

紧盯到家服务 快递升级定制化仓配

在末端市场,快递企业的零售布局动作不断。近日,北京商报记者调查发现,顺丰旗下末端驿站品牌驿收发上线洗衣业务,目前已经覆盖广东省内。从末端“快递+洗衣”“快递+团购”等模式叠加,到布局网格仓,开放前置仓,今年快递企业新增业态或是主动求变,其最终目的均是为利用现有资源,尽快搭建出适应电商消费前置的物流链路,走出价格消耗战,以履约时效抢夺更多客户群。

新添业务 末端布局再扩

快递企业从未停止掘金取件流量的幻想。近日,顺丰旗下末端品牌驿收发正式上线洗衣业务。北京商报记者了解到,洗衣业务除了服饰类如羽绒服、棉服、羊毛大衣等,还包括被子、窗帘等。根据不同物品类别,洗涤周期大致在3-10天左右,收取和送回均由顺丰进行配送。目前广东省内已开通到家洗衣服务。据客服介绍,用户还可以选择在洗衣点自提。而从平台驿有管家洗衣柜点可见,洗衣点除了驿收发布局的智慧驿站外,还有便利店、水果店和顺丰站点等。此外,平台增设了企业服务入口,除了洗衣厂合作,还包括线下柜点加盟和社区团长招募。

公开资料显示,驿收发为顺丰旗下服务社区、乡镇、写字楼等末端场景的综合物流平台,运营主体为深圳驿加易科技有限公司,成立于2019年5月,由深圳市顺丰创投投资有限公司、宁波睿加易企业管理合伙企业(有限合伙)共同持股,最终受益人人为顺丰创始人王卫。数据显示,目前驿收发已经覆盖全国300多个城市,乡村驿站达4万个。

而顺丰另一家末端品牌丰巢在今年加

速扩张的同时,也在延展零售空间。2月26日开放加盟驿站后,3月4日丰巢又新增存包柜业务。尽管相关负责人向北京商报记者回应存包柜业务目前只有存包功能,但能预见,在图书馆、交通枢纽等新场景中,丰巢寄存件、商城零售等既有业务又能新添触点。

填补短板 进击仓配模式

颇意味的是,在仅隔数天后,北京商报记者又发现,丰巢新上线社区团购微信小程序巢鲜厨,品类涵盖蔬果粮油、生活美妆等,目前开通了深圳区域,正在招揽供应商和团长。据平台客服工作人员介绍,货物是从深圳南山区的仓库发出,团长的订单需要满50元以上才能配送到门店。而若是将时间往前移,3月11日,顺丰快运上线大件仓配一体服务,开放成都、佛山、杭州等9个城市的区域分中心和数个前置仓。相关负责人表示,该服务主要面向中高端客群。

从开放自营前置仓,到末端叠加团购、洗衣业态打造社区服务中心,顺丰正在逐步搭建同城零售的物流支撑体系,将各业务板块进行互通,一张更贴合时效响应的电商供应链开始浮现。实际上,近年来快递

企业从未间断对商业的尝试,却苦于自建平台后流量匮乏,订单规模难覆成本,又较难对供应渠道产生议价权。顺丰交出的16亿元商业“学费”,百世剥离百世店加便利店业务等,均证明着快递企业想要跨界掘金并不容易。

然而,若是放手同城业务,市场又必然被竞争对手抢走。可以看到,京东物流离上市只有一步之遥,其定位也再次明确,成为国内的供应链解决方案级物流服务商。财报显示,其外部客户收入从2019年的38.4%提升至2020年前三季度的43.4%。依托京东零售大盘生长而成的仓配体系是京东物流的竞争力,而疫情催化下人们对线上消费体感认知加深,贴近社区、快速响应、柔性履约的物流链路将迎合更多品牌商特别是大客户的诉求。对于传统快递企业来说,物流和零售业务都能从中获益。因此,同城仓配物流是必须拿下的高地。

也就在最近,申通公布了与盒马在湖北、湖南试水网格仓业务的消息,将涉足社区团购、C2M业务等。会上,申通快递总裁王文彬提出,由于新零售发展呈现“短链化、近场化”的趋势,贴近消费者、小区服务,因此新零售电商供应链也会随之变化,衍生新的电商供应链,短链配送会成为新的快递场景,出现较大的成长空间。

阻力犹存 需渡过适应期

不过,从当前企业密集布局的新业务来看,目前还处于调整期。北京商报记者观察发现,例如顺丰上线的社区团购平台丰伙台在春节后已经大面积缺货近一个月,客服对此解释到,因为春节供应商放假,产

品还在恢复中。

而作为集团战略层面进军社区团购业务的京喜快递和申通,也在尽可能适应网格仓配模式的需要。一位京喜快递加盟商透露,目前集团还未给出调整方案,还在等通知。而另一位从业人士向北京商报记者表示,申通与盒马合作首先得解决配送履约模式,因为盒马的配送是点对点,而快递的派送面更广,单量和配送成本的平衡还有待解决。

对于社区团购模式,深圳鲸鲜云仓超

市有限公司CEO李波涛向北京商报记者分析认为,预售制模式尽管库存很小,但供应链的分配压力较大,因此业务主要以区域市场为主,需要保障供应链的完整性和响应速度。如果订单量无法形成规模效应,物流成本十分容易亏损。

快递专家赵小敏认为,快递企业在零售领域进行一定尝试并无问题,但跨界会存在一定风险,特别是在今年竞争更为激烈的环境下,夯实主业更为重要。

北京商报记者 赵述评 何倩

便民办税的春风吹进“冰丝带”

近日,国家税务总局宣布“我为纳税人缴费人办实事暨便民办税春风行动”启动,这是税务总局连续第8年开展此项活动。较以往而言,今年“春风行动”的一个突出特点就是精准聚焦纳税人缴费人的实际需求、充分回应纳税人关切。北京市朝阳区税务局积极响应、主动谋划,全力做好北京2022年冬奥会和冬残奥会涉税企业和个人的税收服务工作。

据悉,国家速滑馆又称“冰丝带”,坐落于北京奥林匹克公园,是2022年北京赛区唯一新建的冰上竞赛场馆。“冰丝带”采取世界上最先进的环保制冰技术,拥有亚洲最大的全冰面设计,冰面面积可达1.2万平方米,赛时将作为北京冬奥会速度滑冰比赛场地,赛后将对市民开放,既可为运动员提供训练场地,又可满足市民冬季运动需求。

“为了做好涉奥企业保障工作,朝阳区税务局成立‘冬奥会’税收工作领导小组小

组,制定税收服务专项工作方案,精准实施冬奥会税收政策宣传辅导,确保政策落实到位。”北京市朝阳区税务局国际税收管理科工作人员表示。在专项工作领导小组组织部署下,朝阳区税务局与北京冬奥组委建立联系机制,明确任务分工;整理可适用的税收优惠政策,分阶段、分类型制定个性化辅导策略;设置冬奥服务专窗,为冬奥涉税事项开辟绿色通道;开发直播、vlog等产品,打造“线上+线下”立体宣传模式。

“朝阳区税务局主动与我司对接,上门开展税企座谈和政策辅导,介绍了留抵退税等税收优惠方式,从税额减免、税基减免等多个角度支持冬奥赛事的筹办,2020年协助我司累计办理留抵退税3500余万元,为企业营造了良好的营商环境。我司一定高质量、高标准做好冬奥建设收尾工作。”国家速滑馆公司工作人员表示。

北京商报
BEIJING
BUSINESS
TODAY
bbsnews.com.cn

财经 | 传媒 | 地产 | 科技 | 汽车 | 健康 | 教育 | 生活 | 体育 | 文化 | 国际 | 观点 | 评论 | 广告

态度即价值
观点化 / 深度化 / 可视化

内容为王 传播优先 品牌聚合 产品导向 新闻可视 以融为大

- 国内刊号: CN11-0104
- 国内发行代号: 1-110
- 国外发行代号: D403
- 电话: 010-84277808/010-84277520
- 网址: www.bbtnews.com.cn
- 地址: 北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦

◆ 订阅价
360元/年
◆ 订阅方式
010-84277808
010-84277520

扫码订阅

