

物流：智能化加速效率提升

2017年，物流行业的格局逐渐明朗。物流企业间的并购重组与谋求上市贯穿这一年的始终，但目的却不尽相同，扩充网点进而加速协同发展，整合业务谋求海外市场，或是服务提质精准“最后一公里”。与此同时，电商物流的发展趋于成熟，加码布局物流地产，丰富仓储运力，逐渐独立运营加码社会化，甚至已经成为电商企业背后一支强有力的后备军。无论物流行业如何风云变幻，智能化、绿色化、全球化成为物流企业谋篇布局时不谋而合的关键词。



>> 拆分整合

1月2日	苏宁收购天天
4月6日	青旅物流收购全峰快递
4月25日	京东组建京东物流子集团
5月8日	圆通收购先达国际
8月28日	58速运与GOGOVAN合并成立新公司
9月13日	丰巢收购中集e栈
11月27日	货车帮与运满满联手成立新公司

>> 前三季度行业服务质量

邮政业消费者申诉总量为**113.1万**件
有效申诉为**17.1万**件
同比下降**8.7%**
全国快递服务有效申诉率为**百万分之5.8**

·现状篇·

关键词1 整合重组

庞大的市场从不缺少整合重组与投资控股的案例，物流行业也不例外。苏宁为提速社会化收购了天天快递；圆通收购先达国际布局海外市场；58速运与GOGOVAN合并成立新公司，打通国内与海外的同城货运市场；中集e栈并入到丰巢正在改变快递柜行业的格局；货车帮与运满满战略合并，城际整车货运市场格局的现状被打破。谋求社会化发展、拓展海外市场、提升网点密度，物流企业一直谋求综合发展、寻求新的利润增长空间接连发力。无论是资本的推动运作，还是企业发展的需求，整合兼并成为物流行业发展的代名词之一。

关键词2 末端竞争

当物流企业在仓储、运输以及集散等环节精耕细作时，直接面向消费者的末端配送环节则一直是物流企业关注的焦点之一，提速、提质也就成为竞争的关键点。今年“6·18”与“双11”期间，物流行业在末端配送布局成效得到集中检验。“双11”落幕后，菜鸟网络将1亿个包裹送达消费者手中的时间，相较于去年提前了0.7天。顺丰、圆通、申通等快递企业也同样加紧配送以应对激增的单量。与此同时，快递柜深入小区，意欲破解快递“最后一公里”难题。相关数据显示，丰巢已经在80多个城市和地区铺设了9万个快递柜。对于消费者来讲，次日达、当日达、精准达正在成为常态，物流企业正为此加速布局。

关键词3 物流拆分

物流作为电商的基础服务设施，已经从原本的辅助角色向主导者的角色转变。电商自建物流发展成熟，成为快递领域的搅局者。今年，京东物流拆分，开始独立运营，在服务于京东自营商品进行配送时，逐渐为更多的品牌与商家服务，仓储、大数据、云计算等成为京东物流的一把利器；“双11”当天，京东物流已将85%的订单出库，唯品会的物流也同样成为吸睛的亮点，在唯品会今年的三季度财报中，截止到9月30日，唯品会一共设立了14个前置仓，为海淘业务新增了约2.3万平方米的仓库，并新增约15万平方米区域中央仓面积。唯品会通过自营的物流快递网络配送了98%的订单，高于去年同期的90%。

·趋势篇·

关键词1 智能化

面对需要用最短的时间对千万件的快递进行运输、分拣和派送，无论是电商企业还是物流企业均对智慧化设备寄予了厚望，借此分解庞大订单量的压力。智能化将逐渐渗透到物流的各个环节，技术新红利正在重塑物流价值，成为物流行业转型的新动能。全自动分拣设备、无人机、无人车送货的热度不断攀升，智能化的物流配送正在成为发展的趋势。京东已经建成全流程无人仓，实现从入库、存储，到包装、分拣等环节全流程、全系统的智能化和无人化。物流企业的电子面单背后都串联着发货商、快递公司、收货人各个环节的数据信息，通过系统支撑确保快件在各个运转环节的可视化。

关键词2 绿色化

面对高企的物流成本，绿色化已经被视为降低成本的关键。“清流计划”“漂流瓶”“绿色物流”等词汇围绕着降低物流包装成本这一事件不断升温发酵，尤其在快递纸箱所用的瓦楞纸成本接连攀升后，循环使用快递箱或研发可替代的产品已然成为行业热议的焦点。无论是为缓解原纸涨价带来的成本压力，还是响应环保政策承担社会责任，苏宁、京东、菜鸟网络等众多电商企业以及快递企业，纷纷在快递纸箱上做起了文章，为降低物流中的包装成本提供可能性。循环包装袋与纸箱、百分百可降解快递袋也将逐渐被众多物流企业和电商企业使用。

关键词3 全球化

无论是物流企业借壳上市，还是去美股敲钟，已然在资本市场得到初步认同的物流企业，借着“一带一路”的政策利好，陆续抢滩海外市场。顺丰与UPS成立合资公司已获监管审批。阿里海外eWTP试验区马来西亚数字自由贸易区在吉隆坡全面启用运营，菜鸟智能仓库随后跟随落地。圆通收购先达国际，在东南亚“一带一路”沿线及华人华企聚集的区域建立多式联运转运集散枢纽，布局海外仓储、转运、集散业务，服务进口与出口。当物流企业在国内市场的格局逐渐成型时，拓展海外市场以配合急速发展的跨境电商，就成为物流企业新的筹划。

北京商报记者 赵述评