

## 趋势篇

### 提升效率

- 大数据广泛应用
- 快递“互联网+”化
- 多维度升级

“互联网+”行动计划的提出,将推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合。对快递而言,大数据应用将使电商企业与快递企业之间形成联动机制,“互联网+”与快递发生化学反应,互联网使快递更“聪明”,大幅提高快递效率,降低物流成本。北京市商务委员会主任闫立刚表示,物流的问题不是疏解,而是提升效率。

今年“双11”,消费者能明显感受到快递的提速。菜鸟网络监测数据显示,截至11月11日晚24时,全天发货量达1.83亿件,发货率接近40%。

大数据在快递行业开始得到广泛运用。菜鸟网络相关负责人表示,平台通过对商家销售数据及预售数据分析,可以科学指导商家备货,“今年商家备货已经开始渠道下沉,将商品备在了消费者身边”。快递企业因此也开始升级,提供云仓等增值服务。今年6月,顺丰推动云仓体系,在全国范围内布局了北京仓、上海仓、武汉仓等7个云仓。其次,电子面单等应用也大量提高运营效率。中通快递营运副总裁倪根炎表示,电子面单整体能提高效率30%以上。

快递智能化趋势越来越明显。亚马逊在美国已经推出出租车顺路送货平台;在运输环节,国际UPS、Google、DHL和国内顺丰速运都自行测试无人机。此外,包括菜鸟在内已开始试水智能捡货机器人。

目前,智能化、信息化、数据化成为电商物流的发展趋势。2015年8月20日,德邦快递完成接入菜鸟网络电子面单平台,至此,国内排名前15的快递公司全部实现了电子面单的普及使用,这意味着占全国电商市场份额90%以上的主流快递企业全部完成了快递基础业务的信息化,大数据产品已经成为快递企业的标准配置。

9月21日,苏宁物流宣布与菜鸟网络启动全面战略合作,首个合作项目天猫大包装正式上线,菜鸟网络合作伙伴苏宁物流负责提供仓配服务。此次落地合作的首次上线,除承担为“双11”物流配送服务速度大幅度提升进行练兵的任务外,更重要的是承担后续合作业务的前期实战测试,通过此次合作的实际效果,菜鸟将会根据苏宁配送的特点,结合自身的大数据优势,推出系列化个性物流服务项目。

### 出海下乡

- 跨境业务多元化
- 农村市场渠道下沉
- 市场前景广阔

随着跨境电商和农村电商成为目前最具发展潜力、发展最迅猛的领域,快递业务“出海”、“下乡”的重要性也逐渐凸显出来。

国务院10月发布的《关于促进快递业发展的若干意见》指出,鼓励快递企业发展跨境电商快递业务,加大对快递企业“走出去”的服务力度,在重点口岸城市建设国际快件处理中心,探索建立“海外仓”。同时,鼓励传统邮政业进一步加快转型发展,支持邮政企业和快递企业创新合作模式,充分利用现有邮政网点优势提高邮政基础设施利用效率。据了解,在跨境电商中随着“备货”模式的兴起,通过仓储前置,传统集装箱海运的方式将得到青睐。传统快递企业和物流企业正在进一步延伸布局,加大保税仓、第三方转运等业务。

在圆通速递总裁相峰看来,支持快递企业“走出去”是行业大势所趋,“中国作为全球

重要的快递市场,无疑需要扮演更为重要的角色”。

农村淘宝今年第一次参加“双11”便取得不俗战绩。农村电商兴起将加速快递企业在农村布局。实施“农村淘宝”战略一年来,“农村淘宝”目前已下沉全国8000余村点。2014年中央一号文件首次提出“加强农产品电子商务平台建设”,推进了涉农电子商务的高速发展。据中国物流与采购联合会不完全统计,目前全国农产品电商平台已超过3000家。以阿里巴巴平台为例,农产品销售额年均增长超过200%。包括苏宁在内的主流电商纷纷布局农村电商项目。随着电商市场下沉,电商物流网络也在加快下沉,向三线、四线城市扩张。阿里巴巴启动“千县万村”计划,将投资建立1000个县级运营中心和10万个村级服务站。据统计,2014年农村新增快递网点近5万个,农村包裹超20亿件。

### 争霸时代

- 巨头竞争激烈
- 淘汰赛加速
- 资本壁垒高筑

除了快递企业在加速冲刺外,外界也频频释放利好消息。最新出台的政策都将加速行业整合,尤其是实名制、全面安检等规范的实施也将迅速提高快递业门槛,从2016年开始,快递业将迎来并购潮。

政策利好将加速快递行业洗牌。这意味着“强势”快递企业通吃时代的到来,中国快递业正式进入争霸时代。频频发布的利好消息对大型快递企业而言是一支强有力的兴奋剂,但对中小型快递企业而言则意味着艰难生存和淘汰,财税、金融、外资开放等政策支持对快递企业IPO是一个千载难逢的利好,集团化快递企业群将陆续出现。

当行业发展到一定阶段后,发生整合将是必然的市场规律。大品牌具有更多的资源优势、服务质量以及安全性。激烈市场竞争下,快递业今年迎来首个大规模重组。申通快递与天天快递达成战略重组。

申通快递今年9月召开了内部管理层会议,

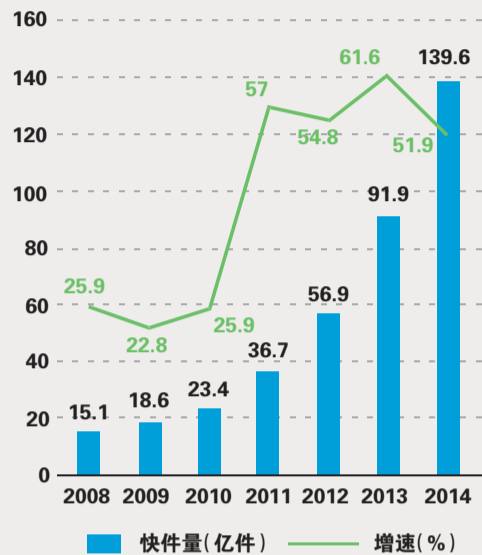
正式宣布了申通、天天两家快递企业将启动战略重组。此次战略重组,并非像外界传言的兼并,而是两家企业将展开在运营、产品、信息技术、快件“最后一公里”等领域的资源整合。据悉,完成重组后,原申通董事长陈德军任申通、天天董事长;原天天快递董事长奚春阳任申通、天天总裁;陈向阳任申通、天天执行副总裁。虽然仍是两家公司,但管理层已相互打通。根据分工,陈德军将负责两家公司外部资源的整合及未来战略方向,奚春阳将具体负责两家公司的日常管理工作。

阿里入股圆通成为资本进入快递业前不得不考虑的现实问题。阿里的加入给快递业带来了投资壁垒。行业的规范将使企业面临巨大的资金投入,这对于中小型企业而言无疑充满挑战。传统快递红海来临,机会将越来越少,不过具备互联网基因的快递企业将迎来蓝海,国内快递企业将逐步赶超外资快递,与之齐头并进。

### 连续四年增速超50%

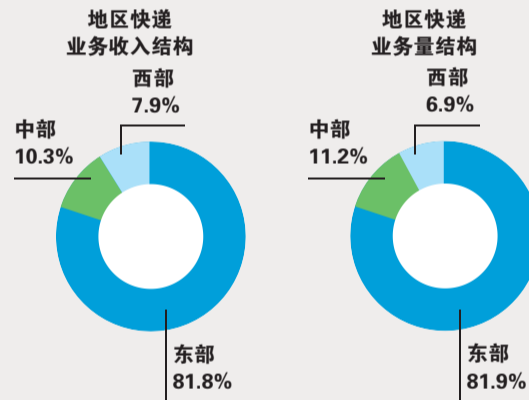
快递业作为经济黑马,已经连续四年保持超过50%的业务量增速。其中,民营快递发挥着重要作用。

2008-2014年快递业务量发展情况



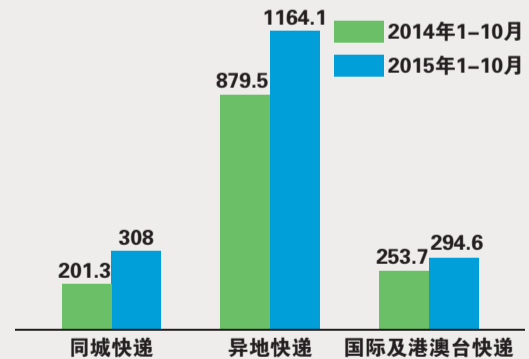
### 东西部差距明显

2015年上半年快递业按地区划分发展状况



### 国际市场拖后腿

分区域快递业务收入比较(亿元)



### 摆脱价格战

虽然快递业业务量保持着高增长,但快递收入增幅与之并不相符,件均收入持续走低。快递业亟须摆脱价格战泥潭。

