

“洋快递” 痛失海淘市场

受到消费者、国内快递青睐的“海淘”，却没能把称霸国际快递市场已久的“四大”吸引来。尽管国内消费者对于EMS等国际件业务投诉、吐槽不断，但拥有速度、安全优势的“四大”在定位、政策、价格等因素下并没有出现在“海淘”大军中。



价高抹杀“快”优势

称霸国际快递市场的Fedex、DHL、UPS、TNT“四大国际快递”在国内“海淘”市场火热之时却不见了踪影。在业内人士看来，定位高端专业的“四大”并未对“海淘”市场做出足购反应，高昂的价格成为失宠于消费者的关键因素。

近来消费者对EMS国际件的集中投诉，将跨境快递业务推到了风口浪尖。不断有消费者产生疑问：“以高效快递件著称的‘四大’为何在‘海淘’市场不见了踪影。”

在业内人士看来，高价成为阻碍“海淘”消费者使用“四大”的门槛。北京商报记者查询发现，以1KG货品从纽约发往北京为例，海关申报价为1000元，包装箱为UPS小号快递箱（33×28×

5cm），UPS（UPS Worldwide Expedited）运费为643.5元，在相同条件下若包装箱为大号包装箱（46×33×8cm），运费高达1053.6元。若选择UPS Worldwide Saver业务，运费则更贵。

在中国快递咨询网首席顾问徐勇看来，消费者选择“海淘”主要看重的是在商品质量同等的情况下更为便宜，但高昂的运费已使“四大”在“海淘”业务中失去优势。

据了解，“四大”与EMS及国内民营快递不同，主要采用专机运输的方式，因而成本更高。其他快递企业多采用海运、客机腹仓散货拼箱等模式。此外，“四大”采用的是主动报关的商业报关模式，关税也需要消费者承担。

民营快递抢食

与“四大”不同，国内民营快递企业近年来开始发力“海淘”市场。包括“四大”在内，目前国际快递市场主要分为四种模式。

首当其冲的是中国邮政，主要包括EMS和邮政小包两种模式。由于中国邮政为万国邮政联盟组织成员，可以与全球几乎所有国家通邮，因而成为服务范围最大的国际快件方式。同时中国邮政在价格方面具有优势，邮政小包几乎是所有跨境业务中最便宜的一个。

此外，由于中国邮政属于国企，因而在清关方面也有诸多便利。但同样因为国企性质和量大等因素，中国邮政的服务和时效也为业内所诟病，欧美地区一般需要20天至1个月。

“四大”重点在B2B

国内电商业的兴起已让世界看到了国内的消费能力。在业内人士看来，随着“海淘”市场的进一步扩大，国际快递市场竞争加剧。

自2013年9月顺丰率先布局美国转运市场后，国内民营快递企业纷纷加速海外扩张。截至本月初“中通国际”正式上线，国内快递七巨头均涉猎“海淘”。据了解，七巨头快递业务定价和时效方面均介于“四大”和邮政小包之间。

有分析人士表示，若“四大”针对“海淘”市场推出有相应产品，将对国内快递市场产生巨大的杀伤力。日前，包括联邦

其次，还有小型转运公司提供跨境服务，多是在发货国保税区建立仓库，集齐一批货物后集中发货，到达中国香港、台湾等地后通过各种方式甚至是灰色途径入境。该方式虽然低价，但存在一定风险。

另一种则是国内民营快递企业近来开始提供的转运或直邮业务。顺丰、“三通一达”等民营快递企业通过与欧美等当地快递合作或当地建仓的方式提供服务。该模式价格一般能为市场所接受，欧美地区时效在10-12天左右。

少量消费者也会选择“四大”海淘。“四大”以专机直邮的方式将商品运送至国内，加之“四大”一般采用专用的清关渠道，欧美地区时效最快可达3天。

在内的“四大”快递企业均透露出对“海淘”市场的浓厚兴趣。在业内人士看来，“四大”在运输能力、专业技术、国际网络、清关等方面具有国内民营快递无法比拟的优势。

在徐勇看来，“四大”对此市场仍会保持谨慎的态度。“四大”已进入中国多时，随着政策的逐步放开，并未大范围涉及国内快递业务。徐勇表示，国内快递市场价格战激烈，对于“海淘”市场同样如此。“四大”更多的还是关注B2B等高附加值国际快递市场。

北京商报记者 李锋 王运/文 CFP/图



北京稻香村食品有限责任公司
客服热线:010-84043305
官方网站:www.daoxiangcun.com