

2013年度 盘点 物流:资本涌入 代收难题待解

北京本报记者 王璀一

20年前,聂腾飞带着几个人、几辆自行车,在上海创立申通前身——上海盛彤实业有限公司,专营上海、杭州之间的报关急件直送业务。自此,中国民营快递登上历史舞台。

20年后的今天,快递业已连续30多个月增长率超过50%,融资、快件上天的新闻频出,马云“菜鸟”的到来以及大数据的创新应用,让外界对这个从阴暗角落走到聚光灯下的行业刮目相看。但在保持高增速的同时,快递业也面临着人力、物流运输成本、快件安全等诸多问题。

作为社会流通领域的重要环节,国家相关部门也在发力让快递这一出身草莽的行业逐渐走向正规。今年新《快递市场管理办法》实施,《快递业务旺季服务保障工作指南》、《关于提升快递末端投递服务水平的指导意见》等相继出台,《寄递服务用户个人信息安全管理规定》等公开征求意见,将敦促快递业健康发展,使业界对快递业的发展寄予厚望。



现状篇

关键词1 资本换市场

资本大鳄们纷纷抢滩快递业,今年对外披露的就有四次大规模融资,其中,元禾控股、招商局集团、中信资本入股顺丰更是成为全社会关注的焦点话题。

资本是逐利的,在他们眼中电子商务的迅猛发展,改变了消费者的生活习惯,网络购物的发展催生了快递行业的繁荣。目前,国内还没一家民营快递企业上市,在政策支持和行业整合度不够的情况下,此时资本布局快递领域是最佳时机,从趋势看,这样的融资不会停歇,将有更多的产业资本、风投和私募进入。

虽然社会资本涌入快递行业有利于行业发展,但也让许多快递公司“用资本换市场”的动作越发明显。为抢市场份额放弃利润,3元、5元发全国的“白菜价”让快递市场的价格战愈演愈烈。据不完全统计,目前多数快递企业利润率已经低于5%,且还在不断下降。在业内人士眼中,如今的快递市场和两三年前的电商市场如出一辙。

关键词2 未爆仓

11月19日,菜鸟网络发布的数据显示,“双11”当天产生的1.52亿个包裹不到一周时间,超过1.3亿个已顺利完成签收,送达消费者手中。经历过前几年“双11”物流速度的消费者直呼今年快递给力。

为了保障“双11”物流畅通,13家主要快递公司更加注重信息系统、自动化分拣、安检等设备的优化升级,仅硬件方面每家均投入10亿元以上,总体破百亿元。未满周岁的菜鸟网络,基于大数据和互联网技术应用的物流雷达预警、实时监控系统也让其首秀赢得满堂彩。

“双11”这种狂欢式消费也带来了运力盈余的问题,其中最突出的是车辆闲置问题。每年“双11”后,各大快递公司新购置的运输车辆都会有不少闲置,要到第二年三四月才会使用,闲置的几个月,无形中又给快递企业增加了成本。

关键词3 争相上市

继快递国家队中国邮政速递物流股份有限公司IPO过会后,圆通、宅急送、中通、全峰等民营快递企业也在低调酝酿上市计划。其中以圆通目前的进程最接近实现民营快递上市第一家的目标。圆通筹备上市开始于2011年,公司已聘请会计师事务所为其上市提供财务审计服务,并开展上市尽职调查工作,这也是IPO之前的关键阶段,其或将于2015年底在A股实现IPO。

对于快递企业来说,上市不应该是最终的目标。资金充足的快递公司IPO固然重要,但快递公司的服务提升更为迫切。只有服务提升了,用户量上去了,业绩才能上去,毕竟这个市场是由消费者共同构建起来的,快递公司应该将提高服务性价比作为长期发展的目标。而不要为了圈钱去冲刺上市,否则将得不偿失。

趋势篇

关键词1 营改增

日前,国务院常务会议决定,从2014年1月1日起,将铁路运输和邮政服务业纳入营改增试点,至此交通运输业已全部纳入营改增范围。“营改增究竟怎么收”成为业内关心的话题。

事实上,作为已经进行营改增试点的快递企业普遍反映营改增后税负增加。据不完全统计,在上海营改增试点中,一些快递企业因之前使用交通运输业发票,按11%税率缴纳增值税,税负增长高达2.9倍,企业税负大幅增加。

在业内人士眼中,快递具有现代服务业和劳动密集型服务业的双重特征,其成本构成与交通运输业显著不同,应属于国家重点扶持发展的“社会需求大,带动就业多”现代服务业,按照6%的税率试点改革,有利于促进电子商务等新服务业态的发展,满足社会的服务需求。

关键词2 综合化

作为国内加盟制快递大佬,申通今年1月推出仓储业务,涵盖存储、打单、打包、发货、配送。紧追顺丰不放的圆通则针对电商上线仓储、代运营等定制化服务,旗下圆通新龙推出香港转运服务。王卫则在顺丰最新一期的内刊中发表署名文章,提出“顺丰要做物流百货公司”的发展方向。

纵观整个物流业,快递处于物流行业金字塔顶端的位置,从国际快递发展历史来看,专业的快递企业向综合物流、供应链延伸是行业发展的趋势。国内的快递公司已经向这个方向启动,不少一线快递企业正在向综合物流方向延伸。

关键词3 末端配送

在逐步告别爆仓、暴力分拣等问题后,末端配送成为快递行业亟待解决的新问题。为此,自提点、自助快件柜、第三方代收件平台、末端共同配送等模式纷纷出现。

为了规范这一领域的发展,国家邮政局日前发布《关于提升快递末端投递服务水平的指导意见》,提升快递“最后一公里”的水平,如鼓励和引导快递企业因地制宜与第三方开展合作,引导快递企业加快自有品牌末端网点建设,鼓励企业探索使用智能快件箱等自取服务设备。

除此之外,日前,商务部相关部门透露,即将发布城市配送及服务平台、仓储等相关标准,“网订店取”等城市共同配送今年纳入现代服务业产业试点范围。

在业内看来,虽然国家推出相关政策有意提升末端配送水平,但末端“卡壳”的根源在于业务量巨大但利润微薄。随着人力成本、物流费用以及包装成本的上涨,企业运营成本一直在增加,行业深陷价格战,由于担心客户流失快递费提价困难。