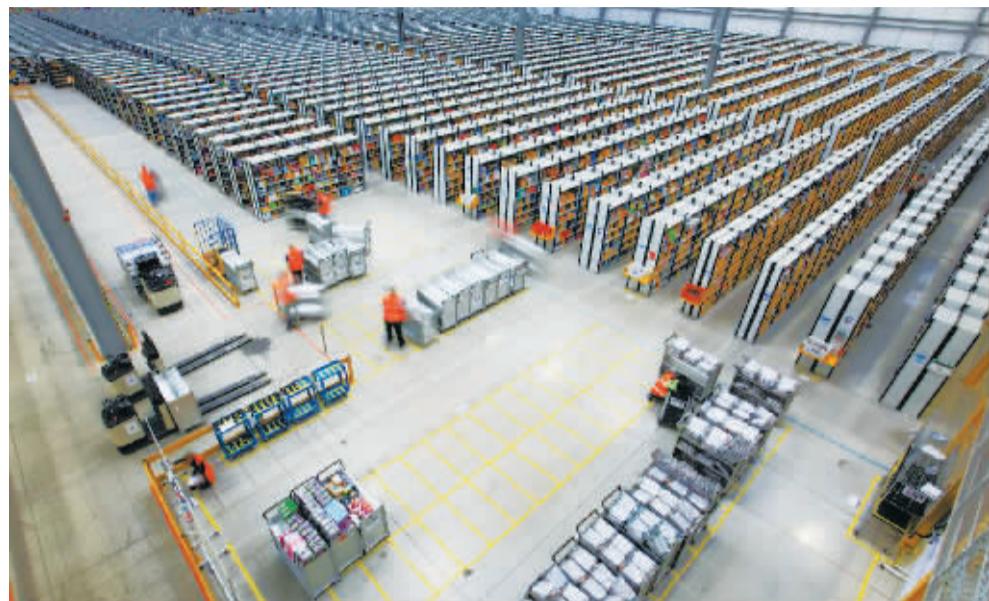




快递：借力资本开启技术流

十余年的黄金发展期过后，如今的快递行业已遇到发展瓶颈。网购热情的冷却、低价竞争的白热化、运营成本的居高不下和低利润同质化竞争让越来越多的快递公司资金吃紧。在此背景下，快递企业通过上市寻求资金扶持。对于行业自身存在的规模增速快、效率低的矛盾，快递企业需要通过技术创新与开放姿态寻求出路。



·现状篇·

关键词1 民营主导

民营快递企业已成为快递主力军。根据国家邮政局发布的2016年上半年邮政行业经济运行情况显示，全国快递服务企业业务量累计完成132.5亿件，同比增长56.7%。其中，国有、民营和外资快递企业的业务量市场份额分别为9.2%、90.1%和0.7%，民营企业份额首次超过九成，业务收入市场份额分别为10.6%、82.7%和6.7%。

从收入角度来看，今年上半年全国快递服务企业业务收入累计完成1714.6亿元，同比增长43.4%。同城快递业务量累计完成32.5亿件，同比增长45.1%；业务收入累计完成244亿元，同比增长43.3%。异地快递业务量累计完成97.2亿件，同比增长61.1%；业务收入累计完成925.8亿元，同比增长41.1%。快递业的高速增长与近年来行业创新产品结构、新技术应用等战略转型有直接关系。此外，随着快递企业纷纷传出上市消息，而上市步伐的加快也将驱使企业在管理架构、运营机制等方面逐步健全，推动业务量增长。

关键词2 争相上市

申通去年底率先宣布打算借壳上市，在此刺激下，今年快递企业的上市消息开始集中爆发。继去年10月，艾迪西发布公告与申通快递股东达成收购申通快递股权的初步合作意向，披露上市意向后，今年5月，鼎泰新材发布公告与顺丰控股进行100%股权置换。此后，在7—9月又相继有新海股份与韵达货运、大杨创世与圆通速递宣布或完成股权置换，而中通快递也在此期间向美国证券交易委员会递交了招股说明书。整体来看，在国内主流民营快递企业中，除中通准备赴美上市外，申通、圆通、韵达以及顺丰已纷纷敲定了借壳上市方案。

快递行业上市竞赛拉开序幕，对于快递企业来说，这或许是决定企业未来走势的分水岭。获得资本支持的企业，将有更多机会抓住用户的痛点与需求，提高快递服务质量。但与此同时，快递行业优胜劣汰，大鱼吃小鱼的竞争环境也将进一步加剧。

关键词3 人才紧缺

电商、O2O等商业零售新模式对快递行业的人才储备提出更多需求。随着邮政体制改革的不断深化，快递行业迅猛发展，有统计数据表示，目前行业从业人员已突破300万人，五年新增岗位100余万人次。2015年，全行业业务收入突破4000亿元，快递业务量突破200亿件，跃居世界第一。尽管规模庞大，但人才队伍供给不足、结构不合理、素质不高等却成为制约行业发展的主要问题。

导致快递行业面临人才瓶颈的原因众多：其一，很多快递从业者被认为是临时打工者，工作技术含量低，得不到社会的认可与尊重。此外，政府和企业近年来虽有意加码工作培训，但投入有限，缺乏体系化、延续性培训，使整体从业人员素质提升远远落后于行业规模增长速度。另一方面，工作环境艰苦，工作时间长，高强度的工作压力让快递从业者流动性相对较大。调查显示，近八成一线快递员日均工作9—10个小时，有些甚至在12个小时以上。以上因素都加剧了快递从业人员的流失。

·趋势篇·

关键词1 市场细分

在资本刺激下，国内快递企业正向专业化和细分化转型，以谋求上岸。如以小件快递起家的优速快递在今年宣布进行大包裹战略升级，主打3—50公斤大包裹快递门到门服务；德邦快递围绕“家”概念设计推出“德邦e家”电商整体解决方案，满足电商大件如家电、床垫、卫浴等商品的购买、配送、安装一体化需求；宅急送通过与上海外卖平台HM合作，提供外卖“最后一公里”配送服务，延展生活服务。

在快递和快运互相渗透融合的背景下，两者边界不断模糊，进行业务的细分化调整是企业顺应市场变化下采取的战略应对。伴随着客户消费习惯的转变，“快递化”已是现代物流发展趋势，门到门服务将成为物流行业最基本的形式。快递企业加速市场细分，一方面是为了寻找新的市场增长点，另一方面也是为了制造话题，博得资本市场关注。在如今的快递行业中，各类传统业务已经形成成熟的商业模式，在具有可复制商业模式的前提下，资金成为企业市场扩张中的最关键因素。

关键词2 技术创新

经历了草莽式发展的中国快递业开始填补此前埋下的技术“坑”。全球快递业经过十多年爆发式增长已经面临拐点，需要完成智慧转型，才能支撑未来电商经济的持续增长。针对人力成本与效率困境，电商物流的自动化战略已经出现在仓储与分拣领域。如圆通金华分拨中心今年投入使用全自动分拣设备，每小时可以分拣1万个包裹。

此外，在智慧化转型的趋势下，机器人、无人机、智能快递柜等新技术手段也已是快递行业共同推动的方向。例如在阿里旗下菜鸟网络的多个仓内已经投入机器人；在末端配送领域，菜鸟网络、UPS、亚马逊、顺丰等企业也都开始了送货无人机的试点与实际应用。大数据和智能化新技术带来行业含金量的提升，随之而来的将是高素质人才的需求。有报告分析认为，未来快递行业从业者将会向技术工种过渡，相比此前的生产线工种，快递从业者将有更强的服务意识。

关键词3 资源共享

快递行业整体高成本、巨头同质化、行业资源利用不佳等痛点已经引起行业链条各个环节的高度关注。如果说此前是电商造就了快递企业的跨越式发展，今年电商则再度带动了快递企业进入到共享经济时代。不仅有亚马逊中国全面向商户开放物流系统，京东也在加速做第三方物流布局，并向其他企业提供软硬件设施。

仓储配送中的自动化和智能化一直是电商企业所追求的。京东、亚马逊中国以及苏宁等大型电商企业在将这些智能化技术在自身业务中运作后，当下也在加速将其第三方化。京东和苏宁分别成立了独立的物流公司，不仅承接平台上商家的配送服务，更试图与圆通、韵达等第三方快递企业展开合作。业内人士普遍认为，中国快递行业已经显现出了发展快但效率低的态势，成本已经达到发达国家的两倍。共享经济是一剂良药，能够促进仓储、配送资源最大化利用。

北京商报记者 吴文治 陈克远