

**“变革时代的创新力”**

系列报道之二

还可以有多快？这一直是快递业变革驱动力。日前，国家邮政局公布2014年一季度邮政行业运行情况，数据显示，一季度，全国快递服务企业业务量累计完成26亿件，同比增长51.9%；业务收入累计完成413.5亿元，同比增长45.6%。其中3月份，快递业务量完成10.3亿件，同比增长52.9%。

业内人士表示，快递业作为物流行业“最后一公里”，未来几年发展将是通过并购、分拣自动化和云建设降低时间成本。侯恩龙作为苏宁物流掌门人，他告诉记者，苏宁正在酝酿建立一个第三方的物流公司。根据规划，到2015年，苏宁“物流云”项目将全部完成，实现60个物流基地和12个自动化仓库的全国布局。有多快？也许在未来会超出你的想象。现代快报记者 杨坤 吕珂

谁能掌控未来物流业？ 跑得赢时间再说！



“最后一公里” 向派件员要时间

顺丰快递有个内部名词，称为“快件生命周期”，形象地给快件赋予了“生命”的概念。快递公司揽件人确定收取后，快件开始有了“快件”的生命。最后到收件人签收时，“快件”的生命终结。整个过程，称之为“快件时效”。快件生命周期越短，快件时效越快。

肖路是顺丰快递的一名老派件员，负责新街口一栋30层的写字楼派送件，他的工作手机里存着数百个电话号码，是这栋写字楼内每一个房间与他联系过的座机和客户的手机号码。只要打过一次电话的客户第二次打来，他就能准确地说出客户的楼层或者是房间号，并对对方的寄送物品做出初步的判断。“我们老员工，都差不多有这个习惯，这样工作效率高，自己的工作区域服务得也更好。”记者在与他的交谈中感受到，快递最后一公里的距离已经被他做到了“零距离”。随时随地，仿佛他一直在客户身边。

说起工作肖路淡淡一笑。“‘收一派二’是我们的工作要求，就是收件在一个小时内完成，派件在2个小时内完成。如果是20公斤以上的超大件，可以放宽在四小时内送达，平时基本上不会发生延误。”那么到业务高峰期，又如何保证时效呢？肖路告诉记者，公司在一些特殊的时间节点上会提前告知客户，可能会比平时有所延误，但是依然会采取措施，最大程度地保证送货的时效性。例如公司会从大学生中间招聘一些临时小时工，专门负责为派件员拉货和送货，最大程度地为派送人员在派送环节节省时间。在他的记忆中，他派件最多的一天达到近200个，工作时间从早上6点多一直持续到晚上7点多。就这样，和同事们相比，他还不是最辛苦的，那些负责整条街道派送的同事，忙到晚上10点多是很常见的事儿，就是为了能及时送达。“我们的派件时效要求是行业内最高的。可能只有邮政能达到我们的标准，其他快递公司都没有派送时间的具体要求。”

快递服务的提速除了向派送人员要时间外，其他环节也不容忽视。记者从顺丰速递官网看到，截至2014年3月，顺丰全货机数量已达33架，其中自有货机14架。依托现有的全货机资源，以夜航模式为主，百分百无缝空地对接，顺丰不断的提升快件时效。而其第33架全货机航线为“重庆-深圳-宁波-广州-重庆”，涉及这些线路的部分城市可提速半天。

快递业 人的成本压力很大

追溯快递派送人员的上一个环节——分拣中心，提速也不是一件容易的事儿。“目前市场上各家快递公司，能缩短的派送时间非常有限，想大幅度地缩短派送时间不太可能”。申通快递南京公司办公室主任岳婕妤说起行业现状，表示“压力山大”。

岳婕妤分析说，目前快递市场正处在发展的瓶颈期，利润非常薄。每家公司的经营压力都很大，已经很难支撑营运成本之外的其他投入。在这种胶着的竞争状态下，谁支持不住，就先行灭亡。等到实力不足的小公司倒闭之后，大浪淘沙剩下的公司才能保持稳定的利润，在整体优化后，才谈得上提升服务质量和服务效率。

为了在严峻的市场竞争中站稳脚跟，申通去年投入2000多万元，在新的公司地址上投入一套先进的分拣设备，大大提升了工作效率。每天的快递出货量从2013年11月前的30%提升到现在的70%以上。还增加了夜班，确保每天早上第一派就能完成全天八成的出仓量。除此之外，每天增加派送频次，从以前每天一派增加到目前一天三派。在下午3点的最后一派前，快递员要回到网点继续送货。目前申通每天平均派送件10万件，在全市拥有90多个固定网点，还有近50个流动网点，派送人员800多人，也是南京快递市场上的一支“劲旅”。

记者了解到，申通对快递员的派送时效，每天都有严格的数据监控：在6小时内一派签收率要达到75%，当天完成率达到90%以上。如果不达标，派件员则要受到处罚。

谈及快递的最后一公里，岳婕妤很是“头疼”。想把快递最后一公里做好充满了艰辛，尤其是高校和住宅小区，几乎是多年来各家公司被投诉的“重灾区”。她说，住宅小区和高校的投递时间很难把握，快递员派送的时候，收件人要么不在家，要么去上课，很难一次派送成功。派送终端的反复投递，导致投诉率高。尽管去年国家也有相关政策，要求物业部门配合物流快递的派送，但是物业要求每票支付一元费用，远远超过快递公司承受能力。网购快递比例越来越大，波峰谷现象频现，在高峰期，收派件都远超公司运营能力，快递公司不仅要增加物力和财力，还要增加临时派送人员，但是临时工作人员的服务和正式员工有差距，造成素质效率皆不如人意。

物流业 现今是支撑未来是掌控力

作为国内最早布局自建仓储物流系统的企业，苏宁物流建设为其互联网转型提供了重要支撑。如今苏宁已获得一张全国性及150多个地区快递业务经营许可证（以下简称“快递牌照”），成为电商领域全国快递业务经营许可证最多的企业。业内人士分析认为，经过近20年自建物流的发展，苏宁已在全国物流基地布局，物流信息化搭建、物流专业化团队打造、标准化快递服务管理等软硬件方面积累了丰富的资源和经验，这些都是苏宁快速获得《快递业务经营许可证》的优胜条件。此外，随着苏宁在全国范围内快递业务经营许可证的增多，以及快递业务落地，势必将加速电商行业洗牌，行业“马太效应”将进一步凸显。

记者了解到，“体验为王”是苏宁成立独立物流公司的纲领。快是第一个体验，服务是第二个体验，第三个体验是离不开。目前苏宁正在加快向第三方物流转型，并将推进第四方物流模式的探索工作。什么是第四方物流？据悉，第四方物流是1998年美国埃森哲咨询公司率先提出的，专门为第一方、第二方和第三方提供物流规划、咨询、物流信息系统、供应链管理等活动。第四方并不实际承担具体的物流运作活动。简单说，第四方物流就是物流业的大脑。

今年，苏宁物流将率先向苏宁云台商户以及苏宁上游供应商开放，并将加快探索建立物流生态园的第四方物流模式，为苏宁的商业生态圈提供低成本、高效率的物流配送服务。这是一种什么概念呢？业内人士告诉记者，从目前商品供应链来看，物流已经开始扮演越来越重的角色，加重了在商品结构中的话语权，也许你会为了购买一件商品迟迟没来，而选择退货，这对上游供应商或者代理商来说，是一个绝对潜在的威胁。这也表示，超大型的物流企业未来将紧紧掌控商品流通速度和购买体验。以前可能是上游供应商要看流通企业脸色，可如今要看物流企业的脸色。