

从26万爆仓到一天10亿平稳运行 “双11”与物流相互成就

A 快递行业搭上电商高速发展的红利

10年前,民营快递正等待国家政策的全面放开。

2009年4月24日,《中华人民共和国邮政法》公布,快递业务实行经营许可制度,并为企业规定了准入门槛,民营快递终于迎来了合法身份。当时的民营快递刚刚起步,通达系快递网络刚刚扩展至全国。

也正是这一年,民营快递企业开始和电商走到一起。2009年,淘宝网推行货到付款。买家在淘宝网上拍下商品,快递公司就将商品送到买家手里经过验收后,买家直接付款给快递公司。快递公司再与支付宝结算,支付宝返款给卖家。

不能忽视的是,当时卖家、买家、快递公司三方的信息流仍然不通畅。快递公司为此推出了短信服务项。在快递从快递网点送出之前,给买家短信提示,告知快递到达时间。同时,为业务员配备终端设备,买家的签收信息即时上传,卖家也可以及时获取送达信息。

从那时起,物流公司在设法满足电商业务需求的同时,开始升级自身服务,改善客户体验。

电商与快递两个行业命运的绑定也是在这一年完成。2009年末,为了提振淘宝销售额,阿里巴巴决定在年末增加一场促销,阿里巴巴集团首席执行官张勇看到了这个有些戏

谑的草根节日——“光棍节”。

一场商业变革,起初正是这样显得有些无厘头,在此后的8年时间里,“双11”的销售额不断翻番创出新高。从全网电商成交额来看,2010年至2016年分别为11亿元、70亿元、251亿元、450亿元、805亿元、1229亿元、1770亿元,2017年更是实现了2540亿元的新高峰,较2009年增长近4300倍。

连年增长的“双11”销售额,是中国电子商务行业发展热潮的缩影。“双11”10年的火爆也是中国电商行业最繁荣的10年。而电商行业的壮大离不开背后支撑其发展的基础设施——快递。

据国家邮政局数据统计,2009年全国规模以上快递企业业务量累计完成186亿件,当年全国快递业务收入479亿元。这样的业务量不足2018年单季单月的业务量,这样的收入也不足2017年的十分之一。不得不说,电商成就了快递,快递支撑起电商,民营快递行业搭上了电商高速发展的红利。

11月11日,阿里巴巴宣布天猫“双11”物流订单量超过10亿,用时23小时18分09秒。2009年这一数字是26万,而这已让当时的快递物流行业感到压力,今年的10亿包裹,相比2009年增长了4000倍,而“爆仓”一词却已经消失。

“中国很快会面临一天10亿个包裹的挑战。”很早前,马云就预言这一天会到来,他希望菜鸟和全行业提前做好准备,“光靠累是干不出来的,我们必须不断创新。物流公司只有联合作战,才有可能解决每天10亿包裹。”

这背后,“双11”年年刷新纪录的销售数据在为电商带来翻番业务量的同时,也倒逼着支撑商品流通的基础设施建设。正是在这一背景下,才让快递物流业与电商行业的相互成就成为可能。

B 从26万爆仓到一天10亿平稳运行

电商作为新经济的代表,其发展速度远远超出快递行业基础设施建设的速度。因此,从2010年起,快递“爆仓”现象开始不时发生。

爆仓的直接后果是,一件快递的配送时间从平日的2至4天变成至少1至2周,快递企业经常被消费者投诉,而快递员忙得连吃饭喝水的时间都没有,有些商家也因为打包配送的问题被迫在网上挂出“致歉信”。

“双11”不断刷新的交易、订单纪录,也在促使物流快递业去创新方式,应对日益增长的业务。阿里巴巴也希望能对这一状况进行改善。

2011年1月,马云宣布阿里巴巴集团将领衔集资千亿元投资建设为电子商务配套的现代物流体系,以推动社会化物流平台的建设。经过两年多的构思与实践,2013年5月,菜鸟网络正式亮相,由阿里巴巴集团联合银泰、顺丰、通达等快递企业以及相关金融机构共同出资打造“智能物流骨干网”项目,希望通过智慧、协作的方式,改变传统人力的行业。

伴随着与互联网的进一步融合,快递企业的效率逐步提高。近10年来快递平均单价在不断下降。据产业信息网报道,2010年至2017年,全国快递平均单价由246元/件降至124元/件。虽然同质化经营依然困扰着民营快递企业,但快递企业的配送效率和物流服务的的确有着显著的提高,行业正面向服务体验的竞争。

伴随着电商成长的10年,快递企业处理包裹量和配送速度快速提升,爆仓的情况鲜有发生。同时,快递行业的高速发展也让资本市场看到了行业的广阔前景。

2016年到2017年初,顺丰、三通一达及百世密集登陆资本市场,民营快递迎来高光的资本时代。快递公司纷纷开启了航空运输、高铁运输等新的运力资源。更重要的是,2016年,快递企业迎来了数字化、智能化时代。

如今,快递企业不仅能够应对“双11”期间如洪水般的包裹,配送效率更是在全世界都首屈一指,而中国快递行业的业务量去年超过400亿件,收入达到4957亿元,已经连续四年位居全球第一。行业更是孕育了包括顺丰、三通一达等在内的多家上市公司。

C 全行业加速技术转型

快递公司走向资本市场的背后,是在智能物流骨干网协同下,中国快递行业正在经历的一次大升级。

2014年,菜鸟电子面单推出后,每个包裹有了一个标准的“身份证”,行业有了数据化的基础设施。随后,自动流水线、机器人……从稀奇到普及。如今,在快递企业的仓库中,机器人的身影随处可见,大大提高了分拣效率。

技术无疑已经成为行业的关键词。今年“双11”,物联网技术从物流园区管理、商品的存储拣选调拨、干线运输、网点管理以及末端配送,端到端落地应用。

目前,菜鸟已经在仓储、运输节点、车辆、末端、包裹等环节加大物联网技术的研发和应用,推动整个行业加入技术投入,实现物流要素的数字化、智能化。

在圆通萧山分拨中心内,菜鸟与圆通速递近期也联合启用了超级机器人分拨中心。高峰期内,2000平方米的场地内,350台菜鸟“小蓝人”昼夜作业,每天可分拣超过50万个包裹,机器人三天的行驶里程足以绕地球赤道一圈。

在末端,菜鸟推出的智能语音助手已在主要快递公司上线,帮助快递员自动完成“派前电联”,提高配送效率与消费体验。菜鸟驿站也宣布,覆盖北上广深杭等全国大中城市的智能柜继续对快递员和用户免费,能提供免输手机号批量投柜,让快递员提高投柜效率。

快递全数字化流程的实现,为统筹全网、实现智能路由、提前预测备货等提供了可能。

同时,今年也是天猫“双11”10周年,阿里巴巴城市战略全面升级,全国400座城市全面参与线上线下狂欢,利用“互联网+”对本地生活服务生态体系全面升级。新零售的落地,带来同城配送、即时物流,众包运力,产生了门店发货、盒马等3公里生活圈。

“双11”和物流业都在发生着改变,同时也正在改变人们的生活方式。

2009年的一场电商年末促销,把属于“单身汉”的节日变成了全民狂欢,成就了电商行业翻倍的销售额,也成就了物流快递的摇身一变。经过10年生长,科技、智能成为关键词。现在,物流快递业正在走向“全球一张网、智慧大协同”的进化升级。

(刘畅)

