

倒闭降薪 快递业马太效应加剧

二线快递企业生存难

4月初，快递企业如风达停摆风波爆发，来自全国各地的员工和合作方纷纷来到北京如风达总部维权。这也与如风达3月发布的“运行异常动态公告”有着密切的关系，目前，该公告依然挂在如风达官网上。从凡客诚品到天地华宇，如风达的快递命运不断转折。根据媒体此前报道，截止到2019年2月，如风达面临着巨额的欠款，加上拖欠员工的工资等，有近7000万元。

此前，有消息称国通快递发布停工放假通知，报告显示，自2018年以来公司经营困难，处于严重亏损状态，目前已经处于停工状态，并且为恢复正常生产经营做了努力，但预计未来仍将继续停工。随后，国通快递官方发布消息称，停工消息为个别自媒体不实报道。

根据此前报道，总部位于上海的国通快递公司即将进入全网停工状态，所有员工进入放假状态。该消息的发布，引起大量网友留言讨论。虽然国通强调，公司并没有坐以待毙，而是通权达变，利用存量资源积极谋求转型，但业内人士分析称，国通的经营状况不佳已是不争的事实。快递专家赵小敏也表示，虽然国通没有宣布关闭，但这可能只是对品牌的保护，从实际运营来看，国通并没有多大的改变。

· 资讯 ·

天通尾货商城再调整

北京商报讯(记者 王晓然 王维祎)开业十余年的天通尾货商城，将再次迎来一次调整。北京商报记者近日了解到，位于昌平区天通苑的天通尾货自4月20日至6月底对二层的商品进行甩货，在7-9月间，将对二层进行调整提升。目前，天通尾货商城已经对部分楼层进行了改造，增加了品牌餐饮、电影院等娱乐业态。

不久前，天通尾货商城对社区消费者进行了调研。结果表明，附近的消费者对服装百货的要求，从最基本的实用、便宜的选择标准提升到对商品的风格、品质、品牌、服务、购物环境等更高要求。针对这种需求，天通尾货商城进行清仓甩货，以便于重新布局调整。目前，天通尾货商城销售的产品包括国内外品牌服装、鞋帽箱包、床上用品、日用百货、儿童服饰、户外用品、外贸原单等。

此前，天通尾货商城已对三层的经营空间进行了调整。公开资料显示，天通尾货商城成立于2007年10月1日，已经经营了12年，经营面积约2万平方米。天通尾货商城成立之初，天通苑社区有近50万人的消费群体，现在有近百万人居住。随着消费客群增加，天通尾货商城的整体环境也将升级。此外，天通尾货商城在增加新业态的同时，也在清理重复的业态，目的是为了商户的经营环境更加优良。

业内专家对此分析表示，随着商品品类、购买渠道多样化，商城、市场等单纯零售业态已不能满足居民的需求，需要丰富服务内容，吸引社区消费者。项目的管理方应该通过服务设施的组合，形成一种全新的生活消费方式。与此同时，品牌引入应该与居民消费水平相符，品牌之间形成互补，实现共享客流。

已在中国市场“混出”成绩的一线快递品牌业绩不断增长，还未“混出”名堂的二线快递品牌生存愈加艰难。近日，如风达、国通等品牌纷纷传出停业消息，而本应令消费者期待的快递黑马京东却开始调整快递员薪资，引起诸多讨论，京东集团董事局主席兼首席执行官刘强东甚至频频发声解释，物流业是如何给京东带来亏损的。面对市场格局不断明确的快递领域，业内专家分析称，快递服务企业在市场需求、内生发展和政策鼓励下，未来将通过多种方式实现资源整合，开展并购重组、股权投资等，快递行业集中度将进一步提升，竞争格局将持续改善，所以中小快递企业需不断调整自身战略，明确定位，才能瓜分市场蛋糕。

快递行业竞争激烈

基于市场现状和时代要求，快递物流企业正在走过粗放竞争的发展阶段，正在向高质量发展方面迈进。快递行业利润空间不断压缩，平均利润率已下降到3%—5%左右。电子商务研究中心特约研究员、中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文认为，在为数不多的快递头部企业规模化、集约化、资本化发展之下，中小快递企业的生存空间正在不断缩减，并且还在进一步萎缩中，这是大势所趋的现实。面临新的整合和重组，如何转型和“站队”将是这些企业发展的艰难抉择。他表示，在快递巨头企业的市场“蚕食”之下，中小快递企业面临新的市场划分和企业整合重组的新考

验。主要有两个突围发展路径，一是选择属地化的细分领域深耕，加速企业战略转型；二是加强与快递巨头企业合作，实现资源整合，达到互利共赢。

需引入新鲜血液

电子商务研究中心特约研究员、上海博群律师事务所律师李晓曦表示，对于国通这类中小快递企业来说，在服务、资金、网络、信息技术、仓储管理、配送时效等方面没有任何优势的前提下，与头部公司竞争将异常艰难。国通能维持到今天已是非常难得，如果不能在以上几个方面有所突破，其境况很可能更差。国通快递下一步可能会通过引入第三方的新鲜血液，比如头部公司的注资或者股权收购等类似形式，在整个公



司的运营管理上做文章，用新的思路带领老团队走出新路，甚至也可能直接被头部公司收购。

此外，进入2019年以来，全峰、如风达等中小快递公司接连出问题，要想在越来越严酷的快速市场生存，转型显得尤为重要。此次，国通快递被曝亏损、员工停工放假，说明其前期依赖低价策略获客的方式已经不再奏效，再加上其在电商市场合作中的举棋不定，长期无法确立明确战略目标，因此陷入困难期。未来这些企业需找准快递细分领域，实现战略突围，品牌再造，或加强与快递巨头企业的合作，减少与头部企业在正面市场的竞争，以寻求最大的共赢点。

北京商报记者 王晓然 陈韵哲

朝阳区市场监督管理局 助推区域经济高质量发展

一直以来，朝阳区市场监管部门紧扣打造国际一流营商环境高地、推动首都经济高质量发展这个主题，坚持以首善标准深入实施商标品牌战略，强化知识产权创造、保护和运用，形成了新时代商标品牌强区建设的“朝阳实践”。

以商标注册便利化 推进营商环境便利化

2017年3月1日，“北京朝阳商标受理窗口”揭牌。这是本市首个集商标注册受理、商标法律咨询、商标品牌指导、商标维权投诉于一体的商标综合服务窗口，为该区及周边区域市场主体注册使用自主商标带来了更多便利。自窗口成立以来，已累计接受商标注册咨询15770户次，受理商标注册申请4403件，颁发商标注册证917件，受理量在全国各地的窗口中名列前茅。该局依托商标受理窗口，利用“互联网+商标注册”谋划优化营商环境这篇大文章，大力推行商标网上申请，充分利用窗口的商标业务办理电子收发文权限；让群众少跑腿、让数据多跑路”，截至目前共送达电子文书

3314件，实现窗口咨询服务的空间延伸。

以知识产权严保护 推进营商环境法治化

法治是最好的营商环境，也是促进区域经济发展的坚强后盾。该局坚持内外资企业平等保护原则，2018年，共立案查处侵犯注册商标专用权案件209件，处理假冒汽车配件32937件、假冒名酒6500余瓶、假冒箱包348个。积极落实“行刑衔接”工作机制，依法向公安机关移送了4起涉嫌犯罪案件，有效提升了对商标违法犯罪活动的震慑力度。

以企业品牌培育指导 激发社会创新活力

一个商标从注册到远近闻名、一个品牌从创立到具有较高经济价值，不可能一蹴而就。朝阳区市场监管局在优化服务上下功夫，全面构建品牌培育服务体系，帮助企业提高培育和运用知识产权的能力。商标品牌指导站落地生根。该局推动设立商标品牌指导站，实现商标监管、指导和服务关口前移。截至目前，朝阳区共设

立7个商标品牌指导站，指导站充分发挥贴近企业、了解行业、熟悉属地的优势，有针对性地指导企业提升品牌竞争力、防控商标侵权风险。市场监管部门不仅对指导站工作人员统一开展业务培训，还组织执法人员在指导站举办讲座、与企业座谈，面对面解决企业在商标品牌发展中遇到的现实问题。截至2018年底，朝阳区累计有效注册商标量386160件、每万户企业注册商标拥有量8459件，为商标品牌强区建设奠定了坚实基础。

2019年是朝阳区深化市场监管综合行政执法改革和知识产权机构改革的开局之年，也是推进商标品牌强区建设的关键之年。朝阳区市场监管局将有效整合商标、专利、地理标志等知识产权管理职责，全力打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条，深入推进知识产权领域“放管服”改革，积极探索知识产权严保护、大保护、快保护、同保护的基层经验，努力营造良好的营商环境和创新环境，争取早日建成全国领先、特色明显的商标品牌强区。