



“铁老大”插手快递业务

市场化转型存多处短板

热 点 追

重大挑战,成本控制将成为首要课题。

国企转型的尝试

由电子商务兴起而火爆起来的快递业务近些年风头仍然强劲,表现为除了民营快递公司的增长之外,更多国企央企也开始试水此项业务。

在中铁快运之前,上海东航等5家企业申请经营国际快递业务,南航、国航都在不同程度进军快递市场。

对于中铁快运的总公司——中国铁路总公司来说,此次试水快递意义非凡。在去年铁路货运涨价时,业内人士就指出,增加货运收入将是铁路总公司扭亏为盈的重要手段。但是,数据统计,2013年1月至4月,铁路货源大幅下滑,货运量下降明显。铁路完成货运发送量同比下降5.7%。而在铁路货运量下降的同时,全社会物流却实现较大幅度增长,如公路和水路货运量均同比增长了约10%,而民航货运也同比增长了约5%。

由此,此次高铁快递的开通,也可以被视为是中国铁路货运模式上的创新。中国物流咨询网首席顾问徐勇在接受国内媒体采访时表示,高铁快递开通是铁路货运市场化转型重要标杆,是国企央企向市场转型的信号释放,虽然短期内对市场冲击较小,但从长远看对行业升级转型意义重大。“对于快递行业由低端过剩,向高端转型,都会起到积极促进作用。”徐勇表示。

然而,也有专家对此表示悲观,蔡建明认为,目前,快递业正在发生巨大变化,价格竞争是企业生存的必选手段,而产业整合步伐的加快会促使仓储环节快速发展,快递公司将以大型仓储基地和电子商务平台为基础进行整合。而快递只能作为高铁运输业的微小补充,国有运输企业在物流配送行业中的影响力会随着市场竞争的加剧而逐渐下降,民营快递巨头将占据主导地位。

高铁快递的“当日达”业务仍有较强的竞争性。但蔡建明亦指出,若高铁快递的规模效应不及早显现出来,则其竞争力将不容乐观。

作为主运营方,中铁快运人士表示,目前中国铁路总公司对高铁快递业务寄予的希望很大,2014年开通高铁快递业务的城市有望突破100个。

高铁快递的短板

在多种经济体制的冲击之下,“铁老大”也开始放下身段做快递。尽管存在优势,但是与“四通一达”、顺丰这样的民营快递企业相比,中铁快运仍有许多劣势。

一位业内人士告诉记者,中铁快运插手快递业务,其短板并非只在价格。更重要的在于能否将服务做好。“一些高端民营快递企业将末端服务提升当成了一项重要议题,但是,中铁快运无论是‘门到站’还是‘站到门’等环节的用户体验都有待提高。”上述人士表示,在提升用户体验上,快递公司多招数渗透终端抢客。例如,顺丰在2011年就开始试水“快递+便利店”的模式,而其目的并非扩大零售,而是希望建立快件收发站,覆盖该区域内客人的快递物件送达服务。此外,还有部分快递企业与小区合作推广快递服务,解决人不在家等影响快递时效的难题。

上述人士表示,高铁快递既然要价不低,那么所附带服务也应该向高标准看齐,然而,目前在两端服务上,高铁快递仍需要花大力气迎头赶上。只有这样,高铁快递的整体优势才能发挥出来,利润才能最大化。

除此之外,蔡建明表示,在短期内,高铁快递的运量并不能成为衡量其业绩的重要指标,高铁快递体量大的优势能否发挥出来尚未可知。尤其是在产业竞争点发生重大转变之时,高价必然成为阻碍高铁快递健康发展的核心因素。未来高铁快递将面临

电商快递再次提速 发展仍遇瓶颈

■ 本报记者 袁远

争困局,寻找更好的盈利点。

大件物品运送难

随着名目繁多的节假日来临,网购族的狂欢也一次次掀起高潮。惊人的网购交易额背后,带来的将是不计其数的包裹。而家电专家表示,小件物品“搬家”容易,大件物品“搬家”难,电商企业的发展明显受制于大件物品配送遭遇的瓶颈。

电商企业的爆炸式增长,其实是代表了小件商品快速网络化的过程,原先图书、服装鞋帽、家纺餐具等小件商品藏在一个个的实体商城里,批发商店内,上网之后成本降低,更为重要的是小件产品配送简单,可以像发信件一样发快递,因此消费者对此趋之若鹜。但大件产品则完全不同,第一,大件产品体积大无法像小件一样发快递,必须要有专业的物流配送车辆和人员,这是目前所有电商企业都难以做到的;第二,大件产品在全国形成了成熟的连锁体系,并有一定的供应链基础,而电商企业仅有网店,没有物流基础设施和供应链基础。在这两座“大山”面前,电商企业基本不敢触碰大件产品。

记者采访了一位不久前刚快递了大家具的消费者,该消费者对记者表示:“我好不容易花高价请快递把鞋柜送到家里,在安装过程中,发现鞋柜挡板坏了,便当即要求卖家进行退换货处理,从此便陷入了一场没完没了的扯皮风波中。要把货品递送回卖家手中,需要卖家承担数倍于先前的物流费。然而,卖家又以物品在递送回去过程中,不能有任何瑕疵为由,拒接买家退货。”退换货的不顺利除了有买家不负责的嫌疑,难免也包含了大件物品递送困难的隐忧。专家表示,如果没有外界力量的介入,电商企业的发展在此又会遭遇瓶颈。

生鲜食品鲜不成

记者在各大网站上还发现,经营生鲜食品的电商寥寥无几,在几次和这些电商沟通后发现,快递这些食品着实不易,而消费者要在短时间内收到这些食品,也需要很强的忍耐力。即使是同城发货,几乎所有的生鲜食品经销商都不承诺当天甚至次日到货,3天几乎成了每一个买家需要忍受的最短时间。因生鲜产品的价值在于“鲜”,故从生鲜产品出货到消费者入手必须在短时间内完成。从下单到收货,经历这3天甚至更长的时间,所购买商品的“鲜”也无从寻觅。

每年夏天,水果的需求量总是居高不下,但很多水果的保鲜期短,以荔枝为例,尽管顺丰优选,沱沱公社和本来生活投入上亿元资金自建冷链配送,实现荔枝30小时内新鲜配送到位的可能,但从长远来说,由于生鲜商品的特殊性,如果只选择高成本方式解决此难题,是不利于持续发展的。可以说在现阶段,物流速度已成为生鲜电商面临最大的难题。另外,从当前的配送能力来看,生鲜电商所能承受的配送范围普遍仅在本市内,对于异地订单则无法支持,不能一网通全国,其精细化的定位自然也无法设定。

随着电商快递的提速,记者发现,不佳的配送服务也开始出现。尤其在运送高昂奢侈品、大件物品和生鲜食品时,面对消费者的重重担忧,电商常常束手无策。有多名消费者表示,网购物件,尤其是由社会化物流配送的包裹,在末端配送环节无法实现当面验货等服务。在业内人士看来,行业的恶性竞争与电商压价以及一些短期无法解决的行业短板,让这些企业发展再次遭遇瓶颈。

奢侈品送上门不易

时下,网上买房、买车已不是新鲜事,网购奢侈品也成了热门选择。但不少消费者抱怨称,快递公司不愿接价值数万元的名表、名包的递送单子,而未保价的物品接连出现破损、延误的情况,丢失数万元的奢侈品仅获赔几百元。一位从事3年专业奢侈品代购的淘宝卖家告诉记者,自从做淘宝以来,时不时会碰到买家问他,“我的LV包包发快递安全吗?”“快递员会不会调包,万一丢了怎么办?”甚至有买家为了安全起见会选择跟他同城当面交易。而记者登录多家奢侈品网店则发现,有电商为了确保客户的奢侈品安全,选择邀请用户上门取货,并承担用户来回的路费和住宿费用。对未保价的奢侈品网购的安全性,几乎没有人敢打包票。

对此,不少快递公司表示“很无奈”,不少消费者还不习惯保价,而由于成本和风险因素考虑,公司也不得不保价的快件进行最高限价。圆通快递一家营业部负责人甚至对记者表示,由于其站点规模不大,一般不接收价值超过1万元以上快件,“有些皮包手表等奢侈品我们也没有条件鉴定其价值,而接单后一旦出现问题,快递公司承担的风险会过高。”该负责人表示。

服务质量影响网购体验

国家邮政总局公布的数据显示,去年,共受理快递业务有效申诉19.6万件,同比增长42.7%。其中,快件延误占比最高,为55.8%,投递服务则紧随其后,达到22.1%。在苏宁有关负责人看来,物流配送是电商的命脉,已经成为电商发展的生命线。快递服务直接连接着消费者与电商企业,快递服务质量直接影响着消费者对网购的体验,对电商品牌也是一种考验。

申通快递亚运村部负责人表示,快递行业多采用按单提成的方式计算绩效,在单价较低的情况下,快递员只能以派送更多的快件提高业绩。在高强度的劳动下,快递员很难提供良好的服务。

而在某大型快递企业有关负责人看来,快递企业目前依旧处于恶性竞争状态,企业同质化竞争现象加重。此外,电商为谋求更多的利润打压快递价格也成为阻碍快递行业提高服务质量的重要原因。快递界资深人士徐勇表示,只有在合理的利润空间里,快递企业才能更有效地提高服务质量,快递企业还需破解同质化竞

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

开泰银行贸易融资专栏

边境贸易: 中国扩大与东盟贸易的捷径

中国与东盟的边境贸易概述

目前中国通过南部两个省区与东盟国家开展边境贸易,即:与缅甸、老挝和越南接壤的云南省,以及与越南接壤的广西壮族自治区。

43.1%

中国-东盟边境贸易总值同比增长2013年,中国与东盟贸易总值达4.427亿美元,其中边境贸易值的占比增至6.6%,同比增长43.1%;

中国-东盟边境贸易的主要商品

中国通过边境贸易对东盟出口的主要商品包括纺织品(服装和面料)、电子设备、手机等;从东盟进口的商品包括各种自然资源、新鲜的水果和干果等。

中国-东盟边境贸易的支持因素

- 1.地理位置接近,覆盖面广而且便捷的中国-东盟交通网络;
- 2.中国政府实施深化与东盟合作的政策,加快发展中国南部边境贸易口岸,以及拟在云南和广西开辟“自由贸易试验区”,以扩大贸易商机,满足经济活动的需求。
- 3.物流、金融等服务业发展为中国与东盟贸易提供了有力支持,使之趋向强劲增长。2013年中国与东盟贸易总值增幅从2012年的10.3%扩大到10.8%。

此外,中国企业还可利用东盟国家间的边境贸易向泰国及与泰国有边境贸易往来的邻国扩大投资以分销商品,例如:

- 泰国与柬埔寨、老挝和缅甸之间的边境贸易:这些国家所需进口商品主要包括消费品、成品油、资本货物以及开发基础设施所需的钢铁及建材等;

- 泰国与马来西亚边境贸易:马来西亚从泰国进口商品主要是中间产品,用于满足制造业生产,如计算机设备及零部件、橡胶制品等。

泰国与邻国边境贸易值占东盟国家间边境贸易总值的70%以上。2010-2013年,泰国与邻国的边境贸易年均增长9.9%,2013年贸易总值已高达9,240亿泰铢。开泰研究中心预计2014年泰国边境贸易总值将接近9,500亿泰铢。

信息来源:开泰研究中心

中国商品中,有生产潜力和价格优势,并可通过泰国与邻国边境贸易拓展东盟市场的种类包括,家用电器如电视机、空调及冰箱,资本货物及机械设备,汽车及零部件以及基本消费品。同时,中国不少产品具有渗透消费行为多元化的东盟市场的潜力。

总而言之,中国企业可从东盟边境贸易中受益,除了通过其与东盟国家接壤的省份直接出口外,还可利用其对泰国投资间接获得业务扩展商机,借助泰国与邻国的紧密贸易关系,以及泰国比较完整的生产链作为生产基地以渗透泰国市场,以及通过泰国边境向其他东盟国家分销商品。

开泰银行支持和协助中国企业到泰国投资,并以泰国作为进军东盟市场的投资和生产中心,通过本行涵盖全世界的网络,确保进出口企业收到货款。开泰银行将协助您的出口贸易顺利进行,充满信心地打造无边界企业。您可通过开泰银行的信贷产品服务为企业增加流动性。我们将为您提供准确和快速的信贷服务,让您对贸易交易充满信心。

更多详情请垂询泰国开泰银行深圳分行,电话:0755-8229-1298;电邮:kbank_sz@kasikornbank.com,中文网站:www.kasikornbank.com/china