

提前做好预案还是措手不及

电商“凶猛”倒逼快递企业升级



疯狂的包裹

【积极应对】

□记者 齐金钊 李园园 报道
qlwbqjz@vip.163.com

本报11月15日讯 “光棍节”快件,这几天蜂拥而至烟台,一浪更比一浪高。从烟台申通、圆通两家公司反馈的数据来看,这几天的快件数量比去年同期相比,不止翻了一番。电子商务迅猛发展,在造就快递企业辉煌的同时,也在逼迫着快递企业加快升级改造步伐。

“昨天一宿没睡着,就怕遇到雨雪天气,一天3万到4万件包裹,在这个节骨眼上‘爆仓’,那就全完了!”15日,申通快递烟台分公司经理洪金国介绍,近3年来,快件数量以每年翻一番的速度增长,这样快的速度已经逐渐到达快递公司承受的极限,虽然公司每年都在增加车辆和人手,但还是显得力不从心。

“3年前愁没有业务,3年后怕运力跟不上。”洪金国介绍,作

为申通快递的加盟商,网上购物的兴起让他收入逐年提高的同时压力也越来越大,现在是淘宝等购物网站逼着公司不断扩大规模,要不然用不了多久就会被活活“撑死”。

“电商发展太快了!虽然提前做好预案,但还是有点措手不及。”圆通速递烟台分公司经理张善建介绍,14日公司烟台市区的快件总量达到1.4万件,比平时增加了一倍还多,今年公司特意在10月初就制定了快递高

峰预案,包括临时招募很多工作人员,并加配运输车辆,但快件的增长速度还是超出了预计,烟台中转站早班的分拣速度还是比规定时间晚了一刻钟。

张善建介绍,圆通速递烟台分公司去年刚刚从加盟变为直营模式,以期提高运营效率,应对发展迅速的电子商务。现在看来,目前的中转站整体设施水准还没有达到预想的要求,公司准备明年对中转站进行新一轮升级改造。



新的快件又到了,工作人员抓紧把整理好的快件运到指定区域。 本报记者 赵金阳 摄

●延伸调查

硬件和软件尽早一步到位

快递企业正在积极追赶“跑”在前头的电商

独家报道
直击真相
967066

□本报记者 齐金钊 李园园
qlwbqjz@vip.163.com

近几年,电子商务飞速发展,跟不上脚步的快递企业渐渐遇上经营困境。烟台较大的两家快递公司申通、圆通正在努力求新求变,不只是为了迎接如今的“爆仓”大考,还为了追上电商的迅猛发展。

申通>>

尽快升级厂房、设备等硬件

近几年,电子商务飞速发展,给物流快递企业带来了发展空间。在配送环节,快递公司要想提升配送能力,就要加大人员、仓储、车辆等硬件设施的投入。但是在现实情况中,快递企业的运能始终落在电子商务发展的后面,快递企业的增长速度始终跟不上电商企业扩张的步伐。

“2009年一下子签了5年的厂房租赁合同,感觉应该完全够用了,没想到这才到第3年就撑不下去了!”申通快递烟台分公司经理洪金国说,电子商务的发展速度超出了他的想象,3年前租下现在厂房的时候,一天的快件量最多也不过五六千件。他以为在未来5年间是不用担心扩大

规模的问题了,但实际情况是,每年翻一番的快件数量已经让他疲于应对。

洪金国介绍,他从申通总部了解到,去年申通速递日经手快件量最多达到400万件,今年总公司提前做好迎接800万件的挑战,没想到最近几天的快件数量还是超出预期,日均经手快件数量已经突破1000万件了。

“再等两年是不可能了,必须尽快找一个足够大的地方一步到位!”面对这样的现状,洪金国几乎是咬着牙对记者说,一定要找一个至少10亩以上的地方建一个大厂房,把传送设备全部装上,要不然明年就不只是爆仓了,整个公司都可能瘫痪掉。

圆通>>

完成经营模式的“蜕变”

面对电子商务的迅猛发展,快递企业在不断扩张的同时也不得不开始改革经营模式。记者了解到,目前国内几大民营快递公司在发展初期都是通过加盟方式实现的“跑马圈地”,而随着快递企业越做越大,一些快递企业已经逐渐将一些重要的中转站经营权收归总部。

“从去年起,圆通速递烟台分公司的经营性质已经变更为直营。”圆通速递烟台分公司经理张善建介绍,圆通速递烟台分公司于2011年起,从加盟商手中收回了分公司的经营权,在这里已经变成圆通速递的直营中转站,希望能通过经营权的变更,提高公司

的运营效率,来应对电子商务的飞速发展。

“以前粗放的经营模式导致快递公司的服务质量参差不齐。”张善建介绍,加盟模式在管理上存在诸多弊端,快递企业各网点之间相互关联,其中任何一个环节出现问题,都会导致连锁反应的出现,在实际运营过程中,加盟商往往会把自身利益放在第一位,在降低成本的同时降低服务标准。

“加盟转直营成本增加了,但一定要做。”张善建介绍,加盟模式并不能适应快递业一体化、集约化、标准化、机械化、集中化的发展趋势,直营模式是必然趋势。

●相关链接

电商发展速度是快递5-6倍

中国电子商务研究中心今年8月份发布的《2012年中国电子商务市场数据监测报告》显示,截止到2012年6月,中国电子商务市场交易额达3.5万亿元;国内电子商务服务企业达38780家。电子商务服务企业直接从业人员超过190万人,目前由电子商务间接带动的就业人数,已超过1400万人。

目前国内电子商务服务企业主要分布在长三角、珠三角一带以及北京、上海等经济较为发达的省市。

据统计,从目前电子商务和物流业的发展水平来看,电子商务的发展速度是200%-300%,而物流增速只有40%左右,电子商务的发展速度是物流快递的5-6倍。

直营模式是未来发展趋势

第一集团军的EMS和顺丰,一个是国企,一个是做直营的民企,后者已经成为优质快递的代言人,深受消费者信赖。而第二集团军的圆通、申通、韵达和中通,并没有形成差异化竞争,而且服务质量参差不齐,快件延误、破损、遗失事件频发,消费者怨声载道,却也无可奈何。

正是在这种情况下,国家邮政局才出台《快递企业等级评定管理办法(试行)》,逼迫这些企业作出改变。办法规定,A型企业自营网络需覆盖全国25个以上省(区、市),这便是加盟制快递企业面临的重大难题。

业内人士指出,随着快递业未来业务量的持续增长,在未来3-5年内,那些加盟转直营的步伐走得快的企业将会获得很大的优势,即通过加盟向直营的转变,使服务质量实现可控。

全球快递500强

清一色是直营模式

以前,国内的快递公司大多采取加盟机制,这种模式的明显缺陷便是各网点之间营收效益不均衡,导致地区间服务质量差异较大,质量投诉较多。如今,国内的快递业已开始加快从加盟模式向直营模式的转型,不少公司正试图将重点区域由加盟改为直营。

据悉,圆通速递眼下大部分的新增网点均已采取直营模式,汇通快递在石家庄等部分地区也开始实行直营。放眼全球,500强中的快递公司清一色都采用直营模式成长起来,加盟模式并不能代表未来的先进方向。快递行业的业内人士指出,“国际惯例都是自营为主,代理为辅。”

业内人士指出,从快递业的发展趋势来看,走向产业集群是必由之路。

本报记者 齐金钊 李园园