

众包物流模式“充满不确定性”

本报记者 李向东 深圳报道

众包物流在中国几经曲折,变得越来越像“Uber For X”,一个快递版的Uber。

“6·18”年中大促,这是一年中仅次于“双11”的电商大型促销节点,配送量虽低于“双11”,但又远高于平时。今年,以京东为代表的平台提出的解决方案就是众包物流。截至端午小长假结束,众包物流确实为“6·18”积聚的超高配送量解决了部分难题,也没有发生大的纠纷和争议。

同一时间点,众包物流也得到

了市场重新认识,并传递着“正能量”。亚马逊在美国的众包业务系统已经搭建完毕,启用在即;上线仅一年时间的达达物流,也选择在“6·18”宣布完成C轮1亿美元融资;更早尝试众包物流的人人快递已经把业务铺向全国17个省市,并上升到信用生息层面。

不过,专家认为,虽然众包物流在“6·18”小试牛刀,但并不证明这种方式固有的顽疾已经解决,其背后所需要的大数据运算能力、风险控制能力以及法律难点仍没有有效的解决方案,其发展前景像Uber一样充满不确定性。



众包物流确实为“6·18”积聚的超高配送量解决了部分难题,也没有发生大的纠纷和争议。

记者观察

高调与低调

文 / 李向东

从事众包物流的企业除了人人快递在去年上半年有一轮媒体的集中关注外,多数时间是很低调的。

当然,这种低调是有原因的,首要因素就是法律禁区。按照我国《邮政法》规定,企业要从事快递业务,必须取得快递业务经营许可证。这是进入行业的必备条件。同时,个人要从事快递员职业,需要参加邮政部门组织的培训,并考取《快递员从业资格证书》才可以上岗。很显然,众包企业的“快递员”多数并不具备这个资质,也未取得上岗资格,用行业的话说,就是“黑快递”。物流快递咨询网首席顾问徐勇认为,只要从事快递配送,上述法规就是底线,必须遵守,否则就涉嫌非法经营。

据菜鸟网络一位不愿透露姓名的负责人介绍,发动大妈送快递这种配送方式风险大、不可控,京东如此操作估计是出于降低成本的考虑。2012年前后曾发生过几次快递员抵制京东事件,原因就是京东计划把快递公司的业务流程打散,只把成本最高、利润最薄的最后三公里配送交给快递公司做,自己的配送

队伍做利润更高的配送前端业务。可见,京东虽然以服务好著称的自有物流体系,但终端配送的成本仍是沉重负担。该负责人表示,菜鸟网络目前没有从事众包物流的计划,更多是把社会闲置资源进行引导、协同,让这些资源正规化,达到提升物流效率和购物体验的目的。

中国电子商务中心高级分析师张周平表示,虽然众包物流在电商购物旺季小试牛刀,但并不证明这种方式固有的顽疾已经解决,其背后所需要的大数据运算能力、风险控制能力,以及法律难点仍没有得到有效的解决。

不过,他认为,从一些地方监管部门并没有对众包物流一棒子打死的态度来看,众包物流作为互联网化配送的创新应用和尝试,不但得到了资本的认可,政府也在观察,也存在监管部门为适应新的业务形势而创新监管的可能。当众包物流企业解决了固有顽疾,并像Uber那样高调地推出令人咋舌的社会化营销,众包物流的社会认可程度,将会极大提升。像Uber请明星当司机一样,当某一天,你一推开门,发现快递员是佟大为,你或许就会突然喜欢上这种配送服务。

配送实验

发件人通过APP发布寄件订单,软件会根据上述信息自动核算出快递费用。平台注册的自由快递员可以根据自己的路线进行“抢单”并从中获得报酬。

所谓众包物流,是指把原由企业员工承担的配送工作,转交给企业外的大众群体来完成。中国较早进行这种业务尝试的是四川创物科技有限公司的“人人快递”业务,2013年3月就已经上线,但直到2014年3月被媒体一轮密集曝光后才引发了社会关注。

按人人快递创始人谢勤的规划,其业务的定位是“自由互助的众包平台”,业务场景是,发件人通过APP发布寄件订单,订单除了包括预约取件时间、货物名称、声明价值外,还包括寄件人和收件人的地址、联系方式,软件会根据上述信息自动核算出快递费用。平台注册的自由快递员可以根据自己的路线进行“抢单”并从中获得报酬。

但因为该业务名称中包含“快递”字眼,以及从事与快递类似的业务模式,被认为是抢了快递企业的生意而遭到抵制,最终在部分省市被叫停。此后,谢勤对该业务进

行了适应政策的调整,并在2014年11月获得了腾讯、高榕资本共1500万美元的投资。

获得巨头投资,证明人人快递这种基于移动互联网的社会化物流配送方式得到了市场认可。这从另一家成立仅一年时间,就获得三轮投资的达达物流身上也得到印证。

2015年6月18日,达达物流宣布完成C轮1亿美元融资,投资方为DST,红杉资本和景林跟投。这是达达物流在成立仅一年时间内的第三次融资,红杉资本是其天使和A轮投资方,随后又和景林参与了B轮融资。

达达物流定位于解决最后三公里配送的众包物流平台,基于众包和移动互联网,提供同城即时配送服务,目前已有10万名兼职配送员,主要服务于外卖、水果、生鲜、私厨、超市便利店等典型的O2O场景配送。据达达物流对外公布,每日的配送量已达60万单。

物流提升

众包物流作为基于移动互联网和大数据系统对终端配送的尝试和改变,已经使快递业从一个标准的劳动密集型行业,逐渐转变为技术与资本密集型行业。

快递业一向被定义为劳动密集型产业,虽近年伴随电子商务在中国的高速发展,每年都保有40%左右的平均增速,但其被贴上“传统”“落后”的标签,甚至成为有可能阻碍电商未来发展的一大障碍,未来会成为高速发展的电商瓶颈的趋势越来越明显。

5月28日,阿里系的菜鸟网络召开第一届快递江湖大会,其CEO童文红表示,将推出分层服务伙伴计划,以及各类评价机制,提升快递服务水平。这一举措等于明显抬高了快递企业参与菜鸟网络的门槛,此举也被认为是菜鸟意图从最初的沟通机制,变为规则的制定者。

在“互联网+”成为整个社会转型的方向后,快递业因为天然具

备与互联网的亲密属性而走在转型的前列。以前快递企业互联网化有两种动力,一是快递企业的成本构成与降低成本、提升效率的诉求,促使企业自发互联网化;二是用户在使用快递服务时候所面临的种种痛点,引发的各种由快递业外组织推动的快递业务互联网化的创新尝试。从这个角度看,众包物流作为基于移动互联网和大数据系统对终端配送的尝试和改变,已经使快递业从一个标准的劳动密集型行业,逐渐转变为技术与资本密集型行业。

巨头也在介入众包业务。据《华尔街日报》报道,亚马逊正在尝试开发新应用让人人都成为快递员,把物流力量社会化。据传在美国的众包业务系统已经搭建完

毕,启用在即。

国内企业最近在这方面进行尝试,势头迅猛的当数京东。“京东到家”是京东2015年重点打造的O2O服务平台,利用京东的物流优势及具有创新性的社会化运力体系,整合各类O2O生活类项目,向用户提供3公里范围内生鲜、超市产品、鲜花、外卖送餐等各类生活服务项目,并基于移动端定位实现2小时内快速送达,打造生活服务一体化应用平台。

其中,“京东众包”作为京东O2O业务“京东到家”的一部分,

其本身的成败并不十分重要,而是通过众包的方式,与支付、金融等共同组成京东O2O生态圈,共同为京东平台战略服务。同时,众包尝试所提升的物流体验,也会成为京东生态的加分项。

除了京东这样的大平台,像人人快递、达达物流这样的纯外包众包平台,虽然不能确定这些互联网尝试能否“重构”或者“超越”现有的业务形态,但可以肯定的是,互联网一定会大幅度促进快递行业的效率提升,深刻改变快递服务的形式。

借政策春风 跨境电商加快市场布局

本报记者 郭梦仪 北京报道

日前,国务院对外发布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》提到,国务院有关部门要制订和完善配套措施,做

跨境电商政策春天来临

《意见》指出,近年来,我国跨境电子商务快速发展,已经形成了一定的产业集群和交易规模。支持跨境电子商务发展,有利于用“互联网+外贸”实现优胜劣汰,发挥我国制造业大国优势,扩大海外营销渠道,合理增加进口,扩大国内消费,促进企业和外贸转型升级;有利于增加就业,推进大众创业、万众创新,打造新的经济增长点;有利于加快实施共建“一带一路”等国家战略,推动开放型经济发展升级。

《意见》提出了十二个支持措施。其中,税收政策支持再次放到了重要的位置。《意见》第五条指出,明确规范进出口税收政策,继续落实现行跨境电子商务零售出口货物增值税、消费税退税或免税政策。而在6月10日的国务院常务会议中,就指出要“落实跨境电子商务零售出口货物退税政策”。除此以外,《意见》表示,提供财政金融支持,对跨境电子商务企业走出去重点项目给予必要资金支持,为跨境电子商务提供适合的信用保险服务,向跨境电子商务外贸综合服务企业提供有效的融资、保险支持。

除了税收、财政等融资支持以外,《意见》也重点指出了监管,将优化海关监管措施、完善检验检疫监管政策。除此以外,表示将完善电子商务支付结算管理及稳妥推进支付机构跨境外汇支付业务试点,鼓励境内银行、支付机构依法依规开展跨境电子支付业务。

而就在国务院《意见》下发之

前,全国多地已经下发当地的跨境电商政策“抛砖引玉”。6月16日,洛阳市跨境电商协会暨洛阳跨境电商电子商务产业园揭牌仪式在五洲国际工业博览城举行,洛阳市副市长王敬林等领导出席。6月23日,前期斥资6亿元打造的国内一流、西北地区颇具规模的国家级跨境电商产业园——新疆霍尔果斯国际跨境电商产业园项目在霍尔果斯市正式签约启动。

洋码头CEO曾碧波在接受《中国经营报》记者采访时指出,政策的连续出台,将给此行业在多方面带来利好。据商务部发布的统计数据,2013年中国跨境电商市场交易额约3.1万亿元人民币,占进出口总额的12.1%。我国跨境电商平台企业超过5000家,境内通过各类平台开展跨境电商的企业已超过20万家。在众多国内国际跨境电商平台中,eBay、速卖通、亚马逊、敦煌网这四家的市场份额占到80%以上。预计我国跨境电商交易额2016年将达到6.5万亿元。

虽然跨境电商的监管被提升了日程,不过在业内人士看来,作用不会很大。中投顾问研究总监郭凡礼在接受记者采访时指出,在指导意见下发之后,整个行业的秩序将趋好,一批实力较弱、非正规的跨境电商将被淘汰出局。跨境电商“真假不一”的痛点难以完全解决,但是政府此次政策的出台,将能够在一定程度上抑制市场乱象。

不仅如此,郭凡礼认为,此次政策在鼓励整个电子商务开展对外贸易的基础上,重点倾向于巨头企业。《意见》明确表示,鼓励有实力的企业做大做强,特别是提出要培育一批公共平台、外贸综合服务企业和自建平台,并鼓励国内企业与境外电子商务企业强强联合,创业型小公司在短时间内尚难以达到这些条件。

借着政策的东风,各大巨头也纷纷启动了自己的出国计划。出洋最彻底、进口版图最广的要数阿里。继5月宣布启动首个国家馆韩国馆之后,6月24日,阿里巴巴集团旗下聚划算平台和天猫国际联合开启“地球村”模式。美国、英国、法国、西班牙、瑞士、澳大利亚、新西兰、新加坡、泰国、马来西亚、土

电商巨头启动“出国”计划

耳其十一国国家馆在天猫国际亮相。同日,阿里巴巴聚划算平台宣布全面启动与20国国家大使馆合作进程,更多海外特色商品有望在聚划算实现首发。

除此以外,6月18日,京东商城宣布正式上线京东俄语网站,将把中国商品卖给俄罗斯消费者。不仅如此,京东商城海外事业部总裁徐昕泉介绍说,京东已与俄罗斯的两家支付公司Yandex和QIWI钱包签订伙伴协议,同时准备投入巨资在俄成立物流中心和进行其他基础设施建设,并已和俄罗斯SPSR快递签订了合作协议。相关人士透露,京东有意占据20%的俄罗斯电商市场份额,并在5年内实现100亿美元的营业额。

互联网+再寻中国企业竞争力 绿能宝三界融合解决产业痛点

本报记者 郭梦仪 北京报道

6月25日,由中国经营报社主办的“2015中国企业竞争力夏季峰会”在北京举行。2015年,中国经济依然处在缓慢复苏的过程

从“互联网+”再寻中国企业竞争力

就在此次峰会召开之际,国务院办公厅发布了《关于成立国家制造强国建设领导小组的通知》,作为2015年初政府出台《中国制造2025》专项行动计划的重要落实举措,标志着制造业依然在中国的未来竞争力版图中占有重要的位置。对于已经站在未来制造业风口上的中国企业,中国社会科学院学部委员、中国经营报社社长金碚表示,这释放了一个信号:中国制造业企业是在经历一个从2.0到3.0,从3.0到4.0

中。在传统的“三驾马车”不再能够为经济增长提供足够的动力时,中国未来发展的竞争力又在哪里呢?

在这个背景下,自年初以来国家陆续推出了“一带一路”“中

国制造2025”“互联网+”“大众创业、万众创新”等一系列具有指向意义的政策。在此次以“新思考 新未来”为主题的峰会上,绿能宝董事长彭小峰作为企业创新引领者出席,和众多商界领袖、知名专家

并行升级的阶段。这个过程中,中国企业通过技术创新、模式创新拥有很大的发展空间,但企业需要顺利地实现转型,关键还是要摆脱以往“向上看”政策的依赖性,要将注意力集中在市场和用户上。

中国社会科学院学部委员、原副院长李扬则表示,实体企业的创新和转型,除了看市场需求之外,还需要金融体系的创新和改革来保障,不能让国有银行为核心、以间接融资为主的金融体系与创新

主体多样化和个性化的融资需求之间的不协调持续下去。在“新常态”下把金融服务实体经济的重点放在促进科技进步和技术创新上,以便市场在资源配置中发挥决定性作用。

来自“互联网+”“大众创业、万众创新”的倡议则正在企业和个人中掀起新的发展热潮。此次峰会上,彭小峰分享了自己创办能源互联网金融平台——绿能宝的创业经验。

在接受《中国经营报》记者采

访时彭小峰表示,能源互联网将对未来人们生活方式的改变有很大的促进作用。其表示,过去的能源产业是计划型的,而未来可能将打破这一局面。“未来的趋势将是,电网是补充电源,只有在家中的电量不够时,才会选用电网的电源;而电网规模也将从全国缩小到一个镇或者一个区域,每个镇或者区域相互连接,自产自用,多余的可以买卖。”彭小峰表示,这是能源互联网给予未来人们的新兴生活方式。

绿能宝解决新能源融资痛点

2015年世界经济在探寻新的转型方式,而今年也是中国加入WTO的第15个年头,在这15年期间,中国进行了经济结构的调整,逐步与世界接轨,以全新的定位与姿态,改写着在全球经济中的战略地位。在新的历史际遇之下,中国的经济战略升级、资本输出、深度合作必将为亚太乃至全球经济发展带来变革,未来的发展战略必将迎来新格局。

而作为“互联网+新能源”代表,绿能宝从上线开始便受人关注,这是由于其布局的产品属于新型融资租赁产品,需要打造全新的“能源+互联网+金融”生态链,这在国内外都属于第一次。

彭小峰表示,推出互联网+绿能宝是顺势而为。互联网方面的投资一直希望利用互联网和新能源做些事情,“互联网和新能源有很多相像的地方,一方面不像传统行业有空间占有的概念,而且互联网和系能源应用也是无限的,利用很小部

分,就够人类使用了,从这两点来说新能源和互联网的利用也可以共同。

而新能源、互联网和金融融合的好处之一,就是可以解决分布式发电过程中融资难的问题,彭小峰解释道,特别是很多中小企业建设太阳能分布式电站资金难的问题;而另一方面,绿能宝通过“新能源+金融+融资租赁”创新模式,将光伏电站建设的融资需求与民众的投资需求相结合,不仅国家完成了分布式电站建设的指标,企业节省了电费,也可以为自身获得三方收益。

对于制造业出身的彭小峰,如何经营好横跨三界的绿能宝,受人关注。“就像太极,将不同文化融合在一起一样,最重要的是,绿能宝要聚集不同的专业力量,实现共同的目标。”彭小峰谈到,金融讲究严谨有秩序,互联网讲究创新,而能源还要考虑安全和其他。但是三个行业的融合其实不是靠改变,而是靠分工协作。