

# 京东物流切入快递C端市场

## 成本管控难题尚待突破

□记者 张鹏飞



C端业务与B端业务的操作模式完全不同,京东物流须尽快调整,应对新挑战。图为京东工作人员正在仓库中处理快件。

竞争激烈的快递市场再掀涟漪。近日,“京东快递”小程序在微信上线,开始正式承接个人快递业务。这意味着消费者在寄快递时,除了顺丰、“通达系”等传统快递企业之外,又多了一个选择。

此举被外界解读为京东物流全面进军C端业务的开始。不过,对于一直服务于B端企业的京东物流而言,要想在已是一片竞争“红海”的快递市场抢夺C端用户,讲好资本故事,还有很长的路要走。

### 价格略低于顺丰

微信信息显示,京东快递小程序关联账

号的认证主体为“北京京东达贸易有限公司”。小程序中的快件服务协议显示,北京京东达贸易有限公司及其关联公司即为京东物流。

值得注意的是,达成同城配送服务也包含在小程序中,为用户提供一小时送达服务。小程序界面信息显示,此服务寄件方式分为上门取件和自送服务站。在运费方面,

采用“物品重量×体积×时效产品基础费用(可选)+包材费用(可选)”的公式计算。京东物流工作人员此前表示:“我们的价格会比顺丰便宜,但比‘三通一达’要稍微贵一点。”

### 用户口碑或成优势

自向全社会开放以来,京东物流与曾经合作的第三方快递物流企业的关系逐步由伙伴变为友商。如今,京东物流服务范围正从B端向C端延伸,与顺丰、“通达系”的竞争也将进一步加剧。

对于京东物流进军C端业务对市场的影响,快递行业专家赵小敏告诉《中国邮政快递报》记者,目前来看,京东的这一举动不会对现有市场格局产生太大影响。与其他品牌快递企业相比,京东物流本质上属于仓配型物流企业,其在物流体验上的优势,更多依赖于覆盖全国的仓配体系。京东物流用户体验较好的原因是通过临近仓储发货,进而缩短电商件的配送距离。

“与B2C的仓配业务不同,C端快递更多的是点对点的运营,之前以仓储为核心缩短路径的方法不再适用,而是考验揽收、转运、分拣、配送等各个环节的高效衔接,这对京东物流来说或许是一个短板。”赵小敏说。

也有业内人士分析,此番京东物流进军C端业务,主要出于资本市场的考量。对于资本市场来说,京东物流社会化是一个颇有诱惑力的故事。此外,尽管与之前的业务模式不同,但京东物流长期积累的用户口碑将成为C端业务的优势,有助于迅速打开用户市场。

### 面临降本增效课题

京东物流虽然被京东集团视为助推业绩增长的下一个“杀手锏”,但事实上也是公司历年的“烧钱大户”。京东最新发布的二季度财报显示,京东物流等新业务的业绩亏损同比扩大6倍,达到24.2亿元;2017年上半年,这一板块的营收为23.4亿元,当时的亏损额仅为3.8亿元。

赵小敏认为,目前来看,京东物流已经积累了很多资源,但如何高效整合是面临的一个问题。此次试水C端个人寄件业务,或许是京东物流突破亏损困局的一次尝试。在“通达系”占据绝大部分电商快件市场的情况下,京东物流的成本确实是一个非常大的挑战。一位“通达系”高管告诉《中国邮政快递报》记者,自营物流意味着电商要管理一个庞大的物流网络,管理数十万员工,管理遍布全国甚至全世界的仓储物流资源,难度不言而喻,成本也会出乎意料得高。

实际上,为解决售后服务,京东物流也推出了类似的个人快递业务。今年7月,京东物流在全国上百个大中城市开通“京准取”服务,为用户提供如约上门取件的寄件服务。但不难看出,京东物流已为个人寄件业务做好了准备。

目前,快递市场已是一片竞争“红海”,顺丰、“通达系”占据着优势地位。京东物流在抢走了小米、网易严选等优质客户后,又欲分食C端蛋糕。受访者普遍认为,虽然已经积累了相当的市场口碑,但无论从快递时效、业务模式还是成本管控来看,京东物流还有很长一段路要走。

## 顺丰建合资公司拓展越南市场

本报讯 9月6日,港交所上市企业“金源米业”发布公告称,其附属公司拟与顺丰控股子公司组建合资公司,以在越南提供当地及国际物流仓储服务。

公告显示,金源米业全资附属天威太平洋与顺丰控股全资附属S.F. Investment Co., Ltd已于8月29日订立了不具备法律约束力的谅解备忘录,双方建议组建合资公司,在越南提供当地及国际速递物流服务。此外,服务范围还涉及仓储管理一体化解决方案,新公司的目标是成为越南领先的国际物流及供应链供应商。在适当的时机,新公司的业务可能扩展到周边国家,为B2C、C2C以及B2B客户制订安全快捷的快递物流解决方案。(王洪磊)

## 申通完成五大转运中心收购

本报讯 近日,申通快递(002468)发布公告,宣布已于8月底完成对东莞、南昌、郑州、南宁及长春转运中心中转运业务资产组的收购。

公开资料显示,东莞转运中心估值7978.67万元,其中固定资产(包括中转设备和车辆)1084.96万元;南昌转运中心估值2010.49万元,其中固定资产214.5万元;郑州转运中心估值8142.58万元,其中固定资产1531.64万元;南宁转运中心估值2570.94万元,其中固定资产188.63万元;长春转运中心估值3339.55万元,其中固定资产345.18万元。此次五大转运中心总估值超过2.4亿元。

今年上半年,申通先后收回广州、深圳、湖南、武汉、北京等多个枢纽城市的转运中心,投资额达到17.5亿元。加上此轮收购,申通今年在转运中心直营化方面的投资已近20亿元。天风证券分析师姜明认为,2018年,申通对网络进行了大量梳理工作,6-7月业务量增速出现大幅回升,该公司股价存在较大的修复空间。股票评级由增持上调至买入。

在国际业务方面,9月初,申通与eBay合作项目的测试已于近日完成,申通将为其提供国内揽收、分拣、航空运输、清关等各环节的服务。(张平)

## 蛟龙集团质押圆通1750万股份

本报讯 9月8日,圆通速递(600233)发布公告,宣布控股股东上海圆通蛟龙投资发展(集团)有限公司(简称“蛟龙集团”)将其持有的公司部分股份办理了质押,以满足资金需求。

公告披露,蛟龙集团于2018年9月6日将其持有的1750万股圆通速递股份质押给招商银行股份有限公司上海长阳支行,质押期限为2018年9月6日至2021年9月5日。此次质押股份占圆通速递总股份的0.62%。

此次质押后,蛟龙集团直接持有圆通速递股份超过14.43亿股,占总数的51.01%。目前,蛟龙集团累计质押股份合计2.98亿股,占其持有公司股份的20.61%,占公司股份总数的10.51%。蛟龙集团及其一致行动人持有圆通速递股份18.6亿股,占公司股份总数的66.98%,已累计质押公司股份3.96亿股,累计质押占一致行动人持股总数的20.86%,占公司股份总数的13.97%。(张平)

## 云享收购苏宁5家子公司

本报讯 9月8日,苏宁易购(002024)发布公告,云享仓储物流基金拟收购公司控股子公司沈阳苏宁物流有限公司、徐州苏宁云商物流有限公司、湖南苏宁云商物流有限公司、上海沪申苏宁电器有限公司、重庆苏宁云商采购有限公司在内的5家公司100%股权,本次交易对价预计将在11.48亿元。

公告披露,此次交易后,上述5家公司将不再纳入苏宁易购合并报表范围。对于苏宁而言,优质的物流服务是智慧零售的核心竞争力,物流能力的建设更是重中之重。云享仓储物流基金投资项目公司,将盘活苏宁存量资产,使公司回笼资金以获取优质物流仓储资产,并进一步提升物流运营能力。

资料显示,2017年11月,苏宁易购全资子公司江苏苏宁物流有限公司与深创投不动产基金管理(深圳)有限公司联合发起设立物流地产基金,云享仓储物流基金由此诞生。基金目标总规模300亿元,其中首期基金目标募集规模50亿元。(张平)

## 呼和浩特首列中欧班列启程

9月4日,呼和浩特首列中欧班列在沙良物流园区鸣笛启程。这列中欧班列编组41个集装箱,装载了总价值约1000万元的机械设备、汽车零部件等货物。

据悉,班列从呼和浩特发车后,将沿临策铁路出发,途经甘肃、新疆等地,从阿拉山口出境,跨越丝绸之路沿线哈萨克斯坦、土库曼斯坦等国,历经15天后到达目的地,比海运缩短近20天行程。

公开资料显示,2016年3月25日,内蒙古首列中欧班列——满洲里至俄罗斯雅罗斯拉夫尔班列成功开行。截至2017年年底,内蒙古已开行中欧班列线路12条(包括2条返程线路),其中常态化运行线路6条。去年1月-11月,由内蒙古组织开行中欧班列75列(返程11列),累计运送6744标箱,货值1.9亿美元,开行班列数量已超过2016年全年的2倍。(梁亮)

## 供应链助推零售业变革

### 中通发布《“新”零售——供应链变革下的新产品》

9月10日,中通快递发布研究报告《“新”零售——供应链变革下的新产品》。该报告梳理了近年来中国零售业的发展进程及演变,阐述了零售业线上线下结合的趋势下,新型供应链服务商将发挥怎样的作用。

该报告指出,传统的零售渠道是长链条,网络零售的B2C、C2C去掉了中间层,直达C端用户的服务模式大大提高了流通效率、降低交易成本。但随着规模的扩大,网络零售的组织成本迅速攀升,品牌商开始寻求将线上线下资源结合,实现“1+1>2”的效果。

从供应链角度来说,传统商业供应链路径是由上至下逐步传递的,历经研发、采购、制造、分销、交付、服务等一系列过程。在分销渠道阶段又经历代理商、经销商、零售商等多个环节。在冗长的供应链链条中,存在成本高、效率低、信息不对称、难以获得市场反馈等问题。

缺乏对商品流通中的信息掌控,品牌商难以得知发生在中间阶段的商品积压、囤货等情况。这将影响后续生产与销售。

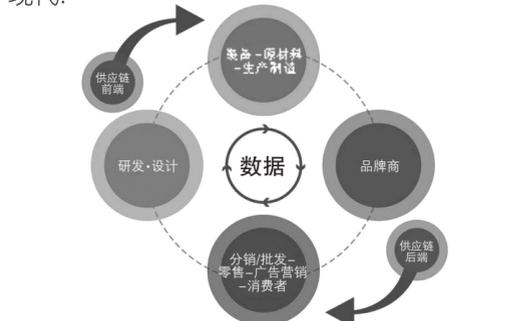
在新供应链条件下,整个渠道变得更短,信息传递更为快捷。这些基础条件的改变直接变革了供应链的传递方向,由B2C的传递变为C2B的逆向传导。这就要求整个供应链体系更具柔性化特征,以应对市场高时效、短周期的需求。

作为柔性供应链的基础,信息系统、物流服务商要实现高度协同。这一方面要实现数据的无障碍传输,实现物流需求与线下网点、运力的精准对接;另一方面需要物流服务商建立紧密的网点体系,这对于品牌服装企业尤其明显。服装企业有着区域仓、工厂仓、门店等不同物流节点,存在商品调拨、补寄、转运等高频次、小批量、高时效运输需求,物流服务商的高密度运力支撑就显得极为重要。

### 传统:



### 现代:



## 一线有感

### 北京印刷学院物流工程专业迎新

# “快递新生代”是这样看行业发展的

□实习生 张腾丹 李新月

9月初,北京印刷学院物流工程专业迎来了第三批本科生,这也是第一批00后大学生。同时,暑期在物流快递企业实习的学生也陆续返校。这些“新生代”学生接受了《中国邮政快递报》记者采访,畅谈他们对快递物流的感悟和理解。

### 从零到一,从一向百

2016年,以培养物流全产业链高级专门人才为宗旨的北京印刷学院物流工程专业首次招收本科生,今年则是第三次迎新。

刚刚迈入大学校门的00后新生对“物流工程专业”的认识还相对浅显。“朝阳产业、就业前景好”几乎是他们填报志愿的主要原因。“国家出台了那么多政策支持快递物流行业,前景广阔,我希望能够抓住机遇,创造价值。”选报物流专业的新生杜雨晗如是说。

相对于00后新生,经过两年专业学习和实习,95后学生对这个行业已有相对深入的了解。“学校科学的培养方案让我们掌握了必要的专业知识,深入企业一线实习让我熟悉了实际操作流程,了解内部网站如何处理问题件,错件的处理方法和查询方式,同时也感受到一些看似简单的工

作做起来并不容易。”今年暑假,2016级的郭润泽与13名同学在优速快递实习,真实地体验了快递中各个岗位,如货物出入库、分拣、包装、派件等,教学理论与企业实践的结合让他们感觉收获颇丰。

2013级研究生王小慧毕业后一直在京东物流工作,她认为从在校学生到物流从业者是一个“从零到一、从一向百”的过程。“从一片空白到专业学习让我有了‘一’的理解,当时认为快递物流是集智能化、自动化于一体的行业。工作后,我又认识到好的快递系统要找到效率、成本和服务的最佳契合点,需要不断探索、不断研究,大胆创新和尝试,不断向‘百’发展。”王小慧说。

### 各抒己见,共议痛点

被问到目前快递行业的现状,2018级新生大都表示快递业发展速度惊人,但问题也比较突出,如部分地区时效慢、暴力分

拣、末端服务质量参差不齐等。

深入一线之后,同学们对部分快递业现存问题的原因有了更为直观的认识。“部分操作场地自动化程度低,导致工作效率难以提高。”在某二线快递企业实习的吴磊认为,“不能及时处理的快件在场地内滞留、积压,将严重影响整体转运效率。”

“我认为,快递企业缺乏专业的物流管理人才。”在快递企业管理岗位实习的吴颖表示,她在工作中发现企业为客户提供服务缺乏针对性和多样性,产品的个性化特征不足。例如,货运方式单一、物流信息追溯服务不到位、无法按照客户的需求提供特殊包装等。这些都是目前快递物流业务中存在的短板。

谈到目前行业普遍关注的基层员工待遇问题,郭润泽说:“这个暑假我在一线工作,真的很累、很辛苦,带我的师傅好几个月没有休过一天假,劳动强度和薪酬差距较大。”

### 前景可期,智领未来

随着科技的进步革新,智慧物流已经成为行业发展的趋势,前景光明,值得期待。

“目前,零售业正在经历线上线下一体化的过程,相应的,物流也将随之发生变化。技术、科技将在行业发展中占据越来越重要的地位。”在工作中,王小慧对此感受颇深。她说,电商平台一直存在无法给客户以直接体验的短板,而线下零售也存在品类不全、价格竞争力不强、便捷性较差等不足之处,最好的解决之道就是将线上线下结合起来。

在一线实习了一个月的王行健,用“百家争鸣”和“未来可期”两个词形容快递物流的现状和前景。他说,现在的快递行业局面就像先秦时代的诸子百家一样,每个流派都有自己的哲学。“这未尝不是好事,企业只有在竞争中才能充分认识到自己的不足,使得自己可以更好、更快的成长和发展。”