

国内快递业各路人马鏖战正酣,不过现阶段仍主打“价格战”,让追求服务质量的外资物流企业难获发展空间——

争抢地盘,“洋快递”在打啥算盘?

本报记者 金志刚

两家国际快递巨头申请中国国内快递牌照,这是一个“狼来了”的故事吗?如果它们真的是“狼”,那么追溯历史,“狼也早就来了”,又何必到现在才紧张?但无论如何,因为国内快递牌照的事,联邦快递(FedEx)和UPS最近似乎被顶在了风口浪尖,整个快递行业都在打听这两家“洋快递”到底在打什么算盘。



「洋快递」出招,犹抱琵琶半遮面

图 CHEP

国内快递进入「战国」时代 上海成为「兵家必争之地」

一个问题提给网购达人张睿女士:“你需要快递的话,会叫哪家?”她的回答较复杂:“网购尽量选京东、一号店等电商,因为他们自己有配送,服务有保障;在淘宝网买东西,人家指定哪家快递,我一般不挑,挑了可能自己要出钱;怕丢、怕摔的东西,叫顺丰……”

张女士一番话道出了国内快递市场的格局——群雄逐鹿,快递已进入“战国”时代。

快递各“军”中,有以中国邮政速递物流为代表的“国有军”,有以顺丰、“四通一达”(申通、圆通、中通、汇通、韵达)为代表的“民营军”,有以联邦快递、DHL、UPS、TNT四巨头为代表的“外资军”——上述三“军”已鏖战多年,而近两年以京东为代表的“电商军”和以德邦为代表的“物流军”也加入战团。

京东商城2010年9月已获得国内快递经营许可,德邦物流则是2012年1月18日才拿到经营国内快递的资格。这两支“新军”来势汹汹,其中京东在未来5年将花费100亿—200亿元建全国物流系统,宣布在今年底之前平均2.5天开通一个新的城市快递分公司,到年底京东配送覆盖城市超过360个,并且将于8月底向外部第三方开放,成为快递市场又一竞争者。而德邦已在全国31个省级行政区开设直营网点2000余家,服务网络遍及国内550多个城市和地区,自有营运车辆4700余台,全国转运中心总面积超过75万平方米,向快递业务延伸,是其寻求增值利润的必经之路。

国家邮政局对快递行业的调查结果显示,国内快递业2011年增速高达52%,今年上半年又有50%的增长。2006年全国规模以上快递企业共实现收入近300亿元,2011年已实现收入750亿元,市场规模已进入世界前三之列。

一些城市已形成典型的快递“总部经济”,最突出的是上海。上海已成为全国快递企业总部聚集最多的城市,获得经营许可的快递企业超过千家。申通、圆通、韵达、中通、汇通等民营快递企业的全国总部及联邦快递、UPS、TNT、DHL等国际快递公司的中国区或华东区总部均设在上海,据统计,去年上海规模以上快递服务企业业务量达4.09亿件,共实现业务收入135亿元。

未来快递业角逐如何演绎,上海市场正是主战场和风向标。

本报记者 金志刚

1

「黑户」三年只是履行法律程序

今年5月底,国家邮政总局网站上出现了联邦快递(FedEx)和美国联邦包裹服务公司(UPS)申请经营国内快递业务许可的公示。而6月下旬至7月初,媒体又盛传两家外资快递企业牌照已经获批。

联邦快递昨天给本报记者的答复,明确“根据《邮政法》有关规定,联邦快递已经提交了国内服务经营许可的申请。”但否认已获得国内快递牌照,指出一些媒体误读,“国家邮政局网站6月21日公布的信息,指的是联邦快递现有的开展国际快递业务经营许可通过年度审核。”

其实,早在2007年5月起,联邦快递就已开始在中国开展国内递送业务,批准其从事业务的是商务部和国家工商行政管理总局,联邦快递分别于2006年12月8日和2006年12月20日获得投资证书和国内服务营业执照。

到了2009年10月中国新《邮政法》实施,外资快递被纳入邮政审批的范畴,联邦快递一位高管曾对媒体表示,“我们需要申请新的牌照。”换言之,联邦快递和UPS在2009年10月至今的近3年内以“黑户”的身份经营着。而这不能怪“洋快递”,主要原因是新《邮政法》出台后,对快递经营许可证有了规定,原有的企业需补办新的证件,国企、民企、外资需要一个个来,其间还有新的企业成立,于是这两家外企办牌照之事拖到了现在。

2

中航协担心“搅局”航空货运

既然历史和现实如此,如今两大外企申请国内快递牌照,怎么会“一石激起千层浪”?

中国航协市场研究部朱庆宇日前公开表示,担心外资企业“以快递之名,行航空运输之实”,将对本已生存状况堪忧的国内航空货运市场造成严重冲击。

按其理解,联邦快递和UPS目前已经与国内民营航空公司合作,以包机人身份承包国内航空公司飞机从事国内航空运输业务。该行为性质已经超出了快递范畴,更多是成为了运营性质包机人的角色,因此,其在国内快递和运输的双重角色存在安全法律责任隐患。如果成功

拿到快递牌照,联邦快递和UPS很有可能以此为名,在中国申请成立自己的航空公司。

不过,也有一些人认为中航协的担忧属于杞人忧天。比如,快递咨询网首席顾问徐勇认为,中航协的反对意见是从自身利益出发,但并无法律依据。徐勇称,外资运营快递和成立航空公司是两个概念,在目前中国的法律条件下,外资在中国成立航空公司,还不能像运营快递一样实现控股。而从成本的角度考虑,联邦快递在中国进行包机也比成立自己的航空公司更划算,这对中国的航空公司恰恰是好事,根本没必要反对。

3

外资快递短期难有雄心壮志

申请已过公示期,按照中国快递协会秘书长达瓦的说法,联邦快递和UPS获得国内快递经营牌照只是时间问题。两家外资快递巨头目前在中国已经在做国内快递了,“狼早就来了”。

业内行家普遍认为,“狼”目前并不可怕,但十年或更远的未来就很难说了。因为目前外资快递巨头在国内快递方面遇到了很大的难题。首先,由于人世承诺中并未将信件业务对外资放开,新邮政法中对外资从事利润率最高的信件快递进行了严格禁止。其次,外资的强项是国际快递业务,所占份额超过了70%,但在业务量超过总体份额50%的电子商务配送细分市场里,外资所占份额极少,在2011年快递业完成的36.7亿件快递中,国有、民营、外资市场

额分别为29.4%、67.6%和3.0%。其中的缘由有点令人哭笑不得,外资快递服务好是好,但价格过高了,而电子商务配送现阶段依然在“拼价格”,不成熟的消费市场导致“低价为王”现状,让追求质量竞争的外资企业难获竞争空间。

去年7月,中外运敦豪(DHL)宣布将其收购不到两年的速递公司中外运全一出售,民营企业深圳友和道通接盘。上周五联邦快递宣布完成扩建其位于上海浦东国际机场的口岸操作中心,从而进一步提升国际货物处理能力,较以往效率提高50%,为参与竞争增强实力。

短期内难有雄心壮志,使得两家外资巨头申请国内快递牌照一事,也许真的只是“履行法律手续,没有其他的想法”。

民营快递内外兼修提升实力

我国快递市场已形成多元并存、充分竞争的格局,占据近七成份额的民营快递公司面对国际巨头的进入有何对策?记者采访的多个民营快递公司负责人均认为,短期内国际巨头的进入不会对中国快递业造成较大影响,但从长期看,民营快递企业将在竞争中加速优胜劣汰,加强自身软硬件升级。

补管理“短板”

业内人士表示,UPS等进入中国市场,短期内不会对国内快递企业带来明显压力,毕竟其网点规模和国内快递企业相比还有很大差距。

但联邦快递和UPS两家国际快递巨头的资金雄厚、IT和自动分拣技术世界一流,服务理念也不错,管理水平高超。这些优势对国内快递行业都有引领作用,从长期看极有可能改变竞争格局。

中国民营快递在起步阶段依靠加盟制实现了网点快速布局和规模扩张。但随着企业逐步做大,粗放式的管理模式对“做强”的制约现象越来越明显。

越来越多民营快递力足补足管理“短板”。韵达快递日前宣布在上海建设102家规范化营业场所;一部分民营快递谋划将经营模式从加盟改为直营,以提升服务水平。

走国际路线

不管是不是“狼来了”,民营快递正在加紧修炼内功,并逐步推进海外市场。今年6月,圆通速递启动全货机运营,加快进入“航空时代”:杭州到深圳的快递可实现“今日收、明晨至”,比以往缩短一天。圆通计划在十年内培育20架规模的“全货机机队”,并加大国际运力投放力度。

继进入中国香港市场以后,申通快递将加快布局中国台湾、澳门的网点,中国快递企业“走出去”步伐在提速……

日前,国家邮政局通过网站宣布,宅急送、百世汇通等12家企业正在申请国际快递业务许可,很多客户尤其是大型企业客户对国际快件的需求与日俱增。

本报记者 叶薇

精彩
导读

B2

个股分化

公司业绩增速下降
牵引股价有涨有跌

B5

养老投资

宜增加财产性收入
收益求稳健靠复利

B6

七月翻身?

QFII 大举进入 A 股
管理层唱多“真蓝筹”