

# 双11 物流或再创纪录 快递行业将迎黄金十年

■ 特约撰稿 李彬

912亿元成交额,4.67亿元的物流订单,这是去年“双11”一天创造的奇迹。2016年的“双11”将会爆发出多大的能量,带来多少订单包裹?物流业是否已经准备好?

据统计,今年“双11”期间,全行业将有268万人一线人员投入到“双11”快递服务当中,较去年增长超过50%,干线车辆增长59%,航空运力增长40%左右。

菜鸟网络CTO兼菜鸟“双11”总指挥王文彬表示,今年将是“双11”物流的“升级之年”。今年快递行业在数据技术和资本助力下,呈现数据升级、服务升级和能力升级的三大特点,相比往年将更加从容应对“双11”。

## 协同准备更充分 众包快递首次亮相

到2016年,“双11”已经进入第8个年头。据预测,今年“双11”期间(11月11日至16日)全行业处理的邮件(快件)业务量将超过10.5亿件,比去年同期增长35%。可以预见的是,今年“双11”的包裹量将会再创全球新高。

王文彬指出,过去7年里,在社会化物流的整体协同下,已经基本解决了“双11”仓库爆仓和干线压力问题,今年将更侧重解决末端派送和服务体验问题,因此协同显得更为重要。

“双11”对中国快递、物流行业来说,是一场行业的大会战。在菜鸟网络的协同下,全行业已经形成了紧密的配合。“双11”期间主要快递公司会暂时放下竞争对手的身份,组成统一的作战室,对于快递单量和物流情况实时通报,应急联动。今年还将是如此。

此外,众包服务将首次亮相“双11”,菜鸟已经联合快递企业准备了数十万众包快递员随时待命。在宅配领域,菜鸟已经建成了中国最大的开放仓配网络,将为商家和消



费者提供智能分仓和就近配送服务。在跨境方面,菜鸟网络已经形成了一张覆盖224个国家个地区的网络,并且可以做到全球发全球。

## 七成包裹 将通过智能算法分配线路

随着信息和数据的积累越来越完善,菜鸟网络已经成为全球最大的物流数据库,这些数据在今年“双11”期间,也将产生更多的产品。随着电子面单的大规模使用,今年“双11”期间,预计将有七成的包裹,通过智能分单分配快递线路。

在过去物流预警雷达等产品基础上,2016年“双11”菜鸟网络将继续升级智能分单,推动聚单直发、智选物流、物流云等产品使用,快递员APP也将在今年“双11”期间大规模应用。

值得一提的是,今年推出“聚单直发”数据产品,可以在商家端就把相同区域的订单

集中生产,直接配送到目的地。对于“双11”来说,可实现大量订单前置发货,时效至少能提升10小时以上。

此外,随着电子面单成为快递行业的基础数据普及产品,智能分单将在今年“双11”全面应用,预计渗透率将达到70%以上,也就是绝大部分包裹将通过智能算法来分配线路,准确率和速度将大大提升。

往年“双11”当天,快递并未有太多压力,12、13日是揽收高峰。随着电子面单、智能分单等技术普及,各快递公司自动化程度提升,预计今年“双11”当天将成为揽收高峰期,远超12、13日,这也将推动消费者签收时效提前。

## 能力升级 快递行业将迎黄金十年

一年一度的“双11”不仅是电商和消费者的盛宴,也给快递行业带来无限的机遇。随着“双11”和电商的高速发展,中国已经成

长起一批世界级的快递物流公司,仅用了五年,单个快递公司日均处理快递包裹量已经从100万单跃升到1000万单级别。

有券商分析报告称,每年的“双11”作为考验快递业应对极限峰值的测试,都在推动快递企业运营能力进行系统性升级。在包裹量高速增长的环境下,每年的“双11”峰值都将成为各大快递公司第二年的常态水平,形成行业良性循环,支撑快递业务量保持较高增速。

“几年的实践证明,‘双11’是一场练兵,也是一场物流升级之战。”几家主要快递公司的负责人表示。甚至有企业提出,“双11”服务将与平时一样,而且在部分地区还开展承诺达等时效服务。

到今年为止,快递业已经连续5年增幅超过50%,成为中国增速最高的行业之一。“过去10年看电商,未来10年看物流”,随着政策和制度红利预期将大规模释放,大数据和智能化的渗透、基础设施的建设和消费升级,快递行业将迎来黄金发展十年。

## 铁路货运改革见成效

前三季度货运量增速回升

根据交通部公布的数字,前三季度全社会货运量增速回升,其中铁路货运量在8月实现了1%的增速,扭转了2014年以来该项数字的负增长态势。

众所周知,相对于其他交通方式,铁路货运的优势明显:发达的路网、充足的运能、雄厚的实力以及安全便捷、低成本、全天候、网络化、绿色环保的运输方式,使铁路具有极强的竞争力。

但运输市场竞争的关键在于时效。与公路相比,铁路在中短途运输中劣势尽显。特别在当前中国经济发展进入新常态后,随着高速公路网的发展,以往引以为傲的长途运输,也在时效性方面渐现疲态。加之体制僵化,在激烈的市场竞争中,铁路渐渐处于“下风”,近年来,货运量逐步下滑。

为了生存,为了发展,铁路加快了向现代物流企业转型,一方面实行货运体制改革,货运中心的专项专营取代了以前的车站式管理模式,消除了“多人管一”和“一人多管”的现象,明确责任划分;新式的运营体系,增加了营销部门,更方便与客户构建沟通桥梁,从“等客来”变为上门服务,利于增加货源。

另一方面,铁路部门依托“互联网+”技术,推了“95306”中国铁路货运电子商务系统网上办理平台,通过开通网上“货物追踪、货运咨询、运费查询”等功能,使企业货主足不出户,在指尖滑动中就完成货物发送的办理和查询;在过去很长一段时间里,铁路货运增量主要依赖于黑货。随着中央“三去一降一补”改革政策的出台,借助黑货作为增量已不现实。面对前所未有的困难,铁总采取“既抱西瓜,又捡芝麻”方式开展其他品类营销,扩大大白货占打破依赖黑货增量的历史。各铁路局按品类和网络相结合的营销策略,对管内各企业走访摸底,既抓大宗货物,又抓零散快运,充分挖掘其他品类货源,实现了逆势新突破。

铁路部门数字显示,今年9月23日至25日,全路连续3天装车达到13万车以上,创今年以来最高水平。这也是2014年12月份以来,全路单日装车首次回到13万车水平。这一成绩的取得,并非是铁路部门朝夕“瞬间”之功,而是长期改体制、重发展、挖潜能、不懈的努力与积淀。

改革道路任重道远。面对货运下滑压力,铁路通过制定的一系列措施,打通了服务企业的最后一公里,实现了自2014年以来首次同比增长,说明铁总供给侧结构性改革已取得初步成效,前景值得期待。(王星)



信，国之宝也  
民之所凭也

“四川物流诚信企业50家”  
讲诚信 讲规则

