

京东推个人快递 凭仓配模式挑战市场

民营快递企业拥抱资本市场后,电商快递企业迫切寻求着新空间。10月18日,京东物流宣布正式推出个人快递业务挺进C端快递市场,面向个人消费者开放物流寄件快递服务。面对在个人寄递业务领域起家且深耕市场多年的顺丰与通达系快递企业来讲,京东在该业务方面还是初出茅庐的新手。目前来看,京东的个人寄递业务尚无法搅动成熟稳定的快递市场,想要撕开豁口,京东势必要在人力、设备以及资金方面投入众多。

搅局快递市场

网络快递与仓配模式阵营中的快递企业再度针锋相对。近日,京东物流开始面向个人消费者开放寄件快递服务。据了解,京东物流面向个人的揽收范围覆盖北京、上海、广州三地,寄送目的地则覆盖中国绝大部分区域。京东物流CEO王振辉透露,京东物流计划明年先在核心城市开设30-50个试点,待业务成熟后布局全国。

实际上,京东物流为提供个人寄件快递服务已筹备近两个月。今年9月,京东物流上线“京东快递”小程序,承接个人寄件业务。京东快递个人寄件公斤段上限为30公斤,可选择上门取件和自送服务,上门取件时可选上门时间,并可通过小程序直接链接到达同城送服务。

两个月内,京东物流个人寄件覆盖的范围逐步扩大。该业务上线时,京东物流在北京可上门揽收快递的服务范围有

限,多数限于亦庄地区。10月23日,北京商报记者调查时发现,可揽收快递的服务范围已经扩充至北三环附近内。

“京东物流会采用全自营揽收团队,保证1小时内上门揽件,个人寄件还将与京东Plus会员的活动打通。”王振辉强调。京东物流的个人快递业务同样强调时效和自营,并凭借优惠活动拉动对京东忠诚度较高的用户成为“首批试用者”。

向低频需求延伸

京东物流承接更多的逆向揽收业务后,面对当前稳定的市场格局,京东物流还需补齐众多资源。数名京东配送员对北京商报记者表示,当前上门揽收快递的服务仍由各个配送站点的快递员负责。“目前上门收件的是之前的派件人员,有时候还会出现跨区域安排快递员取件的现象。”

京东物流正加速招聘和调派人员,以化解当下“人手不足”的局面。北京商

报记者调查时发现,众多京东物流的配送站在增添人手,以和平街和地坛附近的快递配送站为例,上述配送站的快递员称,公司已经开始要求负责每个区域的配送站,根据单量必须配备专门负责上门揽收个人订单的快递员。

京东物流进入个人快递领域,物流网络将从伞状变为网状,揽件人员、网点数量等要达到一定密度才能支撑京东物流对时效的要求。北京商报记者从相关渠道获悉,京东物流将为个人快递业务投入更多的资金、人力和设备,今年2月京东物流融资的25亿美元中就将有一部分用于个人快递业务的发展。

京东物流入局前,顺丰与通达系快递企业已占据C端寄递服务的半壁江山,京东需提供更多的差异化服务才有机会撬动市场。王振辉表示,京东物流提供标准化普惠寄件,依托航空运力的特快寄件、同城即当日达和次日达,以及由专车专人取送件的“京尊达”也将应用于个人快递服务。此举意味着京东物流网络将从伞状变为网状,揽件人员、网点数量等要达到一定密度才能支撑京东物流对时效的要求。

面临成本考验

仓配模式的京东物流开始逆向揽件后,将接收更多的非标品。一位物流

行业从业者向北京商报记者表示,向个人揽件时,企业无法预估消费者需要上门取件的时间、地点,商品的类型和重量更加不可控,众多问题是派送以标品为主的京东物流从未面对的困难。

多位快递网点的经营者对北京商报记者称,亏损是快递网点的常态,而个人快递业务中的揽件是快递员和网点盈利的主要方向。“相较于派件,揽件业务的利润空间更大。”一位不愿具名的主管北京快递业务的负责人称,网络快递公司的生存门槛已经很高,日均千万票才有能力生存下去,京东的个人快递揽件成本或是其他快递企业的3倍多,仓配模式能否适用于发展个人快递业务还需要观望。

值得注意的是,京东物流与顺丰在个人快递业务方面同为自营模式,同样瞄准了中高端快递市场,双方无疑会直接对垒。物流行业分析师丁威表示,顺丰深耕快递市场多年,在与通达系快递企业竞争过程中形成了市场认知,但顺丰每一票配送的边际成本较高。而京东物流则手握消费端数据,带有庞大的商务流量,京东快递引入个人件寄递业务,可进一步降低边际成本、提高边际收益,但又面临着构建物流体系以实现点到点个人揽收能力的多重考验。

北京商报记者 王晓然 赵述评

涉嫌虚假宣传 八马茶业蹭博鳌论坛热度

北京商报讯(记者 王晓然 郭缤璐)博鳌亚洲论坛官微近日发布消息称:“博鳌亚洲论坛从未给予八马茶业公司任何产品任何授权或许可”。这让一直打着“博鳌亚洲论坛指定用茶”旗号的八马茶业股份有限公司(以下简称“八马茶业”)陷入舆论漩涡。

博鳌亚洲论坛官方微博发布声明表示,博鳌亚洲论坛秘书处最近注意到八马茶业在公司网站首页虚假宣传公司产品为2018博鳌亚洲论坛指定用茶,并在网站“招商加盟”页面中使用了一份伪造的博鳌亚洲论坛授权书。同时,还曾通过多个平台以广告的形式宣称其产品为博鳌亚洲论坛指定用茶,并在部分媒体宣传中使用了伪造的授权证书等虚假宣传和不正当竞争,目前已委托专业机构对八马茶业公司的侵权行为依法采取维权行动。

对此,八马茶业也发出一份声明否认公司虚假宣传、伪造授权书。声明表示,八马茶业和国瓷永丰源联合进行商业赞助,通过博鳌亚洲论坛官方杂志《博鳌观察》获颁论坛指定用茶荣誉及证书,该官方杂志也刊登了相应文章和荣誉。八马茶业从未伪造授权证书,不涉及所谓的虚假宣传和不正当竞争。

值得注意的是,八马茶业提出的《博鳌观察》是由博鳌亚洲论坛和贵阳日报传媒集团主办。随着八马茶业发出声明,贵阳日报传媒集团也发出相关声明,此声明并未给八马茶业带来喘息。声明表示,博鳌亚洲论坛与贵阳

日报传媒集团签订的《博鳌观察》杂志合作办刊协议,约定合作期限为2011年10月-2016年10月。协议到期后,经双方协商未再续约。休刊以来《博鳌观察》杂志未进行任何采编与经营活动。集团也从未授权任何机构和个人以《博鳌观察》杂志的名义开展任何采编与经营活动。八马茶业股份有限公司《郑重声明》中所涉《博鳌观察》杂志的所有事项,与贵阳日报传媒集团及《博鳌观察》杂志无关。

针对八马茶业为博鳌亚洲论坛指定用茶的宣传以及授权等详细问题,北京商报记者向八马茶业求证,但截至发稿,对方并未给予回复。

据了解,八马茶业于2015年12月8日挂牌新三板,主营业务为茶叶的种植、研发、加工和销售。公司线上线下均有布局,在线下渠道,公司在全国经营门店共计超1200家。同时,2012年起陆续入驻京东、天猫等各大主流电商平台。北京商报记者注意到,八马茶业今年1月25日发布的公告显示,因公司长期战略规划调整的需要,公司拟申请公司股票在全国股转系统终止挂牌。

遗失声明

北京亿源通汽车维修中心,企业社会信用代码:110106742329489,丢失企业营业执照正本、税务登记证正本、组织机构代码证及公司章程、发票专用章、人名章等相关证照印章。以法人王素手印代替印章,特此登报声明。
2018年10月24日



九九重阳节浓浓敬老情

10月17日,由北京诚和敬养老健康产业集团(以下简称“诚和敬养老集团”)主办的“诚和敬十月敬老月”活动在重阳节这一天迎来高潮,全市30余个诚和敬养老驿站、诚和敬长者公馆响应敬老月号召,多地共同举办重阳节敬老活动,包括爱心送餐、文艺表演、健康义诊、重阳茶话会、金婚庆典等多种形式,全市千余老人共同参与。

据悉,以“诚满十月,爱在重阳”为主题的2018年“诚和敬十月敬老月”系列活动,于10月1日正式启动,持续一个月,全面覆盖“健康、饮食、居住、出行、文化、爱心服务”六大板块,从基础养老到精神养老,全方位给老年人关怀。

来自朝阳医院的医疗专家来到诚和敬养老驿站,为60岁以上老人进行了健康指导和检查。医生们切实为老年人健康提供了有效帮助,在重阳节之际,为老人送来了最贴心的健康大礼。

诚和敬养老集团的党员同志深入老人家中,给老人们送去节日问候,并为他们提供助洁服务,党员同志们纷纷表示要经常上门关心老人生活,尽力帮

助解决老人生活中的困难,让老人们安度幸福晚年。

20余家养老驿站同时举办重阳节茶话会及文艺表演,周边社区老人齐聚一堂,共话家常,共同表演节目庆祝属于自己的节日。通州区卜落堡驿站为多对老人举办“金婚庆典”活动,以老年人婚姻家庭为抓手,大力宣扬白头偕老、相濡以沫的金婚爱情,弘扬优良家风,努力提升老年人幸福感。

除此之外,诚和敬适老化设计中心特推出适老化居家改造体验活动,上门为老人改造装修细节,减少老年人摔倒几率;诚和敬长者公馆推出机构打折活动,邀请更多老人体验高品质的养老生活……

“诚和敬十月敬老月”活动旨在为老年人提供全方位、精细化的服务,邀请老年人共享改革开放成果,呼吁社会形成敬老、爱老的社会风气。诚和敬养老集团作为北京市市属国企,充分发扬国企社会责任,发挥“社会效益为首,经济效益为本”的经营理念,以一系列卓有成效的举措为老年人送温暖、办实事、解难事,奋力推进“敬老月”活动走深走实。