

■ 快递阵痛·找生路

一个月挣两万却被罚了三万

严苛条件加激烈竞争,小加盟网点只能硬扛

据统计,近五年来,快递量增长百分之五十,快递收入增长百分之四十左右。以低价竞争换取的量的增长,让不少快递企业的日子变得艰难。未来,快递业将迎来新一轮的行业“洗牌”,资源整合仍将持续。一方面,大企业“财大气粗”竞争优势强,大大压缩了二三线企业的生存空间;另一方面,企业的技术转型,也会让快递业进入一个新的发展阶段,行业格局还会发生新的变化。

本报记者 唐园园
实习生 董泽

快递网点的“双十一”: 送货延迟被罚“哭”

“前天因为一个误会,快递员被投诉,公司罚了他一千元,他第二天就辞职不干了。”济南申通快递山大-千佛山网点负责人王忠广苦闷地说,春节过后,原先有11人的网点,只剩7个快递员了。

王忠广说,作为加盟网点,总公司的一些管理制度逼走了许多快递员。“昨天刚辞职的小伙子也挺冤枉。他给客户送件时,客户不在家,他就把快件给了在家的七岁女孩。客户晚上回家后,看到收到的香水破损了,就直接投诉到消协,公司就要罚他一千元。”王忠广之后去了解情况时,客户的女儿才承认是她打碎了香水,没敢告诉妈妈。“但公司不会管这些,被投诉了就要罚款。”

王忠广说,这样的情况数不胜数。作为承包人,为了留住快递员,王忠广会承担公司罚款的80%,而在一些网点,这些费用会全部落到快递员身上。

“去年一年的罚款能占到我总收入的三分之二。”王忠广说,他的情况还算好的,有的网点罚款甚至会超过总收入。“去年‘双十一’那个月挣了2万,被罚了3万。”王忠广介绍,由于“双十一”快件数量多,加之网点招了不少新人,经常会延迟送货,而一个件延迟送一天,就要被公司罚款50元。

严苛的罚款制度在快递行业内饱受诟病,是不少加盟网点的沉重负担。天天快递泉城广场网点的加盟点负责人邵永恒说,自加盟后,公司对加盟网点的管理就处于一个“散养状态”,但是罚款却特别积极。

“客户投诉服务质量,延误派件,误派违禁件,快递单上忘写粗大字体,分拨时没穿工装,甚至不参加公司聚餐,都会被罚款。”邵永恒说,公司除了偶尔给加盟网点开会外,很少给优惠或者扶持政策。

加盟制是扩张利器 但也滋生不少问题

多数快递企业在发展初期,为了迅速扩张,抢占市场,同时减轻资金压力,会采取加盟制的方式。而记者采访发现,快递行业频频爆发问题,也多与加盟制有关。

记者调查发现,每个快递公司的加盟费根据品牌、地段和片区大小各不相同。

五年前,王忠广一次性付给申通快递公司30万元,其中20万为加盟费用,剩余10万为押金,承包了东至历山路、西到青年东路、北至涿源大街、南到经十路的区域,雇用快递员十余人。除了加盟费用外,送快递的三轮车、油费等也要自己承担。另外,每天要给公司40元的承包费,“总投资得四五十万。”

济南中通快递某片区网点



20日,在山东师范大学校园内,学生正在取快递。大学校园是各快递企业之间竞争的重要战场之一。 本报记者 周青先 摄

负责人梁先生透露,每个片区的承包费是两万元,包括一万元加盟费和一万元押金,每一个片区大概一个快递员就能处理好全部的收派工作。邵永恒花了三万元加盟天天快递,而全峰快递某网点负责人张扬志则说,全峰快递的加盟费不过一两万,这成为吸引他加盟的重要原因。

虽然加盟费不尽相同,但是在管理上,各快递公司的模式如出一辙,除了借助快递公司的名义、渠道、系统等从事快递经营外,车辆、人员等的成本投入由加盟商承担。在流程上,加盟商要接受快递公司的指导、监控,但实际管理等则由加盟商全权负责。快递企业除了通过快递本身的业务来取得营利外,加盟商的加盟费、包月费、面单利润、到付代收扣点费等,都是其收入来源。

加盟网点的管理由加盟商自己负责,这使得公司对加盟点的控制力不够,加盟商各自为政,管理难度很大。快递行业不少弊端就由此产生,包括因招不到快递员导致网点停

摆,快递员待遇不稳定且没有保障等。

济南市历下区青龙桥顺丰速递营业网点负责人李金鹏从事快递行业已经七年,从2010年的仓管,做到现在的网点经理。“在这儿你能学到点东西,要是想挣钱,肯定上哪里都行。”李金鹏说,正是因为公司是直营制,公司内部的竞聘流程能让人感觉到自己有施展的空间。

“公司总部会根据平台数据做预测,根据这个预测板,我们下面网点会提前一到两个月把人员、车辆弄到位,以便高峰期全部调动,所以一般不会出现爆仓等现象。这可是加盟制快递做不到的。”李金鹏说。

大鱼吃小鱼 小公司生存难度加大

山东省快递行业协会秘书长马光华认为,加盟制度确实存在一些漏洞,但这是中国快递业快速发展的必然阶段,所谓“萝卜快了不洗泥”。

“中国的快递量已经连续

多年位居世界第一,但从全球来讲,快递行业中的前二十名企业中,没有中国企业。”马光华说,现在中国快递发展需要打造“快递业航母”,“比如美国四大快递企业就占据了90%的快递量,而中国主要快递企业加起来能有五六家,总量却只占70%左右。”

在济南大学商学院教授陈学中看来,目前中国的快递行业还处于初级的粗放式管理阶段。快递企业通过以罚代管、快速扩张取得一些效果,但这解决不了快递行业发展中的管理问题。未来,快递业需要走上精细化管理的路子。

陈学中建议,对不同的快递加盟点能否采用分级管理的模式,“客户量大的点和小的点,采用不同的管理方式,让其保证良好信誉的同时还可以盈利,同时提升效率。”罚款固然有效,但赏罚结合则更有利于激励加盟点和快递员积极工作。

王忠广说,干快递五年来,头两年每年能有40万元收入,前年30万,去年20万,收入是一

年不如一年,快递也是越来越难干。

“近五年,快递量增长百分之五十,行业收入增长百分之四十左右。量增长多,收入增长少,这就说明平均单价一直在下降,这就是企业恶性竞争的结果。”马光华认为,近年来,快递行业竞争加剧,快递企业大打价格战,“一些大企业经过暴利期的资本积累还能坚持,一些小企业就是在硬扛。”

随着快递行业利润空间逐渐变小,对于不少小的快递企业而言,快递行业内最基本的利益就难以保证,而这必然会进行洗牌。业内人士预测,洗牌后中国的快递业可能就会剩下五六家主流快递公司,剩余的有可能转型为其他专业性快递,如同城快递等。

马光华认为,随着行业内不断洗牌,一些撑不下去的公司被淘汰,市场会向优质的资源倾斜,这样才可能出现中国真正的“快递业航母”。“快递行业未来会向集团化、集中化、专业化发展,价格也会回到一个合理的程度。”

□ 延伸阅读

农村是下一个战场,智慧物流也崭露头角

北京邮政EMS副总经理李宏彦表示,未来快递企业转型将各有方向。“一线企业要向综合物流企业转型,中等物流企业应该向专业化转型,小企业向个性化服务转型。”中国电子商务研究中心分析师姚建芳则认为,快递企业将进一步渠道下沉,角逐农村物流。

“随着电商物流农村化布局加快,京东、菜鸟网络等电商物流在农村市场布局站点,而以‘三通一达’为代表的民营快递也把体系铺设到农村,加快农村市场电商化进程。”申通快递董事长陈德军在讲述申通对上市融资的主要用途时也表示,从产业方向上申通会在包

括快递、快运、冷运、仓配一体等领域实行多元化布局,另外,国际业务、向农村领域扩展的业务也在布局中。

另一个可见的方向则是智慧物流,这也意味着中国快递企业正在从劳动密集型行业向技术密集型行业转型升级。所谓智慧物流就是利用信息技术使得装备与控制智能化,代替人又高于人的物流发展新模式,与移动互联网、云计算、大数据、物联网等新兴技术密切相关。

在顺丰、圆通与申通的募集配套资金投入计划中,包括顺丰的“信息服务平台建设及下一代物流信息化技术研发项目”、圆通的“智能物流信息一

体化平台建设项目”和申通的“信息一体化平台项目”都赫然在列,涉及金额也都以亿元起计。

电子面单、智能信息存储在行业里大范围普及,无人机、智能分拨、机器人等也不断“试水”,物流大数据服务商G7创始人翟学魂说:“对于物流快递企业来说,在运输、仓库、人力上都有大量技术驱动提升效率降低成本的机会,技术升级意味着盈利能力的提高,一个简单的例子是,仅智能管车一项数据服务,就能带来两位数的油耗下降。”

京东站在无人科技的前沿研发无人机、无人车等技术;智能快递柜、人工智能算法等新

兴技术也成为研发的核心。

京东物流规划发展部总监章根云表示,“无人仓、无人飞机,以及无人车,我们打造了近10款的黑科技产品。我们在人工智能领域的前瞻布局,是为了进一步提升我们物流效率和用户体验。”

苏宁物流集团仓储运营中心总经理张海峰说,“在物流的行业里,无人仓已经被广泛应用。当前的物流标准化和产品可数据化,推动智慧物流的可实现度。”他以苏宁云仓一号为例,通过信息技术的升级,实现了物流仓储、包装、装卸搬运、配送运输、信息服务等各个环节的智能化、无人化操作。 据中国网等