

“200 亿”时代

中国快递业离成熟有多远



1 “200 亿”时代 代表了什么

2 “200 亿”时代:透视国家经济的窗口

3 “200 亿”时代 离成熟有多远

国家邮政局相关负责人介绍,在“十二五”初期,2015 年快递业务量目标定为 61 亿件。“十二五”期间,我国快递业年均增速达 54.6%。在经济下行压力增大的背景下,如此高速增长的行业并不多见。

国家邮政局市场监管司司长韩瑞林说:“200 亿虽然只是一个数字,却涵盖了快递基础设施建设、安全管理、服务创新方面的进步。”

“十二五”期间,我国快递基础设施建设不断提升。据统计,全国新建、在建快递物流园区超过 200 个,以无锡苏南、贵州龙里、天津武清为代表的园区产业集聚不断增强。

韩瑞林介绍,从全国范围看,快递业已基本具备为 3.77 亿农村人口提供寄递服务的基础能力。全国乡镇快递服务覆盖率已超过 70%,部分东部省份已经实现“镇镇有网点”。

快递业正在由劳动密集型向资本、技术密集型加速升级。在服务创新方面,随着电子运单、自动化分拣、智能化终端技术广泛应用,快递服务水平不断提升。智能快件箱、快递公共服务站、连锁商业合作、第三方服务平台等新业态不断涌现,为社会提供更优质的末端服务,也提供了更多的创业机遇。截至今年底,全国主要城市安装智能快件箱已逾 6 万组,投递快件逾 2 亿件。

“从简单的服务型产业向全社会价值链进一步延伸。”韩瑞林说,从服务百姓需求,到主动适应社会经济发展,快递业为推动流通转型、消费升级作出了贡献。

“全年 200 亿件,平均到全国人均达到 15 件,一线城市比重可能更高。在北京,每天快递量达 800 万件,基本上每 3 个人 1 天就有 1 件快递。”国家邮政局局长马军胜估算。

目前快递已经成为支撑电商发展的主渠道。2015 年,行业支撑网络零售交易额超 3 万亿元。

“中国快递业已经成为透视国家经济的窗口,体现了新业态的崛起。”国务院发展研究中心研究员魏际刚说。

快递下乡对沟通城乡的流通,改善老百姓的生活,特别是农民的

生活意义重大。在很多农村地区,利用快递网络打开农产品市场成为当地政府扶贫、致富工作的有力抓手。2015 年,农村地区收寄和投递包裹量超过 50 亿件,带动农副产品进城超过 500 亿元、工业品下乡超过 2500 亿元。

快递,正从服务电商拓展到制造业、跨境贸易多点开花。在跨境电商方面,已经有多家快递企业通过开设分公司、设立海外仓、合资合作等不同方式进军海外市场,订单处理、跨境运输、海外仓储、境外配送等能力逐步提升。

国邮智库专家邵钟林说,中央提出供给侧改革,不是消费需求不旺盛,而是老的方式不适应。“过去等人上门、批量生产,老百姓不喜欢。快递能适应这种需求,所以在产业发展中一枝独秀。”

当快递进入“200 亿”时代,在数量上占绝对优势,在质量上与国外快递巨头相比,还有多远? 在优化服务、产业链深度融合、谋求海外市场方面还有多大的差距?

“快递的特点就是要快。”韩瑞林说,人们一提快递,就想到网购,实际上电商只是快递服务的一部分。将来,跨境电商、高附加值产品,如高端医疗产品、冷链运输等产品要成为快递产业的重要组成部分。所以,快递的运输方式航空、陆运根据需要协调发展。

目前,邮政 EMS、顺丰、圆通三家企业已经建立了自有航空公司,自有全货机超过 90 架。而 2014 年,全国全货机只有 104 架。我国快件量占国内货邮吞吐量比例已超一半。韩瑞林说,仅美国联邦快递一家企业就有 600 多架全货机,从这点看,中国快递企业和国外巨头的差距还很大。

“美国联邦快递为什么强?不是强在数量,而是胜在附加值高。比

如运送一个心脏起搏器,就要求运送时间精确到分钟。”韩瑞林说,快递不仅要快,还需要定制化的快,只有实现了服务的最优化,才能实现产业的高附加值。目前,以顺丰速运为代表的民营快递企业纷纷推出当日达、次日达等定制化服务。

国邮智库专家邵钟林说,在“互联网+”时代,流通领域的变革趋势越来越明显,老百姓对快递服务的个性化需求越来越高。快递要从简单的投递服务过渡到定制化服务,以丰富的产品形式满足人们生活便利化的需求。

“全国的快递企业有 1.4 万个,这么大的快递市场,一定要有几个‘航空母舰’。”马军胜说,要加快海外运输通道的建设,鼓励快递企业走出去,在海外建立海外仓。要和当地的快递企业联合拓展市场,培育壮大我们的业务份额。

(据新华社电)