

菜鸟“半日达”进京，成本博弈效益

“半日达”北京开城

菜鸟将半日达时效“卷”向了北京。10月12日,天猫超市联合菜鸟宣布,正式在北京启动半日达服务。作为淘天集团与菜鸟联合打造的物流项目,开通半日达,意味着北京的消费者也能够天猫超市中体验到“上午12点前下单,下午到;半夜12点前下单,次日上午到”的购买模式。

同时,在北京之外,苏州、无锡、合肥、郑州和泉州等城市也同步开通了半日达,加上从今年3月底开始陆续开出的杭州、上海、广州、深圳等城市,6个月里,天猫超市联合菜鸟启动的半日达服务已经在全国20座城市上线。

“这样的复制速度是相当快的。”在全国20城全面上线发布会上,菜鸟集团副总裁、国内供应链事业部总经理帅勇透露,为保障北京的半日达服务的履约确定性,除了此前覆盖北京地区天猫超市业务的天津武清仓外,菜鸟还在北京启用了顺义专仓。

帅勇坦言,半日达对菜鸟的仓配链接带来了很大的挑战。“我们需要尽可能地缩短链路来提高时效。”他表示,目前,消费者下单之后,分拣员会在大仓内一站式打包完毕,送至大仓旁的分拨中心,然后直接送至消费者收货地址附近的站点进行末端配送。

北京商报记者在淘宝App中的天猫超市板块看到,已经有不少商品打上了“半日达”的绿色标识。“当前能够覆盖北京半日达的商品大概包含4万-6万个SKU,占到常规热销商品的40%-50%。”天猫超市半日达项目负责人应鑫达向北京商报记者表示,天猫超市根据商品的日销、动销、周转数据,平均每两周会进行一次轮转。

提交招股书后,菜鸟一路狂奔。10月12日,天猫超市联合菜鸟宣布,半日达服务在北京正式开城。而这也意味着短短半年内,半日达已经覆盖了全国20座城市。不过,北京商报记者了解到,开城的前提是五年内能回本。作为阿里拆分之后首个扛起IPO大旗的集团,菜鸟不得不在国内物流仓网重投入和回报率上打好算盘,另一方面,还需在阿里这棵大树外寻找到更多机会。



与淘天紧密配合

提交招股书后火速再开新城,作为阿里巴巴进行“1+6+N”拆分之后首个开启IPO进程的业务集团,菜鸟似乎有点急了。

9月底,在与速卖通共同宣布“全球五日达”上线的当天,港交所官网显示,菜鸟已正式向港交所提交上市申请。而根据招股书披露的数据,菜鸟确实有“先飞”的底气。招股书数据显示,菜鸟在截至每年3月31日的2021-2023三个财年的营收分别为527.3亿元、668.7亿元、778亿元,近三年的复合增长率达到21%。

但是,营收高速增长的另一面,是菜鸟的巨额投入。根据招股书数据,在近三个财年,菜鸟的亏损额分别是12.53亿元、13.04亿元及

17.01亿元,到了截至今年6月31日的2024财年一季度,菜鸟才终于扭亏为盈,实现净利润同比上升51%的增速。

在菜鸟向资本市场所讲述的故事中,相比日均履约超过400万个包裹、全年15亿件的跨境和国际业务包裹量,菜鸟在国内物流市场中的成绩稍显逊色。招股书数据显示,2021-2023财年,国际物流收入占比始终高于国内物流收入,截至2023财年,菜鸟的国际物流收入达到368.5亿元,占总收入47.4%,而同期国内物流收入则为359.6亿元,占总收入46.2%。

“根据招股书表现出来的内容,菜鸟在国际市场中的故事还是要亮眼许多,目前菜鸟在国内物流市场中仍然和淘天保持联手、密切配合。”快递物流专家、贯铄资本CEO赵小敏说道。根据招股书披露内容,从2021财年到2023

财年,菜鸟来自前五大客户的收入分别占各期间总收入的34.4%、34.8%、32.3%,而来自其最大客户阿里巴巴集团的收入就分别占到了其各期间总收入的29.2%、30.8%和28.2%。

眼下,菜鸟不得不考虑再为自己创造更多的外部客户来源。一个关键的信号是,今年6月,菜鸟宣布推出自营快递业务菜鸟速递,并同时上线自营的仓配产品。这也意味着,菜鸟也在进一步打造自身独立的硬件基础,提升独立面对市场的能力。

网络还需夯实

然而,菜鸟拓展自营物流的过程,也是履约成本与回报率拉锯的过程,一定程度上也影响了菜鸟业务铺开的速度。

“在做半日达项目的时候,我们会拉长投

资回报周期来看。”应鑫达告诉北京商报记者,在选择城市进行前期成本测算的时候,会将该城市预期的逐年订单增长和物流成本节降比进行比较,“如果五年无法回本,那就不会在这个城市开城”。

另一方面,应鑫达也承认,在一个城市新增仓库是“一个非常严谨的事情”。“我们会考虑人员配比以及其他的成本问题,之前也存在过在部分城市新增仓库,但运营一段时间后发现它没有达到预期就关仓的情况。”应鑫达向北京商报记者透露。

根据菜鸟公布的数据,目前,菜鸟在全国有超过230个仓库,总面积超过3000万平方米。而菜鸟速递拥有13个一级分拨中心、7500多条运输线路、5000多个终端站点和5.3万名快递员。

但相比同行,菜鸟在国内基建上的资源投入还是后劲生。例如大搞仓网的京东物流。截至2023年上半年,其在全国运营仓库数量已经超过了1600个,含云仓在内的仓储网络总管理面积超过3200万平方米,一线员工人数超41万名。而另一位直营系竞争对手顺丰在国内的运输线路超过15万条,末端配送车辆超过19万辆,拥有99.7%的地级覆盖率。

“菜鸟毕竟有一段由轻资产转向重资产运营方式的经历,对于车辆、园区建设、道路体系和网络仓储覆盖都还需要一段时间来发展。”赵小敏表示,从当前的国内市场竞争情况出发,菜鸟仍然应该先将国内的网络夯实。

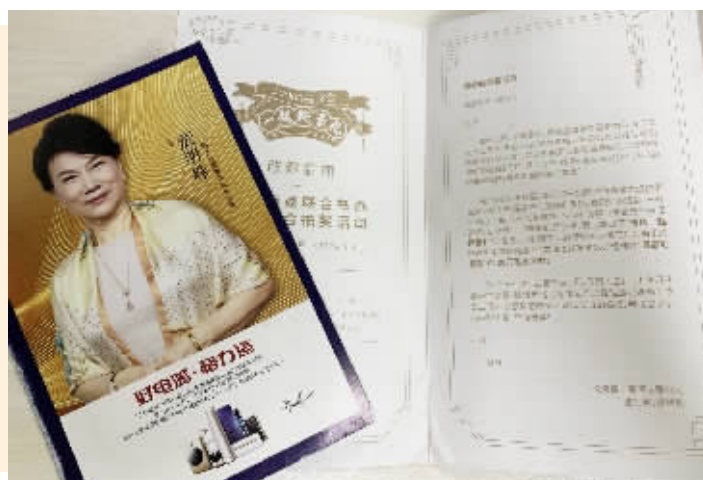
从这个角度看,赵小敏认为,菜鸟仍然应该和淘天保持联动。“只有借此机会来提升市场规模,拓展自身的业务空间,菜鸟的国内故事才能更有想象力。”赵小敏说道。

北京商报记者 何倩 乔心怡

揭秘礼品卡新骗局

蟹卡诈骗余波未消,骗子又“盯”上了董明珠。10月10日,市民王先生向北京商报记者报料称,他收到了一份陌生寄件人寄送的快递,里面包含一包厨房湿巾和一份印有格力电器董事长董明珠照片的中秋礼品卡,“邀请”王先生“值此中秋国庆佳节暨格力公司成立三十二周年之际”参加“一起撕豪礼”的刮奖活动,“最高可获得10000元现金奖励”。凑巧的是,就在王先生收到礼品卡的前一日,他的朋友罗先生也收到了相同的礼品卡。

经北京商报记者向北京格力相关负责人求证,该礼品卡上标注的均为虚假信息,格力方面并未举办或联合商家做过此类活动。王先生和朋友为什么会收到礼品卡?这又是怎样的新型骗局?又有哪些措施和手段来进行有效防范和实现精准打击?



新型诈骗怎么防

“我在退群后的第二天,就收到了北京市反诈中心给我打的电话。当时就问我有没有登录过什么网站,然后建议我提高警惕。应该是监测系统有反应了,但所幸我并没有损失。”罗先生表示。

北京商报记者致电12315消费者申诉举报热线,工作人员表示,意识到或者出现上述疑似诈骗的情况,首先应向所在地公安部门报警,核实相关寄件人的信息。“在确定寄件人信息后,我们将对相关公司进行追踪。”同时,工作人员也介绍说,反诈中心来电则是对举报疑似诈骗的来电号码进行复核,以及帮助用户拦截等。

诈骗不仅屡禁不止,变着花样出现,还越来越精准了,令不少消费者担忧的也是这一点。王先生说,他周围有一些朋友,曾在收到刷单礼品后被要求“返图”,“一来二去的,很难说更细节的隐私信息不会被记录下来”。

付建认为,在上述诈骗中,姓名、电话及家庭住址等隐私信息的泄露确实存在很大隐患。这些信息一旦被不法分子获取,可能被用于进行诈骗、身份盗窃等犯罪活动。此外,隐私信息泄露还可能导致个人信用受损、个人形象受损等问题。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,个人信息泄露是精准诈骗的根源。“个人应保管好自身信息,不要随意向陌生人透露或授权;在使用社交平台时,要注意设置隐私权限;谨慎访问未知网址,谨慎安装不明来源App,谨慎打开可疑文件,保持手机系统和软件更新。”

近年来,我国也出台了一系列政策和法律法规来打击网络诈骗犯罪。例如,2018年颁布的《网络安全法》明确了网络诈骗的违法行为和处罚措施;2019年颁布的《刑法修正案(十一)》增加了对网络诈骗犯罪的打击力度;2020年颁布的《电信和互联网用户个人信息保护规定》加强了对个人信息泄露的监管等。

不过,付建也指出,要遏制诈骗并不容易,一是诈骗手段不断变化,难以及时应对;二是诈骗分子常常跨地区、跨国界作案,追捕难度大;三是一些诈骗分子利用技术手段隐藏身份,难以追踪。

对有关部门来说,防诈骗工作的重点在于两头抓。“一方面,加强宣传教育,提高公众的防范意识和识别能力;另一方面,加强执法力度,加大对诈骗分子的打击力度,并且加强国际合作,加强跨境追捕和打击。”付建说。

北京商报记者 方彬楠 实习记者 程颀/文并摄

“豪礼”精准到家

北京商报记者在王先生提供的礼品卡封面上看到,卡片印有“月满中秋相逢”邀敬格力的商家一起撕豪礼”,同时标注着今年9月至明年1月的活动时间和游戏规则,礼品卡上还标注有“共发出10万份邮件”的字样。

根据礼品卡上的游戏规则,撕开礼品卡背后的贴纸,如果任意一个“我的号码”与任意一个“中奖号码”相同,即可获得该号码下方的奖励,如果号码不同,则下方对应奖励无效。

但从礼品卡的提示来看,都是“揭开有礼,百分百中奖”,其礼品包括20元、888元和10000元的红包奖金,同城骑手30分钟送达的百元生活礼品,以及格力洗衣机、空调、电风扇和冰箱。

“没想到,现在骗子都这么精准,直接把快递寄到我家了。”王先生对北京商报记者表示,收件人、电话及家庭住址都是真实的。凑巧的是,就在前一晚,他的朋友罗先生刚刚向他讲述了收到“格力礼品卡”的事情。

据了解,王先生此次收到的快递与罗先生收到的快递一模一样,包裹的物品信息都标注为“厨房湿巾”,实际礼品卡的中奖号码也是一样的。

罗先生认为,这个礼品卡应该只有部分人才能收到,算是精准投递。毕竟之前确实有和王先生一起参加过格力举办的活动,而且此次扫码进群的第一步,就是核实是否是本人手机号。

根据快递信息,北京商报记者致电该快递寄件人,截至发稿,对方依然是无法应答的状态。

真金白银设陷阱

为一探究究竟,罗先生参与了这项“撕豪礼”的活动。“第一次遇到这种事情,抱着半信半疑和好奇的心态就扫码进去了。过程中会跳转几次流程。刚开始扫码,跳出来的界面是美团客服,先核对手机号,然后拉群。在一个二十多人的微信群里,开始做任务,包括签到和关注淘宝店铺,然后返第一份礼品20元奖金。”罗先生说。

“几次之后,会解散该群,要求群成员下载一个App,再返第二份礼品,就是充100元话费。”罗先生告诉北京商报记者,“这个App名为‘汇春科技’,是一个聊天平台,也像微信群一样发消息,但是看不到群聊人数。而且下载这个App后还要注册个人信息,涉及电话号码等,进行完这一步,再完成新群里的任务才能拿到第二份100元话费奖励。”

罗先生还介绍说,群里除了发放指定红包外,还会有一些几元钱的小红包,都是签到或者关注店铺后返截图才有的,为了确保收红包的人都在线。

“只能说现在的骗子都‘舍得出血’了。先给甜头,再一步步让人上套。”王先生很无奈。

对此,格力电器也发布了公开声明表示这属于新型诈骗:“公司从来没有举办过这样的寄送礼品卡抽奖活动,现已向相关部门进行反馈,请大家收到类似贺卡时提高警惕、切莫相信,及时向警方反馈。”

花样层出不穷

“收快递,扫码兑换,做任务,不停订阅关注加刷单……”这一系列手法和当下正在扩散的蟹卡诈骗很像。

10月7日,演员孙艺洲在微博发文称,他收到一张大闸蟹的礼品卡快递,但最后发现是进群刷单。当天,这一话题还冲上了热搜第一,不少网友表示自己也曾有过同款被骗的遭遇。

对此,上海市公安局在官方微博上发文明确这是新型骗局,不法分子大范围投递大闸蟹兑换卡、湿巾、手机支架等,以领奖为由,引导受害人扫码进群后实施刷单诈骗。

警方也提示,在收到不明快递时一定要牢记,登录官方网站查看物流信息和快递员信息,电话联系快递员,对于来路不明的快递,要坚持验证快递员身份和包裹内物品。切勿扫描不明包裹内的二维码卡片,也不要点开陌生链接填写银行卡、身份证、手机号等个人信息。发现个人信息被泄露,要保持冷静并通过官方途径进行核实。

此外,近几年,假冒公检法机关电话诈骗、虚假投资理财平台诈骗、网络购物诈骗等层出不穷。河南泽槿律师事务所主任付建认为,诈骗屡禁不止的原因有很多方面,其中很重要的一点是,诈骗分子很好地利用了人们的贪婪心理和侥幸心理。

“他们通过制造诱惑,让人们产生贪念,从而上当受骗。此外,诈骗分子还利用了人们对新鲜事物的好奇心和求知欲,通过新颖的手段吸引人们参与,最终达到诈骗的目的。”付建说。