



同为收购 阿里腾讯布局迥异

■ 本报记者 宋笛

凭借电商风潮兴起的圆通,终于将手递给了阿里巴巴,这对曾经的合作伙伴,已然成为了又一对姻亲。

5月14日,阿里联手云峰基金,宣布入资圆通,关于具体的投资金额和股份尚不清晰,但确定的是云峰基金在圆通所持股份要大于阿里巴巴。

圆通备战快递业未来变局

“圆通与阿里、菜鸟的合作将成为行业内样板,通过对管理和服务的提升,带动整个行业的服务能力升级,推动未来2—3年中国快递行业的大变革。”在阿里等人资圆通的签约现场,圆通董事长喻渭蛟如此表示。

“快递业发展的大变革”也确实圆通对于未来快递业发展的一个重要判断,据圆通内部员工表示,其董事长喻渭蛟在开会时曾经讲到过“外资资本的不对等”,即与国外的四大快递相较,国内快递市场留给民营快递公司发展时间相对短暂。

向来自阿里、云峰的资本敞开怀抱无疑使得圆通在未来快递业变局中又多出了几张可以打的“王牌”。

对于从2005年就开始与阿里巴巴电商平台合作的圆通而言,这10

年时间无疑是圆通发展的黄金时代,同时也是民营快递企业发展的黄金时代。

在这一国内电商黄金时代的红利趋于结束的时刻,各家快递公司都相继谋求新的市场空间。顺丰开始打造新的商业模式,韵达也尝试在O2O领域有所发展,而圆通则更多地致力于快递行业本身拓展服务。

通达系们正在致力尝试的事情就在即将要出现的快递行业变局中,摆脱掉互相之间的同质化竞争,而阿里对圆通的入股无疑是圆通求变的重要助力之一。

“圆通未来15年要大胆求变。”在接受了阿里、云峰入股后圆通董事长喻渭蛟如是说。

阿里入股意图为菜鸟布局

对阿里巴巴来说,入股快递公司却并不能被称作一件新鲜事情。

从已经消失的星辰急便到百世汇通,再到近来在资本市场动作频频的全峰快递,阿里巴巴在民营快递行业已经有过多次的投资。

而圆通毕竟是民营快递企业第一序列的公司,此次对于圆通的投资,阿里巴巴显然报着更多的野心。“希望通过这次对圆通的战略投资,使菜鸟与圆通融合,打造出电商物流的新平台,将服务质量提升到一

个新阶段,并能助推圆通成为中国快递行业的领军企业之一。”阿里巴巴集团CEO张勇在签约现场如此表示。

在张勇的讲话中,值得关注的重点在于,阿里在投资后将使“菜鸟与圆通”融合。而这也是阿里此次投资的重要动机之一。

“菜鸟一直期望的模式是自建主干的物流体系,由各个快递公司来运营,特别是目前各个快递公司的仓储短板可以由阿里来弥补。但毕竟阿里和通达系只是合作的关系,并不能保证各个快递公司能够按照自己的标准来调整物流体系,此次入股圆通就是希望能够建立更为稳固的关系,以大头带动小头,让菜鸟平台真正发挥作用。”业内人士表示。

除此之外,圆通近年来在跨境物流方面频繁的布点也是阿里巴巴投资圆通的重要原因。

据圆通方面介绍,圆通目前已经开通港澳台,东南亚、中亚、欧美等多条快递专线,并且开展了中韩国际电子商务业务。这对于已经在美国上市,意图实现全球战略的阿里巴巴来说是极具诱惑力的。

“此次合作在一定基础上也是针对双方的全球化战略,在之前圆通成立了全球包裹联盟的意图也是如此。”圆通方面如此向记者表示。

京东深耕 众包配送渐成气候

■ 本报记者 宋笛

“发动广场舞大妈做配送员”一语,是京东创始人兼CEO刘强东在博鳌论坛上对于京东配送未来发展的表述,而这—略显“戏言”的表述却已经逐渐变为现实。

据《中国企业报》记者了解,京东目前正在尝试众包配送,利用社会分散人力完成京东仓配的最后一段路程。而这也是京东自营物流体系在仓配一体化后的又一次尝试。

京东开展众包配送服务

“我们确实在做众包配送,但是还是刚开始做,具体的细节以后才会公布。”对于做众包一事,京东方面在面对着记者的求证如此回答道。

而据记者的了解,京东目前的众包配送却已经算得上初成规模了,目前的京东众包配送方面已经聚集了1000多名员工,而且人数还有继续增多的趋势。

京东已经就众包配送服务开始招聘兼职配送人员,目前的主要开展地点只有北京、上海两个城市,而每一位兼职配送员的覆盖面积在3公里到5公里左右,每单提成6元。从5月初开始招聘,数天内的报名人数接近2000人,这其中有公司白领、大学学生,而刘强东所说的“广场舞大妈”也有报名的。

从目前了解到的情况而言,京东众包配送服务的主要业务将集中

在“京东到家”的O2O服务,暂时未听到众包配送会对接上京东商城的仓配体系。而这也意味着京东众包配送将以一种无仓配环节的“轻物流”模式为主。

对于众包配送,京东的野心并不仅仅满足于自身O2O业务的配送需求,而是意图搭建一个众包配送的开放平台。“随着京东到家业务的扩展,公司更想做的是物流众包平台(第三方物流商平台),未来是很大的生意,可以服务更多的用户。”刘强东在近日解读京东财报时,做了如此的表示。

随着京东在O2O方面的布局加速,众包配送模式的逐渐发展也将为京东O2O战略落地提供更多的配送支持。

物流终端配送压力有望缓解

对在自营物流体系中已经颇有经验的京东而言,众包配送模式无疑可以给京东日渐庞大的物流体系减少一些负重。

根据京东2014年年报显示,京东在全国范围内拥有7大物流中心、123个大型仓库,自营物流覆盖全国1862个区县,这整个物流体系支撑着京东超过2600亿元的全年交易额。

从目前的情况而言,这一体系的增长和膨胀趋势似乎难以改变,在2014年年报公布不久后,京东就公布了最新的覆盖数据,在短短数

月间,京东快递自营配送范围就已经突破了2000个区县,全国覆盖面积达到了70%,而依据京东制定的目标,在今年年末,这一数据将变为75%。

对于一直坚持仓配一体和自营终端配送的京东,如此庞大的物流体系带来的直接结果是更为庞大的终端配送人员。截止到2014年上半年,京东的终端配送人员就已经接近两万五千人次。

自提柜业务也是在这一情况下被京东大力推广的,截止到2014年年末京东已经拥有3210个配送站和自提点。

“京东目前的物流体系主要是针对京东商城,而对于京东未来要开展的O2O项目,目前的物流体系不论从属性上还是运力上都难以完全对接,需要有新的配送系统进来。”业内人士如此表示。

众包模式契合O2O配送需求

众包配送作为一个新兴的物流模式给这个行业所带来的可能的影响还在酝酿之中。而就目前的情况而言,众包配送模式的快捷和便利与O2O对于配送的要求有着天然的契合性。

“众包配送最主要的特点就是效率高,以我们的人人快递为例,因为都是点对点的配送方式,同城配送距离近的30分钟就能到,而远一点的也在两三个小时内就能到。”人

腾讯物流投资紧跟其后

位于快递行业前列的顺丰和通达系对于资本的进入一直保持着谨慎的态度,而鲜有几次资本进入金额均在十亿元以上的级别。

“通达系和顺丰从建立初始都是家族性企业,封闭性较强,而且公司规模庞大,一般的投资投不起,投得起的公司又要斟酌这样一个利润率较低的行业所带来的风险。”对于这一现象出现的原因,快递业相关人士做了如此分析。

有关于此次投资的金额阿里与圆通均三缄其口,有传言阿里此次的投资金额达到100亿元,占股20%,而经过记者向圆通方面的求证,这一消息并不属实,“金额没有那么多高,能透露的是云峰基金此次的占股比重要大于阿里。”圆通方面如此回复。

在阿里大手笔投资圆通的一天后,BAT中的另一位巨头腾讯紧随其脚步,投资了物流互联网公司汇通天下,投资金额为3000万美元,由腾讯领投,钟鼎创投跟投。

而梳理腾讯在物流方面的投资就可以发现,不论是投资华南城还是此次的汇通天下,与阿里迫切构建从仓储到终端整体物流体系不同的是,腾讯更多的是致力于干线仓储环节的物流公司投资。

人快递CEO谢勤向《中国企业报》记者如此分析道。

根据目前人人快递的运营经验而言,在平台上担任兼职配送人员的往往是白领阶层,货物的范围也多是同城范围内的点对点配送。

在谢勤看来,众包配送的模式正在逐渐成为越来越多的物流体系所考虑的配送模式,而在方兴未艾的O2O行业中,这一配送模式也将得到更广泛的应用,“传统的物流企业包括一些快递公司,都在思考用我们的办法来解决人力资源的问题,突破当前发展的瓶颈,而对于O2O领域的商家来说,解决配送最后一公里的问题,出路恐怕也在这种模式”。

尽管都采用了众包配送,京东要做的事情和人人快递依然存在着一些差异。人人快递并非直接的快递运营商,更多的是提供一个平台,对接同配的市场需求。

而京东则本身就是快递运营商,兼职快递员可以直接服务于平台,而并非仅仅从平台获得配送信息。

这一模式上的差异也直接体现在兼职快递员的收入上,配送员在人人快递上每单可以获得快递费用的80%,公司获得20%。而京东目前的模式是兼职配送员每单固定收益6元。

“从目前了解的信息而言,京东众包模式有些结合了传统配送的方式,其所扮演的也不仅仅是信息平台,这能带给京东对于整个众包配送体系更多的掌控能力。”业内人士表示。

2015 年人大管理论坛举行

由中国人民大学企业管理协会和中国企业报社联合主办的“2015 人大管理论坛”,5月17日在京举行,本届论坛题为“新常态下的战略突围”。来自不同行业、不同地区的企业家、经济学家、金融研究人员以及政府官员,针对新常态下的我国经济规划和经济转型,研究确立企业发展战略方向,解决发展困境,提高综合竞争能力等问题进行研讨。

论坛现场设立了互动环节,参加论坛的企业代表与到会嘉宾就热点话题和商机进行沟通交流,并分别在互联网金融与PPP创新、经济新常态与企业战略突围、潍坊对接京津冀战略和产业升级以及中小微企业的融资战略等方面组织分论坛。中国人民大学企业管理协会是国内高端智库组织之一,成立11年来,共为上百企业和地方政府提供智力支持,能为政府和企业提供一对一的定制服务。

(何芳)

高温“炼炉”：钢铁电商炽热

(上接第八版)

李新创告诉记者,在国家“互联网+”的号召下,更多钢铁电商正计划扩张规模,以更大投入布局钢铁电商产业链。作为行业主体的钢铁制造企业也停止观望,已纷纷涉及钢铁电商领域。国务院于2015年5月8日印发了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》,部署进一步促进电子商务创新发展,并提出了七方面的政策措施。

在此背景下,聂林海表示,电商发展非常快,政府工作报告中提到了“互联网+”。商务部为落实国务院的指示精神,在5月15日发布了《“互联网+流通”行动计划》。

该《计划》提出,到2016年底,中国电子商务交易额达到22万亿元,网上零售额达到5.5万亿元。

根据广发证券的调研结果,钢铁电商行业成熟期的市场容量有望达到9971亿—10116亿元,净利润规模98亿—170亿元。

更为重要的是,有消息称,中国首部《电子商务法》有望在下半年问世。该法案涵盖电子商务监管体系、电子商务市场准入与退出、数据电文和电子合同、争端解决机制等多方面内容。

王利群表示,“站在更宏观的角度,目前电商迎来了大发展的时机。确实是有了发展的机会。但站在实体的角度,发展钢铁电商,依然面对很大的挑战。”

商务部电子商务司副司长聂林海指出,“互联网+”是个大趋势,未来钢铁企业都必然转型,要么做电商平台,要么与电商平台对接。如果不转型,则跟不上行业发展的步伐。

奇瑞在智利进行市场调研 力求打破消费者偏见

■ 张骅 张晓梅

为了证明奇瑞瑞虎5SUV的优良性能,奇瑞汽车与智利GFK-Adimark公司联手进行了一次独特的市场调研,力求证明当地消费者对于汽车原产地方面所持有的偏见,而测试结果对于改变中国消费者对于汽车品牌的认知和偏好也有相当的借鉴意义。

4月26日,在智利首都圣地亚哥最独特、最奢华的酒店“El Golf”旁边,奇瑞汽车进行了一次别开生面的测试,测试结果显示当地消费者确实对于产品的原产地以及品牌偏好方面存在着偏见,同时也展示了奇瑞汽车的优秀性能及品牌定位。

在智利最负盛名的GFK-Adimark调查公司的支持下,奇瑞提出针对位于中高级社会经济阶层的20岁或以上男女青年做调查。为达到这一目的,该项调查设定要找到150名工作于Isidora Goyenechea Avenue地区,且愿意尝试新品牌车型的上班族。但是,该品牌的待试车型上没有任何可见的品牌标识或明显记号,试驾者无法看出这是一辆奇瑞汽车。通过这一方式,奇瑞品牌希望强调智利公众对于产品原产地的偏见以及这些偏见在被试驾车辆上没有明显标识的时候,是如何体现的。146次测试结果恰恰表明了这一点,同时也展示了奇瑞汽车的优秀性能及品牌定位。

在每位参与者刚刚完成测试和调查后,GFK-Adimark都会给出不同的总结,而这些结论所带来的重要见解也显示了智利消费者对待新生或非传统品牌的态度。从测试结果来看,74%的回应者对试驾车辆的评价为优秀或非常优秀,在1—7分的评分范围中给出了6分或7分的高分。关于被测试车辆的品牌原产地,63%的参与者认为是美国、韩国、日本或欧洲,他们猜测的品牌票数排名靠前的分别是福特19.2%、奇瑞14.4%、现代13.7%、起亚8.2%。最后,有47.9%的被调查者表示他们一定会购买这款车型。其中还有一个重要结论,就是,女性对品牌的偏见低于男性,她们对试驾汽车的平均评估分数为6.5—7.0分。总之,测试结果明确无误地显示,奇瑞汽车在产品品质和性能上与福特、现代等品牌已经没有明显的区别。

重庆三色教育集团弘扬爱国主义精神

近日,重庆三色教育集团北京西直门园举行了迎“六一”爱国主义文艺汇演,整场演出根据各个不同的历史故事把爱国主义教育贯穿其中。小演员们表演都非常的投入,从这种史实的演出中读懂历史,体会国家的逐渐强大,让孩子们度过一个难忘的“六一”儿童节。现场的观众也是热血沸腾,一起鼓掌呐喊。三色教育集团,创园定位高,师资力量雄厚,注重高规格的园内环境创设及幼儿教育科研实验;北京西直门园的蒙氏教育旨在培养幼儿独立、自信、愉悦的个性,提高幼儿整体综合素质。这两年成功的教学,使得该园在业内口碑直线上升,深受家长们的推崇。