

快递江湖生变:阿里与顺丰阵营渐成对垒

提要 菜鸟网络,注定是一家会随着其成长对快递业务影响越来越深的公司,就像淘宝当年做电商平台,看上去不是做零售反过来却对零售商造成致命冲击一样。两周年的菜鸟已透露了其初始的野心:要为快递公司分层分类,以便纳入菜鸟平台与生态。这自然引起快递诸雄诸多不快与不安。

顺丰建丰巢联盟对抗菜鸟: 京东苏宁亦虎视眈眈

■ 高江虹 报道

5月28日,菜鸟网络拉旗召开第一届快递江湖大会,包括“四通一达”、邮政等快递企业在内的500多名合作商聚于杭州,却意外听到菜鸟网络CEO董文红表示,菜鸟打算祭出分层服务伙伴计划以及各类评价机制。在这一计划披露前,阿里巴巴集团旗下基金刚刚入股圆通速递,持股20%,菜鸟网络一位不愿具名的高层坦承,菜鸟打算用资本敦促快递企业改变,引导快递行业变局。“菜鸟网络的初衷是建成沟通机制,但现在变身规则制定者的意图越发强烈。”与会的不少快递公司负责人向记者表达了被阿里系控制的担忧。随后,顺丰联手申通、中通和韵达率先反水,一起投资5亿成立“丰巢科技”来直面菜鸟的竞争。

“但这种联盟也只是暂时的合盟,目的是撬动其间微妙的关系。”参与丰巢的一家快递公司高管向记者坦言,如今快递行业形势微妙,各家公司之间的合纵连横都有各自的算盘,眼下虽然暂时变成两大阵营对决,但局势未有定数,依然存在巨变的可能。

江湖来了新盟主

菜鸟网络在杭州举办的第一次合作伙伴大会上,菜鸟网络总裁董文红在江湖大会上首度清晰对外明确,菜鸟网络“是什么”、“做什么”和“能为合作伙伴带来什么”。

正如两个月来菜鸟开始为打击“炒信”而清除平台上20余家快递公司,董文红透露,菜鸟今年将会打破以往平台的完全包容与开放姿态,开始制定“规则”,并推动产品分层与服务分层,运用评价体系推动快递行业的服务质量提升。

据了解,目前各大快递公司均存在重市场份额、服务同质化、平台运营弱、资源投资少的状况,为达到“梳理平台规则,形成闭环,合作伙伴分层运营,强化平台服务导向”,菜鸟网络便推出“合作伙伴分层运营计划”。

天天快递董事长奚春阳随后在公司内部动员令中透露了菜鸟这一计划内情,即把各大快递公司分成“金牌、银牌、铜牌、标准”四大等级,并根据等级配比相应的项目支持与品牌合作。

四大等级是通过运营指标的分值高低来分类的,其评价内容包括市场占有率、1日3日7日妥投率、当日派件成功率、快递员评价、物流详情完整率及时率准确率、投诉率等等。

奚春阳认为,虽然快递行业的前景看好,

但目前情况非常危险,如果不解决好服务、价格、网点等问题,所有快递企业将一同失去客户。从更深层次的角度讲,即使快递企业“不思进取”,阿里也会倒逼变革。而菜鸟的合作分层计划从某种意义上讲,等级的高低直接影响到快递企业的市场、客户占有率,因此所有快递公司都需要提升其服务水准。

像奚春阳一样产生强烈危机意识的快递公司高管不止一个。与会现场多名快递公司高层向记者表示对菜鸟网络此举高度赞赏的同时,亦表达了对菜鸟野心浮现的惊讶与担忧。

平台打破平衡

众人缘何对菜鸟露出“獠牙”深感吃惊?这就必须回顾一下菜鸟网络成立的初衷。

2013年5月28日,阿里巴巴集团、银泰集团联合复星集团、富春控股、顺丰集团、三通一达(申通、圆通、中通、韵达)等合作各方共同组建“菜鸟网络科技有限公司”。该公司股权结构中,天猫投资21.5亿,占股43%。银泰通过北京国俊投资有限公司投资16亿,占股32%。富春集团则通过富春物流投资5亿,占股10%,上海复星集团通过上海星泓投资有限公司投资5亿,占股10%。圆通、顺丰、申通、韵达、中通各出资5000万,占股1%。

当时的菜鸟打算建成一个中国智能骨干网,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,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。

由于多个快递公司70%以上的业务量均来自淘宝,全国大多数快递公司被吸引至菜鸟网络平台上,对接各自的信息系统,自觉依据菜鸟的要求改进自身快递服务体系中的诸多问题。在菜鸟网络的支持下,各快递企业的包裹处理能力也获得大幅提升,尽管电商包裹量一再刷新历史峰值,主要几家快递公司的系统都扛住了巨量冲击。

据国家邮政局《2014年快递市场监管报告》指出,2014年我国快递业务量达139.6亿件,同比增长51.9%,首次超过美国,成为全球第一快递大国。日均快递处理量3825万件,最高日处理量突破1亿件,人均快件使用量为10.2件。2010年-2014年我国快递服务企业的业务增长了近5倍,年均增长56.3%,约为同期国内生产总值增速的7倍。

过去两年,众快递公司对于菜鸟网络是合作支持的态度居多,毕竟这是一个产生巨大价值的平台,且强调开放、合作、共享。不曾想,两年之后,菜鸟网络开始露出强硬的一

面。

董文红在接受记者采访时坦承,作为定位于开放平台的菜鸟网络,此前曾犹豫是否应该打破目前的平衡,制定规则与门槛,但消费者的物流体验要求菜鸟必须提升平台的服务质量,以跑赢这场竞争。

不过在个别快递公司看来,这一规则颇有“挟天子以令诸侯”的意味,菜鸟俨然希望借此机会确定自己的盟主地位,这在长期群雄乱战但乏龙首的快递行业里,犹如一记惊雷。

另一个江湖新起

然而,不是所有人都乐见菜鸟网络统一整个快递江湖。5月28日菜鸟网络所举行的快递江湖大会上,唯一缺席的快递公司便是顺丰速递。

6月6日,顺丰、申通、中通、韵达、普洛斯联合发布公告,共同投资创建深圳市丰巢科技有限公司,通过运营“丰巢”智能快递柜,以提供平台化快递收寄交互业务。按照规划,“丰巢”智能快递柜将在2015年内完成中国33个重点城市过万网点布局,并与万科物业、中航地产、中海物业等地产物业核心企业深度合作。

丰巢方面相关负责人向记者解释,初期投资5亿人民币,顺丰持股为35%,申通、中通、韵达均是20%,普洛斯特为5%。“丰巢”并非为快递公司任何一家所有,各快递公司也不会直接参与运营管理,而是将其作为社会化的物流资源,以平台的身份,面向所有快递企业、电商商家、社区化服务商业体开放。

记者了解到,丰巢的商业模式是由丰巢科技与合作伙伴共同投资建设丰巢快递柜,是为物业公司、社区业主及快递公司、行业用户、电商企业打造的智能快递管理终端。用户通过短信密码、二维码取件,系统还能提供寄件功能。未来,公司通过广告、快递业务分成、电商使用佣金等来实现盈利。

由于丰巢的创始股东聚合了国内最大的几家快递公司,顺丰以及“四通一达”四家公司在国内拥有超过87000个服务网点,85万一线配送人员每日递送全国50%以上的快件,强大的网络优势令丰巢一出生就极具想象空间。

根据“丰巢”提供的数据,目前国内快递员上门派件,每成功派发一单平均耗时7分钟,而如果使用“丰巢”自助派件,每成功派发一单平均耗时3分钟,平均估算快递员人均效率可提升1倍。这个数据对于快递公司意味着,快递员在不新增人手的情况下末端



业务处理量提升100%。

这几家快递公司之所以联手在智能终端上下功夫,一方面是因为人的效能能在快递行业已经被挖掘到极致,依靠传统出卖劳动力的发展模式,已无法满足未来倍增的需求量,急需寻找到一个合适的工具或者介质来解决这一难题。

百世汇通总经理周建认为,目前中国每天产生的快递包裹数量大约在4500万到5000万之间,预计五年后这个数字会变成每天两亿单,那时快递企业一定会改变现有的仓储模式,分仓发货,离消费者更近。在中转模式上更多依靠大数据的运用,而链路末端也会呈现出多样化和丰富化的创新,比如社区本地生活服务更多的增值服务出现。

因而,不仅是丰巢意图布局终端快递网络,菜鸟的驿站也已经在抢食这一市场。菜鸟网络总裁董文红在菜鸟合作伙伴大会上就曾透露,驿站是菜鸟网络未来五大战略之一,将会是未来菜鸟重点发展的业务。

据菜鸟方面提供的数据显示,菜鸟驿站合作站点数目前已过20000家,覆盖30个省,187多个城市。去年阿里巴巴与中国邮政集团签署战略合作协议,作为协议的合作内容之一,中国邮政向社会开放5000个邮政自提网点,作为菜鸟驿站为网购用户提供包裹代收服务。

丰巢菜鸟之争

丰巢的出现,直接冲击了驿站的布局。为了抗衡丰巢,6月10日,菜鸟网络宣布,百世汇通和圆通将先期加入菜鸟驿站,向社会开放其末端代办点为公共自提点,为网购用户提供包裹代收服务,力求快递业解决“最后一公里”问题。据悉,此次合作首批上线试点城市主要集中在上海、广东、浙江、江苏、青岛、济南等地,三方合作站点年底目标数为10000家,届时可覆盖全国各主要城市。

有趣的是,四通一达终于在派送环节分成了两大阵营,把双方此前彼此试探的结果用站队的方式做了公开。三通一达中有人士向记者透露,早在菜鸟决定入股圆通之前,其

他快递大佬就“心生不满”,尽管菜鸟的CEO董文红与副总裁王文彬一再前去解释游说,各方仍心生罅隙,分裂变成了定局,四通一达靠向了此前竞争对手顺丰,便是这一不满姿态的表现。

“这种联盟也只是暂时的合盟,目的是撬动其间微妙的关系。”参与丰巢的一家快递公司高管向记者坦言,如今快递行业形势微妙,各家公司之间的合纵连横都有各自的算盘,眼下虽然暂时变成两大江湖对局,但局势未有定数,依然存在巨变的可能。

值得关注的是,顺丰速递此前一直是个自成一派的独立角色,现在却愿意与其他竞争对手结盟,此间变化耐人寻味。

阿里巴巴集团内部人士向记者透露,顺丰实际上更像是阿里的竞争对手而非合作伙伴。事实上,顺丰近两年急速扩张后,已经形成了一个完整的产业链,业务架构上越发趋向于阿里与京东,在电商、快递、仓储、供应链管理等领域都介入甚深,形成自己的闭环。

顺丰内部高管向记者表示,目前顺丰的电商平台已经是开放式平台,顺丰不仅给平台上的商家提供交易机会,还从仓储、物流、预付货款或其他融资方式等提供支持,投资顺丰的两大央企招商局与中信集团亦会在更多产品开发上提供支持。

不过该人士回避记者关于二者直面竞争的追问,仅表示目前顺丰仍与菜鸟网络有着深入的合作,双方在最后一公里的终端解决方案上也采取了不同的策略,共同拓展该市场。

但据记者了解,顺丰早于2014年5月就主动中止了部分与淘宝商户的合作,拒绝递送价格超低的物流件,转而挖掘价格更高的市场空间,包括跟大量新兴电商平台合作,从资金、物流解决方案等方面全力支持新电商和与商户。

显然,顺丰与菜鸟网络的对决,只是刚刚开始而已。其后的变量还可能很多,京东与苏宁等新生快递公司虽然尚未对双方形成冲击力,但凭借着各自电商平台,这两家快递公司或会令快递江湖再生动荡。

快递业合纵连横 菜鸟平台上演爱恨交织

■ 王洁 报道

众快递公司对菜鸟网络欲成江湖盟主心绪不一,原因是其刚刚跟一家快递巨头圆通缔结了血缘关系。阿里巴巴集团5月14日宣布,联手云锋基金,战略投资圆通速递。

记者从阿里集团内部获悉,阿里投资圆通的资金不到50亿,占股20%,另外允诺予以多项合作支持。在此之前,阿里已经投资百世汇通以及全峰快递。

因此,多家快递公司担忧菜鸟网络会对嫡系与非嫡系快递进行区别对待,加剧各家的业务量差距。

结盟与顾虑

《2014年快递市场监管报告》显示,2014年业务量超过1亿件的快递服务品牌有14个,较上一年增加3个,其中业务量超过10亿件的快递品牌有6个,业务量在5亿-10亿件之间的也有3个,都比2013年新增1个。值得关注的是,中通和百世汇通一定程度上获得了菜鸟的扶持,迅速晋身“超亿件俱乐部”。

该报告还指出,快递行业集中度呈现业务量和收入的双下降趋势。前四家快递企业量占全国业务量的比重从2010年70.3%下降至49.9%,首次跌破50%,而业务收入的占比也从2010年的68.5%降至2014年51%。说明排名前几名的快递企业之间竞争相当激烈。

任何有所倾向的平台规则,无疑都将冲击彼此的业务量与排名,这正是各家快递公司最大的顾虑所在。

在记者走访上海杭州两地8家快递公司的过程中,有快递公司人士向记者透露,快递公司之所以忌惮菜鸟网络,因其可动用对淘宝平台的物流订单影响力,扶持快递公司业务量猛增。这种奖励性业务量增长曾发生在

中通快递身上,生动演示了菜鸟与各快递企业之间的合纵连横。

据该人士介绍,原本多家快递公司对阿里巴巴集团成立菜鸟网络就颇为警惕,意图结盟提升话语权,对抗菜鸟网络对各自的控制。蜂网便是由圆通董事长喻渭蛟提议发起,申通、中通、汇通和韵达等公司共同成立的投资平台。

蜂网投资有限公司于2013年12月成立,注册资金2.5亿元人民币,总部设在上海。5家快递公司各占20%的股份。该公司定位为向快递产业链的上游产业进行投资,通过对快递资源和快递上下游资源的集合、整合和融合打造快递集约化的投资平台,推动智慧快递、物联网和“云计算”在“三通一达”快递企业的应用;以“蜂网”为品牌,推动“三通一达”在跨境电子商务发挥作用;以“蜂网”为龙头,集中采购各类装备和材料,包括干线运输车辆、城市配送车辆、运输服务外包、全货机、各类印刷品、工作服、包装材料、办公用品、分拣设备、IT设备、各类快递软件系统、各类保险产品等。

这是快递行业内第一次有了清晰的结盟概念,喻渭蛟在早前接受记者采访就曾披露过这一设想,希望四通一达在末端处理以及集中采购上形成合力,亦可通过这种结盟共同提价,不至于共同沦落亏损的泥潭。毕竟,当时在降价风潮下,淘宝件的物流成本降至惊人的低位,江浙地区的淘宝件在大商户那里每票报价仅为3至3.5元,连成本都填不平。

反水与站队

蜂网的结盟原本意图对抗菜鸟与顺丰的竞争,“不想很快,去年中通快递就率先反水了”。上述快递员透露,中通在菜鸟的游说下迅速倒戈,致使蜂网内部共识崩析,所发挥



的作用变得极为有限。

而中通“反水”后得到菜鸟网络的物流推荐,并获推荐搭上了俄速通等跨境平台,业务量增长极为迅猛,2014年“双十一”当天,中通快递业务量达到2420万件,是各家快递公司中业务量增长最为迅猛的企业。

由此,蜂网内部的其它快递公司也开始与菜鸟网络进行不同程度的合作。记者从阿里集团内部了解到,正是从去年开始,菜鸟网络开始有了对“地网”控制力的想法,积极与各家开始游说协商,最后定下了全峰快递与圆通速运,使其成为自己的嫡系网络的一员。

就体量规模与管理水平来说,作为快递处理量排名第二名的圆通,目前在全国建立了72个转运中心,遍布全国14000余配送网点,20万名员工,县级以上城市覆盖率达93%,航空运输通达93个机场,航线覆盖城市103个,开通航线数量高达773个,7架飞机(包括自购两架),陆路运送收派车辆3万多辆。2014年,圆通全网快件业务量达到21亿件,营业额达到240亿元,单日揽收量最高达2500万件。

拿下圆通,菜鸟无疑就从平台上落了地,加强了对地网的掌控力,尤其是末端派送的服务能力。另外,阿里正在培育天猫国际市场,需要一个成熟的跨境电商物流配送体系加以支持,圆通正好在全力发力跨境快递业务,不仅联合13家国际快递意向合作伙伴成立“全球包裹联盟”,上线海外直购电商平台“一城一品”,还联合菜鸟出击台湾、俄罗斯等地,并推出中韩国际货运航线等动作。再者,圆通是四通一达里股权结构最为简单的快递公司,因此双方一拍即合。

一位不愿具名的阿里集团内部人士向记者解释道,目前到了需要用资本来引导快递市场发展的阶段,此前的无序竞争只会加剧各公司的价格战,拖垮竞争力。阿里入手圆通,将会打造一个标杆性快递公司,引导行业的发展方向。

而其未说出的原因是,各电商平台成长迅猛,业务量亦猛增,业务比重占比会在各快递企业中越来越大,阿里恐失去对各大快递公司的掌控力,扶持嫡系物流是一种保护措施,也是一种威慑力。

菜鸟网络 50城物流配送 将实现“次日达”

■ 赵文君 报道

记者从菜鸟网络获悉,今年将增开30个天猫超市物流配送中心,覆盖全国25个省级行政区、250余个城市,其中50个城市可实现当日下单、次日收货。

菜鸟网络是阿里巴巴旗下的物流平台,随着仓储配送网络布局逐步完善,一张覆盖华北、华南、华东、西南、华中的仓储物流网络正在形成。“次日达”服务正在由一线城市向三四线城市、农村地区延伸。

菜鸟网络物流专家马俊杰介绍,在自建物流的模式下,仓储、运输、配送等环节都由一家企业完成,遇上订单量大的时候,末端配送压力会很大。菜鸟的商超物流在重要节点城市设立物流配送中心,结合专业落地配送企业的模式,逐步实现物流网络覆盖,且时效很快。

“和其它电商自建物流不同,菜鸟网络的商超物流是开放合作的,联合了社会上优质的物流资源,通过同服务商的协同,搭建完整的仓储服务体系。”马俊杰说。

菜鸟网络推出了多样性的服务,如将面向28个城市的消费者推出可指定日期送达,消费者可以“任性选择送货时间”。另外,天猫超市还在北京、上海、广州、深圳、杭州五个城市推出夜间配送服务,以方便白天不在家的上班族。