

铁路货运量跌回 2010 年水平 “一带一路”驱动力可期

■ 本报记者 宋笛

4月21日，发改委发布了2015年第一季度铁路运输完成情况，一季度全国铁路完成货运量8.7亿吨，同比下降9.4%，绝对数量回到了2010年水准。

而在低迷的铁路货运的背后，是由“一带一路”政策所带动的铁路基建，在这其中既包括跨境铁路桥，也包括大型集装箱中心，随着“一带一路”政策的逐渐落地，未来铁路货运量的快速发展仍然可期。

官方表示 铁路货运占比不足 10%

与铁路货运形成鲜明对比的则是公路货运在第一季度的表现，根据发改委提供的信息，2015年第一季度，全国公路完成货运量72亿吨，同比增长6.4%，完成货物周转量13103亿吨公里，同比增长7.1%。

这次的下降并非偶然之事，在2014年一整年中，铁路的货运量表现都不尽如人意，2014年四个季度，铁路货运量分别下降3.5%、1.5%、2.5%和7.8%。

已经开展超过两年时间的铁路货改也曾一度拉动了铁路货运量的上升，但后续乏力，铁路货运又进入了一个持续的低迷期。

对于铁路货运的持续下降，国家统计局给出了这样的解释，“铁路货运量总趋势下降和铁路货运所运的产品结构有关，经济下行期对原材料需求下滑，一定程度上转嫁到铁路货运量上，产生一定的影响。”

在统计局的解释中，重工业的下滑，用电量的减少以及铁矿石等大宗商品的减少成为了铁路货运量下降的重要原因。

而在此后的阐述中，统计局对铁路货运的评价量级则出现了一些调整。“目前铁路货运量在整个货运量的占比不到10%，所以尽管有比较强的关系，铁路货运量与宏观经济相关性、解释力度在下降。”国家统计局新闻发言人盛来运这样说道。

实际营业情况并不乐观

在“一带一路”具体政策逐步出台



的过程中，铁路相关板块受到了持续的追捧，多只铁路相关股票在股市均有亮眼的表现。

然而，股市的优异表现并不能完全掩盖铁路在转型时期所遭遇到的“阵痛”，以中铁二局为例，自2014年4月23日，中铁二局的股价一路从不到8元上涨到超过25元，最高处接近30元。而在中铁二局2014年年报中的数据却并未如此亮眼，2014年中铁二局实现营业收入715.13亿元，同比减少10.12%，归属于上市公司股东的净利润2.83亿元、同比下降32.91%。

对于这一业绩的下降，中铁二局给出的解释是，公司加强了物资业务风险，适度降低了物资业务的规模。

类似的事情还发生在中铁铁龙物流集装箱物流公司，从2014年7月开始，铁龙物流股价就一路上涨，从原先的不足5元上涨到了超过15元，股价上涨了二倍左右。而在铁龙物流2014年年报中，则呈现了另一番景象。

根据铁龙物流年报显示，2014年铁龙物流的营业额有大幅的上涨，相比2013年同期上涨幅度达到37.96%，而在归属上市公司股东净利润方面则出现了一定的下跌，相比2013年同期

下跌18.93%。同时出现下跌的还有公司的铁路货运业务，铁龙物流全年完成货物到发量4466.4万吨，较上年4955.66万吨减少了489.26万吨，同比下降9.87%。

“一带一路”地区 具体项目逐渐落地

股市的热捧代表了资本市场对于铁路货运未来发展的高预期，而在此之外的基础设施的加速，则给铁路货运带来的是实打实的前进动力。

近日，据相关媒体报道，在“十三五”规划中，铁路投资金额将达到2.8万亿元。记者向铁路方面人士求证了这一消息，该人士表示这个数目只是一个初定稿，并不是最终的数目，而且根据这几年的形势，铁路固定投资金额往往会在确定后出现提升，因此很有可能最终的数目会超过这一预计。

拉动铁路基建投资的一个重要原因来自于“一带一路”的政策，在“一带一路”的总体规划中，铁路不仅仅是作为承接丝绸之路经济带运输的重要交通工具，同时在海上丝绸之路方面，海铁联运的地位突显也迫切需要铁路基

建的再加速。

在“一带一路”政策的带动下，一些地区的铁路基建已经开始蠢蠢欲动。在“一带一路”的总体规划中，曾提及要“完善黑龙江对俄铁路通道和区域铁路网”，而这也是黑龙江正在倾力构建的交通网络。

目前，哈尔滨铁路局与哈尔滨海关已经签订了合作备忘录，并在今年2月开通了哈尔滨至莫斯科的跨境班列，由海关提供通关便利。而与之对接的哈尔滨集装箱中心也在修建之中，这个曾在《铁路发展中长期规划》中设计的18个铁路集装箱中心站重点项目之一预计今年7月能正式投入使用，这个集装箱中心设计2020年运能987万吨，2030年运能1332万吨。

在不久前，黑龙江省政府也释放出消息，称首条中俄跨境铁路桥——同江铁路大桥正在加紧施工，大桥预计明年通行，设计年货运量2000万吨。

随着“一带一路”的政策在各地逐渐的落地，相关的铁路基建也会加速提上议程，而随之而来的对铁路货运的带动或许将远超过对股市一时追捧所能带来的效果。

GoGoVan 进入内地 同城配送格局生变

■ 本报记者 宋笛

“你口袋里的搬运箱”，在GoGoVan香港版网站上有着这样的介绍，现在这个以P2P货运对接业务为主的年轻公司开始进入内地市场，并更名为“快狗速运”，在北京、上海等多个城市开展业务。

在GoGoVan之前，有速派得、蓝犀牛、云鸟这样的本土公司，而在GoGoVan之后，滴滴、Uber等提供客运业务的公司也将逐渐进入货运市场，在同城配送P2P市场，前所未有的竞争状态局面将渐渐呈现。

GoGoVan 实行本土化战略

作为一家尚且年轻的公司——这家公司创办时间仅为一年多，GoGoVan目前的拓展速度不能不说是异常迅速。

在短短的一年时间中，创办于香港的GoGoVan已经相继进入了新加坡、台北、韩国等多个地区和城市的市场，而在2015年第一季度，GoGoVan终于来到了内地市场，并以“快狗速运”作为内地公司的名称。

“在香港，我们叫GoGoVan（高高客货车），原想把这个名字带到内地，但觉得不够接‘地气’。所以变了个音，叫‘狗’。这个动物形象对于很多人来说，是快速、友善、实干的，且跟人很容易成为朋友，这也是我们的团队文化。”对于这一新的名称，快狗速运方面这样向《中国企业报》记者解释道。

目前，快狗速运在内地的六个城市进行了落地运营，在改变名称的同时，快狗速运也根据内地的货运特点调整了一些运营策略。在香港，GoGoVan只对接货车和客货车，而在内地，快狗速运在普通货车以外，还对接了三轮车、大货车等不同规格的货运设备。

“我们相信‘地方智慧’，在新加坡，由于所有的货车都是掌握在公司的手里，个人因为税费和保险费的原因，无法养得起货车，所以我们整合了整个生态圈，以B2B的模式为主。在内地，我们也会根据不同的情况定制不同的商业模式，比如我们会与微信进行一些支付方面的合作。”快狗速运方面表示。

本土同配 P2P 快速铺市场

GoGoVan创立之初，一度曾被称为“货运版的Uber”，而在香港市场，GoGoVan正在面临着Uber这位“老师”的竞争。

在2015年年初，Uber宣布在香港开展货运服务，而这项服务被称为“UberCargo”，UberCargo可以提供厢式货车，以方便打车者装载货物。

同样的跨界行为，在未来也会出现在内地的市场，在2015年4月1日愚人节时，曾被称为“国内版Uber”的滴滴打车在官微上发表了滴滴即将推出“滴滴快递”的讯息。经过记者的求证，虽然这一讯息是愚人节的一次推广，但也并非完全是玩笑。

“虽然短期内滴滴暂时不会进入物流行业，但是滴滴希望打造的是一个大交通的概念，在这里面不仅包括打车、专车，也包括货运、飞机等，从这个角度讲，未来滴滴是会进入物流这个领域的。”滴滴方面向《中国企业报》记者表示。

而在这些跨界者之外，包括速派得、云鸟、蓝犀牛等公司在内的本土同城货运P2P公司也在快速的崛起，这些同城货运P2P公司几乎都是在2014年左右出现，其中创立时间较早的蓝犀牛也是在2013年11月注册成立。

截止到目前，蓝犀牛已经在全国7个城市开展了相关业务；而正式运营时间不到半年的速派得也已经在北京、杭州、天津3个城市开展了相关业务。

资本推动市场竞争

在此类公司快速占领市场的背后，则是资本们强有力的推手。

GoGoVan在建立之初的2014年8月就获得了一笔650万美元的大额融资，而在此之后3个月，GoGoVan又获得了一笔来自人人网的1000万美元的投资，正是在这笔大额投资的助推下，GoGoVan迅速地扩展了新加坡、台北、内地等多个地区的相关业务。据相关人士透露，接下来GoGoVan又将迎来新一轮投资，在人人网投资时，GoGoVan的估值已经达到了1亿美元。

云鸟配送也在成立三个月左右的时间获得了一笔来自经纬中国、金沙江等联合投资的1000万美元。而经纬中国和金沙江恰巧也是滴滴和快递的投资方；蓝犀牛也在2014年年末获得了来自君联资本的一笔3300万元的融资。

“目前的货运APP非常多，但是规模特别大的还不多，处于‘群雄纷争’的时代，大家都在等着资本来推动，总体来说这块市场潜力还是非常大。”业内人士如此分析道。

云鸟配送的联合创始人何晓东也曾公开表示过，仅北京地区面向企业同城配送一年就有250亿—300亿元的规模。

如此巨大的市场潜力带来的将是极为激烈的竞争，而GoGoVan进入内地市场后，也将面临着这样一个涵盖客运跨界者，本土APP在内的错综复杂的竞争局面。“有竞争，代表有市场。我们预判在不久的将来，还会涌现出更多的竞争对手。但有竞争对手对快狗来说是好事，至少，这样我们不会寂寞。”对于未来可能面临的竞争，快狗速运方面这样表示道。

菜鸟网络要上市？ 平台整合力推快递电子面单

■ 实习记者 潘博

近日，菜鸟网络科技有限公司（以下简称菜鸟网络）的投资方之一，银泰投资有限公司董事长沈国军表示，阿里旗下物流平台菜鸟网络将在阿里金服上市后，开启上市计划。

他指出，菜鸟联合14家主流快递公司推出的电子面单系统，使菜鸟的综合效率提高了30%。而就在前不久，菜鸟网络也表示在今年将与其平台上的快递公司，以更大的力度推广电子面单。

事实上，在今年1月底曾有知情人士透露，作为不包含在目前上市阿里巴巴的一部分，阿里巴巴旗下的蚂蚁小微金融服务集团有限公司计划于2016年上市。按此推算菜鸟网络的上市至少也得明年或者以后。

“步调一致”

上市如此不确定的事情放在今天来说，避免不了有吸引大家眼球的嫌疑。其实，身为银泰投资有限公司董事长的沈国军同时也是菜鸟网络的CEO，他对菜鸟网络上市的表态，更像是为最近菜鸟网络频繁与其平台上的快递公司的协同合作加油鼓劲。

就在3月下旬，菜鸟网络副总裁万霖在北京某论坛上详细地解读了菜鸟网发展战略。菜鸟将围绕天网、地网、人网三个维度，将消费者、电商客户、物流伙伴联结起来，打造一张面向全球的物流大网，为未来的商业打造物流基础设施。

万霖表示，通过近两年的努力，菜鸟网络已经基本建成了覆盖全国的物流网络。同时，他也披露了2014年菜鸟网络监测的物流数据，天猫淘宝产生的包裹占中国快递市场份额达到65%，仅“双十一”当天的物流订单数就超过了2.78亿元。

菜鸟网络不仅完成了其覆盖全国的物流网络，而且平台的整合能力和洼地效应也得到充分显现。

就在4月1日，德邦快递宣布正式加入到菜鸟网络的平台。德邦物流开始一直是一个只专注于干线运输的物流公司，而其德邦快递则是赶在天猫“双十一”活动之前成立。德邦快递现在正式加入到菜鸟网络的平台之中，也反映出菜鸟网络在快递业界中吸引整合的能力。

“德邦一直跟我们有合作。我们跟每一个快运公司的合作都是多元化的，德邦过去一直是我们在干线上面的一个投资伙伴，但是现在德邦快递加入我们以后，就可以进行快递方面的服务了。”菜鸟网络一位内部人士表示，“我们现在已经与100多家快递公司建立了联系，不同的快递公司可能会有在自己区域里的优势，德邦快递的加入将会对我们快递资源进行补充。”

上述内部人士还表示，菜鸟网络对接的是经商交易平台，商家可以通过其提供的信息选择自己的快递公司，而对于需要订单的快递公司，也可以由其跟商家对接。“我们要构建一个物流的网络，利用大数据、互联网技术提升整个快递行业的信息化程度，帮

助快递行业完成他们的互联网网”。

不仅如此，在4月初菜鸟网络也对圈内帮助商家进行“刷单”的快递企业“城市100”进行了处罚，这也是菜鸟网络首次联合快递公司一起开展打击该类行为的活动。菜鸟网络和快递公司力图建立这个行业的信用体系，在打击商家炒信行为上保持步调一致。

力推电子面单恰逢其时

菜鸟网络和其平台上的快递公司不仅在数据共享和打击商家炒信行为上做到行动统一，而且也宣布将在今年更加大力地推广电子面单进行快递的收发。经过近两年菜鸟网络的发展以及其现在与快递公司不断的磨合，现在力推电子面单显得恰逢其时。

电子面单的优势毋庸置疑，如沈国军表示，菜鸟联合14家主流快递公司推出的电子面单系统，使菜鸟的综合效率提高了30%。有商家表示，在同等发货量的情况下，使用电子面单可以使操作人员减少30%。同时，打印速度提升4—6倍，这在订单量巨大的“双十一”时对商家的意义重大。

据了解，电子面单平台是基于平台化的物联网智能数据服务，商家不再需要——跟各个合作伙伴进行系统对接，就能一次性实现与14家全国主流的快递公司的电子面单统一对接。而发货环节的速度普遍提效，将使全国整体物流速度得到提升，当日达将不再局限于中心城市。

菜鸟电子面单系统可以大幅提升电商整体效率，由于连接商家、商

品、物流三方数据，对于控制卖家刷单、杜绝快递协助炒信也将起到重要作用。未来，在快递公司信息化水平得到进一步提升的情况下，电子面单还可以通过二维码来隐藏收件人信息，保护消费者隐私，提升快递行业信息安全。

推广仍有一些潜在问题

其实，早在去年5月菜鸟网络就开始上线推广电子面单，直到现在仍强调将与快递公司力推电子面单也说明其在推广上遇到了一些问题和困难。

“推广电子面单对电商和快递企业来说是一个好事情，可以降低企业成本，信息录入不需要人工录入，在减少了出错率的同时提高了效率。”快递物流咨询网顾问徐勇说，“但是推广过程中，电商有一个使用习惯，他要去改变需要一定的时间。此外，部分快递公司担心这样做表面上看是推电子面单，但实际上是谁有主导权的问题，是一个品牌的问题。假如由菜鸟网络去主导，那么他会不会用电子面单序号来改变整个市场竞争格局，垄断这个市场。”

而从事快递工作的一名任姓内部人士则表示，电子面单迟迟无法推进是因为员工会有利益上的驱动。

他提到在刚开始推广电子面单的时候，出现过一个影响很不好事件。有一位接大客户的员工揽了很多件，专门请人过来帮忙贴电子面单，按时间给那些人计费，然后自己赚取电子面单提成中的差额。（下转第十版）