

包裹快递市场全面对外开放 资本并购冲动加剧

全球四大快递公司的多起收购显示了其进入中国快递市场的战略方针

■ 本报记者 宋笛

在国内快递企业纷纷参与到跨境快递的同时，在国内市场经营良久的外资快递企业终于也获得了国内市场运营的政策许可。

近日召开的国务院常务会议决定，全面开放国内包裹快递市场，对符合许可条件的外资快递企业，按核定业务范围和经营地域发放经营许可证。

外资企业主业转移

外资快递企业在国内市场存在时间并不短暂，从1984年联邦快递率先进入中国市场算起，外资快递企业在中国已经有接近30年的发展时间。

厦门物流办的相关人员告诉记者，厦门作为中国物流业发展较早的地区，在10年前包括FedEx、UPS在内的四大外资快递企业就已经在厦门开始运营。

但在这10年时间，厦门快递市场并未感觉到来自外资企业的强烈冲击。这位人士告诉记者，这是由于在这段时间中，外资快递企业主要以跨境快递为主，并未深耕国内快递市场。

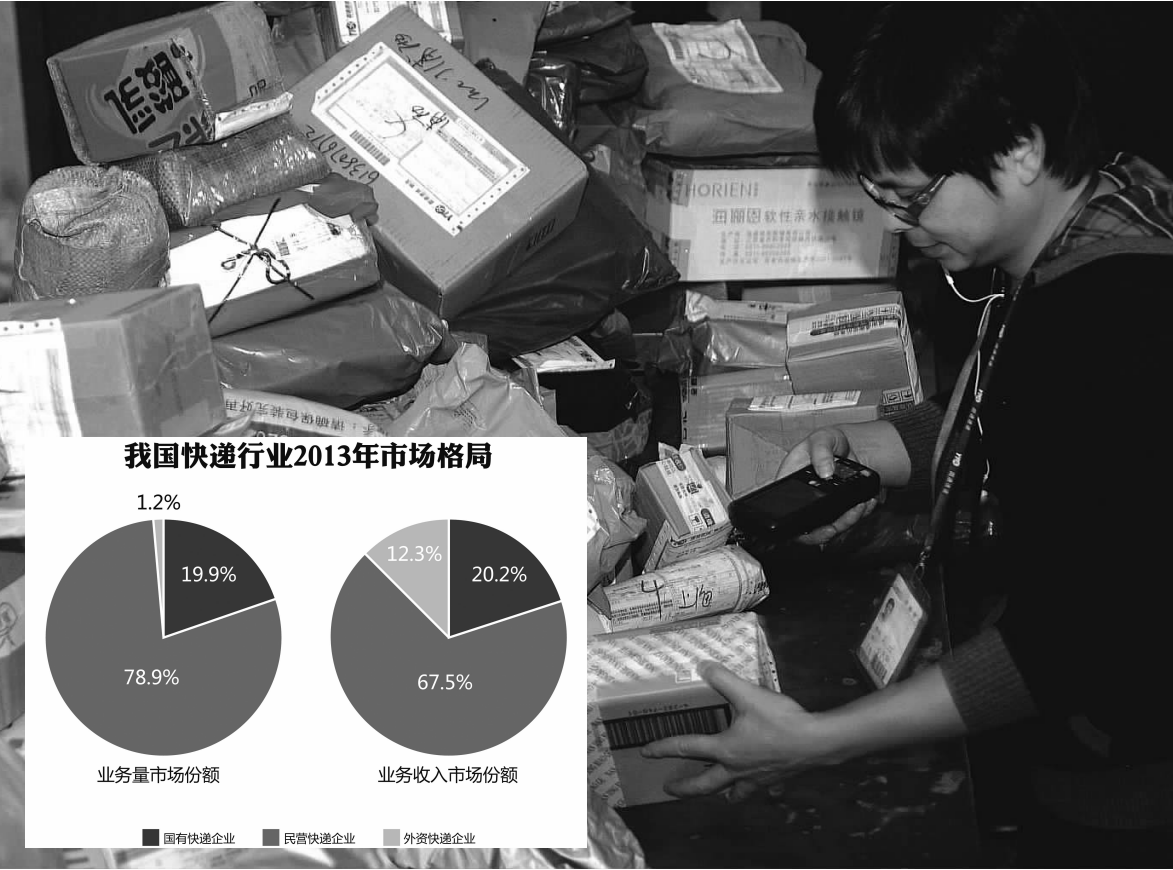
对于这其中的原因，物流办的相关人员向记者分析道，一方面源于快递市场对落地有很高的要求，需要在国内建设大量的终端网点，这对于外资快递企业来说难度较高；另一方面来自于政策的壁垒也限制了外资快递企业的发展。

而近年来随着国内一些城市相继向外资企业放开快递资质的情况下，外资企业开始尝试运营国内快递市场。

据了解，从2012年5月起，UPS、联邦快递等外资快递企业就已经开始申请国内快递业务经营许可证，到目前为止，UPS快递已拥有国内城市快递资质牌照33个，而联邦快递则达到了58个。

短期影响较小

对于在国内已经经营良久的外



资快递企业而言，这次的政策开放无疑是其期盼已久的节点；而对于国内的快递企业而言，开放的市场势必带来更为激烈的竞争。

首当其冲受到威胁的就是在国内快递市场已经占据多半江山的“通达系”快递。

对于此，通达系的相关人员告诉记者，国内快递企业肯定是会感觉到压力，但是鉴于国内快递企业对于市场的掌控能力比较充足，而且在价格方面也更有优势，同时各大企业目前也在逐渐实现自身的转型升级，因此并不担忧。

价格方面的优势显然是通达系在这场竞争中的优势之一。据记者统计，在目前已经开通外资快递企业的同城配业务中，收费金额起始价一般在15元以上，而目前国内邮政、通达系快递同城配的收费一般在10元以下，价格相差近三分之一。

财经评论员宋清辉告诉记者，外资快递公司拥有更为成熟的经营理念、技术水平和管理能力，国内的

快递企业还与之有相当的差距。但同时，我国快递市场巨大，供给远小于需求，从这个角度来看，外资企业更是一种市场的有益补充，在短时间内对于国内市场的影响并不大。

“从长期来看，外资快递企业与国内企业正面交锋，将使得目前的竞争态势更为激烈，行业洗牌将加速到来。”宋清辉表示。

资本层面操作加速

对于物流行业而言，外资企业的进入或许只是带来竞争格局的改变，但来自资本层面的动作将对这一行业带来更为深刻的改变。

从2010年起，快递行业资本层面的兼并、收购案例变得愈加频繁。顺丰、圆通、申通等多家快递公司都开始在资本层面进行操作。

而对于外资企业来说，从资本层面进入中国市场的便捷程度要远小于直接在国内市场开拓业务。

“物流行业需要在各个地区大

量布点，如果从零做起难度很大，对外企来说从资本层面上直接入股或收购在地方已经布点较为全面的企业可以大大减少进入国内市场的困难度。”厦门物流办的相关人员向记者分析。

实际上，在外资快递企业进入市场之初，面对政策的壁垒，就纷纷选择了与国内企业进行合作来进入国内市场。DHL与中外运长达28年的合作就曾让其在跨境快递服务市场占比一度达到40%的比例。

而近年来，全球四大快递公司在国内的多起收购案例也显示了其通过资本层面进入中国快递市场的战略方针。

“快递行业并不是单纯的劳动密集型行业，更是资本和技术密集型行业，外资企业利用其品牌的国际知名度和强大的资金优势，通过资本层面的兼并、入股等形式进入国内快递市场的趋势也是必然的，这也将是未来外资快递企业进入中国市场的主要形式。”宋清辉表示。

巨头竞逐 商业移动服务市场

■ 本报记者 郭奎涛

企业移动互联网第三方服务市场正在受到越来越多的关注。

继微信公众号和百度“直达号”之后，在方兴未艾的企业APP定制等移动建站市场，目前，互联网建站解决方案公司蓝海互联与搜狐旗下搜狐快站、阿里巴巴旗下云计算业务阿里云联合推出全网一站式免费建站服务产品，全网易云。

“近年来，搜狐在B端的产品线也在不断扩展。全网易云就是搜狐快站与蓝海互联合作的，专门为企业在移动端一站式建立从APP到wap的服务平台，争取在这块新兴市场取得领先地位。”蓝海互联相关人士透露。

九成未开发

报告显示，中国移动互联网用户已经从2008年的7500万急剧增长到2013年的将近5亿，加上移动终端的普及，用户在公交、地铁、等人、睡觉前等大量碎片时间都会在线，已经构成了和PC互联网不相上下的新市场。

“这对中小型企业而言，是个十分利好的消息，因为终端用户数量的增加，意味着意向客户的增多，而且，移动互联网更注重用户体验、更具有针对性，这就使得用户更具有黏性，这都将为企业移动市场带来很大潜力。”蓝海互联负责人表示。

百度无疑是最早注意到这个市场的PC巨头，它通过转码的方式，将企业在PC端的网站直接翻译成手机页面。近日又推出了新的产品“直达号”，基于移动搜索、@账号、地图、个性化推荐等多种方式让亿万客户随时随地直达商家服务。

腾讯的起步稍晚一些，发展势头却最为迅猛，这就是微信公众号。基于微信将近6亿用户及大约一半的活跃度，微信公众号一夜之间就吸引了上百万企业注册，基于微信的定制组件也在逐渐丰富，为企业营销提供多样的第三方工具。

“市面上确实已经出现了不少针对企业移动营销的第三方服务产品，但是在我看来，很多产品与企业的需求并不吻合，或者在产品的体验上有待改进，这仍是一个蓝海市场。”阿里云计算高层金杰表示。

而为全网易云提供渠道和营销合作的浙江商帮的高层则介绍说，“经历近20年的发展，企业对互联网的认识逐渐加深，从调研来看，目前70%的企业已经有了官网，但在刚刚兴起的移动端，这一比例却不到10%。”

从4万到免费

根据蓝海互联相关人士介绍，从产品到设计、开发和测试，传统的移动网站和APP开发面临巨大的人力和时间成本，一般情况下需要至少10人乘以4周的制作时间，还经常因为排期问题和缺少人才而使项目遥遥无期。

不只是时间成本，市场多数移动建站公司在产品价格方面也参差不齐。据悉，一款企业官方APP的制作价格差别很大，平均价格大概在4万元，如果定制要求比较复杂，价格可能更高，最低也有2—3万元。

“移动营销还处于刚刚起步阶段，很多企业还没意识到这个市场，或者还不知道怎么利用这个市场。全网易云免费的目的就是为了最大程度地降低准入门槛，先把市场做大，聚集了一定量级的客户之后，再来探讨盈利模式。”蓝海互联上述人士说。

(下转第十一版)

9家影视企业 入驻青岛西海岸新区

■ 本报记者 张广传

10月8日，全球最大的影视城——青岛东方影都影视产业园内，韦恩斯坦影业、Roadside Attractions影业、Cinetic影视传媒、银润传媒、博纳视界等国际、国内影视行业巨头签约入驻，一座星光璀璨的“影视之城”即将在青岛西海岸新区崛起，助推青岛成为世界级影视企业总部基地，打造“东方好莱坞”。

据悉，首批签约的9家影视企业中，国外公司有3家，分别为韦恩斯坦影业、Roadside Attractions影业和Cinetic影视传媒。其中，Roadside Attractions影业是美国知名的电影发行商，具有丰富的电影制作和发行经验。全球著名的独立电影和电视公司狮门公司是其主要股东之一。国内影视公司有6家，分别为银润传媒、博纳视界、中星和传媒、卷石影视、台湾翔声国际和香港数码动画。这9家公司中，银润传媒、Roadside Attractions影业等已从事影视行业多年，在国内外具有一定的影响力，制作了众多优秀的作品；中星和传媒、卷石影视等企业能准确把握行业发展方向，具备创新开拓能力，展现出强劲的发展潜力。

来自美国的著名影视制作公司韦恩斯坦电影公司首席运营官David Glasser说，东方影都很有吸引力，加上如此优惠的补贴政策，他们一定要成为第一批签约企业，把最好的电影拿到东方影都来制作。华谊兄弟总裁王中磊表示，和其他影视制作基地相比，东方影都无论是硬件还是优惠政策都是世界一流的，无论对于单体项目的支持还是行业的推动都是极大的贡献，他相信青岛东方影都一定会成为“东方好莱坞”。

作为青岛西海岸新区九大功能区之一的灵山湾影视文化产业区，主推“影视文化”品牌，正全力打造青岛文化产业领航区。为加快影视产业发展，青岛市政府近日专门出台了《关于促进影视产业发展的若干意见》，扶持符合青岛市影视产业规划，规模化、集聚化、专业化程度高的影视产业园区；设立青岛市影视产业发展基金，对有投资价值的影视项目进行投资，对在青岛完成主要拍摄制作的优秀影视作品进行补贴。据了解，这一举措在国内尚属首例。

圆通走进大数据风景 快递业跨界合作趋势难挡

■ 本报记者 宋笛

对物流企业而言，大数据更像是“地图上的风景”，知道一定会经过，但不知道什么时候会经过，经过时又是什么样子。而对圆通而言，这次与百度的合作似乎是走向这一“风景”的捷径之一。

近日，圆通宣布与百度进行建立基于大数据和LBS平台的战略合作伙伴关系，携手推动快递信息系统智能化，共同发掘快递行业大数据价值。

合作将成圆通转型契机

与互联网巨头直接进行数据合作并不是物流企业惯常的做法。

诸如三通一达一众由电商起家的快递公司更热衷于若即若离的参与进互联网企业的物流运作中去，而不是反过来允许互联网公司进入到自己的物流体系建设中。

对于这次的合作，圆通给出的解释是“大数据的商业价值正在被越来越多的企业所关注。大数据是一种未来发展趋势，会越来越渗透到各个行业中去。而作为快递行业，此次与百度的合作，是转型升级的一次积极尝试和探索。”

而这种对于大数据的探索能给快递企业带来的好处是显而易

见的。

一位三通一达的相关人士告诉记者，目前的快递企业均面临着两个问题，一个是与成本相比较的低效，一个是与体量相比较的低利润。

而大数据所能带来的不仅仅是配送、仓储等各个环节的优化，从而得到效率的提高，同时作为互联网大数据的一个重要环节，物流企业也可以通过深度挖掘数据，提升服务质量并找到新的利润点。

对于百度而言，通过大数据切入传统行业的运营模式也是其计划之中的事情。

今年4月，百度推出了全球首个开放大数据引擎，将包括数据工厂、开放云、百度大脑在内的大数据能力开放给传统企业。此次与圆通的合作也正是基于其庞大的LBS平台，切入物流行业的一种尝试。

大数据将带来物流效率提升

如何切实地将大数据的概念落地到物流运营的各个环节显然是此次合作成效如何的关键。

圆通相关人士告诉记者，目前的合作仍以百度原有平台为主，而在未来双方会根据需求建立新的平台。

在目前的平台上，大数据将首

先被运用到自动化分拣、业务电子围栏、实时快递和行车路线优化等业务上去。

这也就意味着当一件快递被寄出的时候，从发货点、干线、仓储、配送等整条动线将快速在百度平台逐次进行最优计算，并将信息反馈。

到仓储分拣时，大数据技术与当前圆通网点的收派范围相结合，在快递各个操作环节，快速根据收件地址自动判断流转方向，减少人工操作时间。

在终端配送方面，当一个快递员携带多个包裹出发时，相应的最优配送路线就会反映在智能终端上，快递员可以根据系统提示的路线图进行配送，并可能根据配送的情况随时反馈，得到新的优化后继续配送。

对于这一系统采用后，快递效率将得到怎样的提高，圆通方面并没有给出确切的答案。记者咨询了一位正在应用相似体系的配送公司负责人，得到的答案是效率可以提高三分之一。

大数据自身价值将得到深度挖掘

圆通对于大数据的期盼并不仅仅是其能带来的物流效率的提高，

对于大数据本身，圆通也表现出了极大的兴致。

圆通的相关人士告诉记者，圆通目前已经开始对快递环节产生的海量数据的价值进行深度挖掘，包括快件各环节停留时间、快递行业消费者分析等。

“大数据本身就是极具价值的，比如一个消费者在圆通进行多次消费后，我们可以通过大数据发现她习惯的收件时间一般是下午5点左右，那我们就可以通过这一数据进行合理的安排，让快递员在路线优化的基础上，进一步实现派件时间优化。”该人士表示。

大数据对于快递企业无疑是一笔尚待挖掘的巨大财富，2013年中国包裹数量达到了92亿，而由此形成的是一个异常庞大的数据群。

与海量的互联网流量相比，由于这些数据每一份都是在整个物流体系和快递员与消费者直接接触的基础上产生的，这类大数据显然更加真实，更加落地。

“大数据对于未来的快递企业，是必须要好好挖掘和分析的。通过对物流大数据的分析和总结，配送的效率不仅能够得到提升，更重要的是，物流企业可以以此作为依据，向消费者提供更为专业、更为精致和更为丰富的服务体验。”该人士表示。