括深度观察、行业知识等课程;三是教育资讯,包括培训体系设计、混合式学习设计与实施等;增值业务,包括学分教育、职业认证,目前已开始为国家公务员培训、金融行业培训、移动互联网从业人员职业认证等项目提供服务。

如果说上述公司介入在线教育还能理解,那么那些服装、餐饮企业做在线教育那就多少有些令人费解了。森马服饰在此前发布的三季度财报显示,已收购天才宝贝母公司70%的股权,未来将开发App等多种形式的儿童教育移动互联网产品。西安饮食6月27日公告称,拟合资设立西安西饮儿童成长体验中心有限公司,其中该公司拟以现金760万元出资,占合资公司95%的股权。合资公司的拟定经营范围是以儿童教育、体验等为主营业务的经营管理。

老牌制造企业海伦钢琴也提出转型战略,将由钢琴制造领域延伸到艺术教育领域。11月17日的财报显示,继此前分别投资四家教育公司后,海伦钢琴再次拟自筹资金3000余万元人民币在北京设立全资子公司“北京海伦网络信息科技有限公司”(暂定),从事智能钢琴、网络教育系统的研发。

近期还有鹏博士、绵世股份、大连控股等A股上市公司,宣布跨界进军在线教育。

事实上,从整个互联网教育产业来看,前期开发需要投入大量的资金和成本,并且盈利的周期比较长。根据业内的判断,做教育行业,尤其是在在线教育行业,从项目初始到商业模式运营成功,3-5年算短,5-8年时间获取成功实属正常。

看好未来,但盈利模式渺茫

尽管在线教育看起来如火如荼,但目前很多公司根本没有清晰的盈利模式。

当前的在线教育公司,要么做平台,要么

做内容。商业模式都相对较为简单,主要是平台分成、广告费和课程费用三种类型。内容提供商主要是通过APP等形式提供相关课程,包括录制视频、直播以及智能软件,其中提供视频是最初级的方式。

现有模式下,在线教育盈利点仍有待充分挖掘。行业人士指出,现阶段大量的线下教育提供商,仅仅依靠线上电商模式来拓展在线教育服务,而这样的模式并没有改变传统教育盈利模式。

对于资本来说,在线教育的平台必须具有强有力的造血能力。戴政表示,决胜网为其平台上的供应商吸引流量,并将供应商提供的产品和服务变现,而服务和产品基本都在线下完成。

以YY为例,起初,YY并没有将教育作为重点发展,仅仅是用户发现了YY的语言模式,自发在YY上进行教育课程,之后慢慢发展成一个单独的教育频道。再之后,才有100教育独立品牌的出现。

“我们对于未来十分看好,但是我们现在也不能明确地说这就是我们的盈利模式。”100教育负责人、YY副总裁刘豫军此前接受记者采访时说。

对于跨界者进军在线教育,业界也表达出褒贬不一的态度。有业内人士认为,一些新鲜的面孔进入在线教育,意味着行业充满许多机会,这有利于行业的加速发展。

“跨界者带来了一些不一样的思维,市场是足够开放的,对于任何人的进入都应该多包容。”一位在线教育从业人士对记者指出。

业内专家表示,跨界者的进入意味着这个行业有了更多的资本参与,能很好普及在线教育,但从另一方面来看,跨界进入需要谨慎,这要求企业能够懂教育。亦有观点认为,教育是一个慢活,它需要慢慢沉淀用心打磨,而不是在资本的推动下一蹴而就。

更有分析人士明确指出,从业者们不要因为这个行业比较“热”而去跨界,盲目地投身进这个行业并非明智的选择。

“因为缺少创新和深刻认识的从业者们轻易投身行业去复制现在别人做的事情,即使复制了表面的‘形’,却无法体会别人的‘魂’,最终依然无法实现利润,这样的风险是巨大的。”达内科技创始人韩少云曾在一次访谈中直言。

中国边境旅游发展报告：边境游将成为新增长极

■ 赵珊 报道

18日,由中国科学院地理科学与资源研究所编写的《中国边境旅游发展报告》在京发布。《报告》分析了中国边境旅游发展历程、现状特征和存在问题,并发布了边境县的旅游竞争力,前12名的分别为:景洪市、腾冲市、瑞丽市、漠河县、珙春市、振兴区、满洲里市、东港市、东兴市、凭祥市、勐腊县、霍城县。

136县接壤14国 旅游增长强劲

我国是陆地领土大国,陆地边境线长达2.2万多公里,沿线有内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、广西、云南、西藏、甘肃和新疆9个省(自治区)的136个陆地边境县(旗、市、市辖区),国土面积约193万平方公里,总人口约为2200万人,并与14个国家相接壤。神秘的国境线,独特的自然风光,悠久的历史遗存,奇异的民族风情以及和平友好的外交关系,使我国边境地区拥有发展旅游业的独特魅力。

《报告》指出,我国边境旅游兴起于上世纪80年代中后期。目前边境旅游发展主要呈现出以下特征:旅游市场增长势头强劲,区域间差异较大;旅游资源汇集诸多名山大川,民族风情异彩纷呈;旅游产品以观光购物为主导,复合化转型不断提速;口岸城市类型多样,口岸旅游发展迅速;次区域旅游合作全面展开,逐步加深;优惠政策高度集聚,开放力度不断加大。

五大边境旅游合作圈日渐形成

《报告》分析,以满洲里为核心的中俄旅游市场合作圈、以丹东为核心的中朝旅游市场合作圈、以新疆为核心的中亚旅游市场合作圈、以崇左为核心的中越旅游市场合作圈以及以西双版纳为核心的中缅旅游市场合作圈日渐形成。

满洲里是俄罗斯远东、西伯利亚地区、蒙古国东部地区居民旅游、购物和休闲的首选城市。满洲里设立了中俄互市贸易旅游区,成为中俄蒙三国贸易、文化交流的纽带。

中朝旅游圈以丹东为核心,辐射通化市、白山市和延边朝鲜族自治州和朝鲜境内的新义州、罗先市、江界等地区。目前丹东已开通了至新义州的旅游专列。吉林省开设了至朝鲜罗先市豆满江区的自驾游线路。珙春市开通了东北亚首条中俄朝三国免签证环形跨国游。

独特的地理位置、历史文化渊源和互补性的旅游资源推动新疆和中亚国家互为主要旅游目的地。新疆面向广阔的中亚旅游市场,不断加大对霍尔果斯等边境口岸旅游基础设施的投入。哈萨克斯坦正计划打造丝绸之路走廊景点,以吸引更多中国游客。

中越边境游发展较为成熟,目前已开辟了“越老柬神秘之旅”、“中越跨国胡志明足迹之旅”、“中越边境探秘游”、“中越海上跨国之旅”等多条跨国旅游线路,又设立了“中越国际旅游合作区”。

西双版纳是云南面向东南亚、南亚的重要通道,目前正在与老挝的琅勃拉邦、南塔、波乔和泰国清迈等地建立旅游合作机制。

成为中国旅游新增长极

《报告》指出,未来我国边境地区要打造成为旅游产业体系完善、发展模式创新,集边境观光、生态休闲、边境商贸、文化体验、养生度假等于一体的,具有影响力、吸引力和竞争力的黄金旅游带,成为中国旅游业发展新的增长极。

《报告》分析说,边境旅游区区域合作尤其要加强口岸城市的合作,实施边境旅游一体化战略,注重边境线的联动,构建东北“漠河、黑河、抚远、兴凯湖”、西北“喀纳斯湖、伊犁、阿图什、喀什”、西南“西双版纳、景洪、澜沧江、腾冲”等黄金旅游线路,形成全方位、多类型的区域旅游合作格局。

