

“飞”上云端的快递

□ 林克

近日,民航局印发《“十四五”航空物流发展专项规划》(简称《规划》)。这是中国民航首次编制航空物流发展专

项规划,将为构建优质高效、自主可控的航空物流体系提供精准指引。而此前就有不少航空公司布局物流,1月30

日,国内三大航之一的南方航空发布了新款快递服务产品,将会为消费者提供最快当天送达的门到门的快递服务。

近年来,快递公司纷纷自建机队并筹划建设机场,进军航空货运领域,而南航的快递业务属于一次反向渗透。



京东快递全货机。本报资料室供图

“飞递到门”当日达

1月30日,南航物流的南航飞递小程序发布了新产品“门到门当日达”,消费者从广州出发,目的地为北京、重庆、武汉及海口的线路,只需在11点之前下单,寄送物品将会在当天送至指定地点。

当日达时效承诺刷新了广州—北京航空快件市场的最快

时效。南航物流产品体系包括南航快运、南航特运、南航专运、南航标运、南航联运、南航飞递。

据悉,快递产品南航飞递是南航物流与京东物流合作,依托南航航空资源,并借助京东物流发达的地面收派网络,合力打造

的属于物流公司国内航空快件产品,服务内容包括自上门揽收至到达派送的全流程。

据南航飞递小程序显示,飞递到门—当日达产品承诺在指定时间前落地的货物,将在落地当天派送,目前共有17个城市开展业务。其中,交货机场包括北京、广

州、武汉等15个城市,航班19点前落地,可当天派送的城市有广州、北京、深圳等8个城市,航班18点前落地,可当天派送的城市有成都、太原、上海等9个城市,在指定时间后落地,将于次日13点前派送,乌鲁木齐则为14点前派送。

提高时效是王道

航空公司推出快递产品的同时,快递公司也在提高快件时效。

2021年4月,与南航合作的京东物流宣布与浙江长龙、中原龙浩等航空公司深化合作,增加全货机航线布局投入,继续拓展与南航、东航、国航、海航等企业合作的散航资源,对快递时效进行提速。

京东物流预计2021年9月

底,京东快递航空城市流向将超过10万条,可寄航空件的城市也扩展至310个,次晨与次日线路数量也将实现超过50%的大幅度跃升,全面提升一地发全国的时效能力。

2021年12月,中通间接持股的浙江星联航空货运有限公司开始向全国招募500—600左右的末端网络服务商,以航空、高铁资源组合来实现高端件时效提速,

与中通大网分开运营。

浙江星联航空货运提供的产品为高端时效产品,对标顺丰,诞生于2020年9月。据悉,新的快递网络由三大分拨链路组成,包括航空干线网、高铁干支线路和中通市内班车公交网。

时效件快递是顺丰的主场,顺丰当天寄当天达的顺丰即日产品,截至2021年上半年已覆盖191座城市。

货运业务保持增长

受疫情影响,港口堵塞,人们出行受限,航空客运市场尚未恢复,全球航空货运市场保持高速增长。

据1月25日国际航空运输协会(IATA)发布的全球航空货运定期报告,2021年全年航空货运需求比2019年增长6.9%,比2020年增长18.7%,自1990年国际航协开始货运报告以来,此需求增长率仅次于2010年增长率(20.6%),比全球货物贸易增长率(9.8%)高8.9个百分点。

国际航协理事长威利·沃尔什表示:“2021年航空货运表现亮眼。对于许多航空公司而言,加强对各岗位人员特别是闭环内工作人员的防疫培训,强化防疫演练,确保场站和交通运输工具一线从业

人员熟知防疫要求。同时,严格落实防疫措施,指导交通运输服务保障单位落实落细交通场站、交通运输工具和邮政营业场所消毒通风、测温验码、个人防护等各项防疫措施,加强闭环内人员“点对点、一站式”运输组织,坚决避免“脱环”“破环”现象。

数为9771万人,同比增长4.05%,国际载客人数为63.9万人,同比减少76.58%。

但在货运数据方面,数据呈现相反的发展方向,国内货邮运量为76.5万吨,同比下降6.38%,国际货邮运量为66.4万吨,同比增长4.73%,总货邮运量与疫情前2019年的68.8万吨数据相差2.2万吨。

2020年,交通运输部鼓励航空公司开展“客改货”、货运包机等方式增加航空货运能力。

疫情期间,增长的航空货运价格成为航空公司收入的重要来源。南航2021年半年报显示,其执行“客改货”4240班,推出了货运六大产品体系。2021年上半年实现货邮运收入88.66亿元,同比增加15.64%,主要由于全球疫情的反复,国际货运需求仍处于高位,货邮运收入同比增加。

2021年上半年,南航物流实现营业收入86.4亿元,同比增加15.78%;实现净利润23.6亿元。

寒冬里的守护

(上接第1版)

大考前筑牢疫情防控屏障

冬奥期间,部分地区新冠肺炎疫情零星散发,全面做好疫情防控工作成为圆满完成冬奥服务保障的关键一环。

“自1月4日为提前来华人员提供部分交通服务至冬奥会闭幕,冬奥交通疫情防控措施执行良好,服务保障规范有序。”北京冬奥会交通工作协调小组办公室工作人员告诉记者,1月4日至20日,冬奥交通执行“小闭环”管理,为提前入境的涉奥人员提供机场接驳和驻地往返场馆间的专用班车、出租车、包车等服务。1月21日起,正式为涉奥人员提供交通服务。

记者了解到,为切实保障防疫安全,交通运输部与北京冬奥组委、属地人民政府紧密协作,按照闭环

内外“分区不重叠、流线不交叉、界面严管控、人员不跨区”的要求,有力推进疫情防控工作。北京冬奥会交通工作协调小组印发《北京2022年冬奥会和冬残奥会交通领域新冠肺炎疫情防控工作指南(第二版)》,细化闭环内外各类涉奥人员、交通

“护目镜上的水汽模糊了视线、仔细辨认旅客手机上预定酒店信息、引导旅客登上去往酒店的北京冬奥会班车……”这样的动作,记不清重复了多少次。”国航地面服务部外航服务中心高级副经理张志伟说,守护在北京首都国际机场T3D保障专区,他丝毫不敢松懈,穿着密不透风的防护服做航班保障工作,在寒冷的冬天,防护服里的衣衫总是湿了干、干了湿,“能为筑牢冬奥会防疫屏障贡献力量,一切都值得。”

赛场外支撑“双奥之城”

十七天的精彩角逐,冬奥盛宴留下太多令人回味的瞬间。而每一个精彩瞬间的诞生,都离不开交通

保障团队强大的支撑。开幕式当天,国际奥委会主席巴赫亲笔书写感谢信,为2022年北京冬奥会交通服务保障的成功经验注脚。

“曹先生,您的服务很友好、礼貌、准时,让我在从冬奥场地去往酒店途中感到安全,很高兴有你开车送我。”这天,冬奥驾驶员曹玉国收到来自外国友人的感谢短信。

这是万余名交通人舍小家、顾大局奉献精神的缩影。清晨6时,天色蒙亮,北京冬奥会张家口赛区赛时交通运行指挥部运输组副组长李桦已从宾馆出发,前往崇礼南客运枢纽的冬奥交通保障指挥调度中心,开始新一天的赛区交通运输服务保障工作。

“制定交通运行计划,及时向各场馆、各驻地酒店、各服务保障团队



2月14日,一则关于“字节跳动投资极兔”的消息在快递圈炸开了锅。实际上,自从字节跳动旗下的电商业务和业务版图迅速崛起和日益壮大后,在快递与物流方面的“绯闻”就没有停过。

从阿里、京东到拼多多,从美团、腾讯到百度,或多或少,或深或浅,物流和快递,永远都是绕不开的话题。

保障平稳运行

物流快递这条路,电商平台早晚都会走,尤其大平台。于平台而言,四个核心要素:商流、物流、信息流、资金流,缺一不可。

以京东为例,为什么一定要自建物流?2015年在接受媒体采访时,京东集团首席执行官刘强东给出答案:“2007年之前,京东的商品既自己配送又依赖传统快递公司。不过,就京东的包裹,在当时被偷的最严重。京东当时主营的是手机、电脑等3C家电产品,也非常值钱。对于京东包裹被偷的问题,彼时的快递公司也比较头疼,甚至都不愿意接京东的快递单子了。毕竟被偷,快递公司也有不小的损失。”

笔者认为上述话语中包含两层意思,一方面自建物流可让商品配送时间与服务质量、标准化更有保障,避免快递掉包、随意乱丢等现象;另一方面防止快递被调包、随意乱丢等,也能够大幅度提升用户体验,增强用户粘性 with 信任感。如今,经过10多年发展,原本只是一个部门的京东物流已经成长为在港交所上市的京东物流,成为驱动京东发展的三驾马车之一。

就电商平台而言,在刚起步时,由于无法预测与评估GMV或者是GMV比较少,加之自建物流资金投入过重,一般都会选择第三方快递公司进行合作配送。但是当订单量达到一定规模后,自建物流或者说布局物流就是一件水到渠成、也必须要做的事。

其二,就是对自身所产生的庞大数据与业务进行闭环生态管理,强化物流底盘,让商流基石运行更稳定可控。一来可将物流进行精细化运营,加强物流配送成本管控,发展业务多元化效应,增加公司变现渠道;二来也可加强自身在电商领域的竞争壁垒,通过物流不仅可以降低整体平台运营成本,还可以稳固平台订单更健康运营。

其三,数字物流时代,物流信息全链路穿透是大趋势,如果电商平台沿着数字供应链把手伸得更长一些,对不具备综合物流服务优势的快递企业来说就是挑战。

提供更好服务

目前来看,电商平台入局物流快递主要有三种方式:一是自建物流;二是“自建+并购”;三是“自建+整合”,即通过投资入股方式布局。

自建物流的平台代表:京东自建京东物流,唯品会自建品骏快递(快递已关停)、国美自建安迅物流(已计划今年IPO)。

“自建+并购”的平台代表:苏宁自建苏宁物流后并购天天快递(快递已关停)。

“自建+整合”的平台代表,阿里旗下的菜鸟,一方面通过投资的方式入

反馈运行时刻表,各种需求、各种因素叠加在一起,如同抽丝剥茧一般,需要极大的细心与耐心。经常到凌晨一两点钟,将当天的交通保障工作安排妥当,才回到宾馆休息。”李桦介绍,2021年10月22日北京冬奥会系列测试赛以来,交通保障团队成员很多时候每天只能休息三四个小时,但大家干劲十足,因为心里都憋着一股劲——全力保障冬奥盛会。

“北京冬奥会交通保障工作是一项提供服务时间长达55天、为11万各类注册人员、200万人次持票观众提供各类交通保障服务的重要工作。”北京冬奥组委交通保障组协调小组联络主管刘婷告诉记者,1月4日,交通服务提前启用,紧迫的任务、紧张的节奏早早开始。“筒仓的女生宿舍放着3张上下铺‘流水床’,需要24小时值守时就睡在这里,每隔三天就会在此睡上一觉。”她们的

字节跳动为何布局快递物流?

□ 珍珍

股三通一达,同时还自建丹鸟与溪鸟。

具体到拼多多、字节这两大后起之秀,先是从“轻物流”入手,自建电子面单,随后以“捆绑”或投资等方式深度布局。

就国内物流快递发展现状来看,社会化第三方快递公司配送运力已相当充足。所以,笔者认为,字节可能与拼多多一样不会亲自下场经营,优选“轻运营”,像起初阿里做菜鸟一样,上线电子面单,以轻资产模式运营物流。

一是社会化运力充足;二是因为自建物流投资过重,需要耗费巨额资金、人力、物力与时间等,况且现在相关部门对于快递牌照的发放管控较为严格;三是因为电子面单是电商企业掌握物流动向的一把钥匙,掌握电子面单就相当于掌握了快递全流程信息,数据可以从电商穿透至快递网点,形成商家到快递总部、快递网点、快递员整个信息链条的闭环,便于公司对于快递的管理与管控以及物流渠道控制,更好服务消费者。

事实亦如此,2019年3月拼多多上线电子面单;2021年7月字节跳动抖音上线电子面单,可谓异曲同工。

物流行业专家杨达卿认为,消费电商竞争的核心就是数字化供应链,字节跳动要想把抖音电商做大必然要完善供应链体系,未来

会通过投资或其他方式涉足物流,一方面取决于抖音电商的市场规模,快递市场进入门槛已经很高,规模化竞争越来越明显;另一方面取决于抖音电商对自身在消费供应链上的定位,定位是决定是否投入物流或怎么投资物流的前提。

延伸多条赛道

上线电子面单之前,字节跳动就已经在物流领域规划谋局。根据36氪报道,2021年4月,字节跳动抖音电商正在各地拿地建仓、试水华中收货。称其已经在广东、云南、浙江、河南等全国多个地区拿地建仓,对珠宝玉石、酒类、保健品类等需要鉴定的产品进行集中采购发货。

同年8月,字节跳动投资纵腾集团,布局海外。这是一家仓储总面积超过100万平方米,年处理订单量超过3亿单,服务全球超过1.5万家跨境电商商户的全球化跨境电商物流企业。纵腾集团旗下拥有“谷仓海外仓”“云途物流”“纵腾冠通”“沃德太客”等多个物流品牌。

与此同时,字节跳动先后成立了两家涉及海关监管货物仓储的物流供应链公司——上海道趣跃动物流科技有限公司和上海星辰跃动供应链管理有限公

司。其中,星辰跃动供应链已与韵达云仓达成了合作,布局产地仓。2021年11月底,字节跳动又投资了iMile。iMile是一家总部位于迪拜的快递初创公司。12月1日,字节跳动抖音又顺势推出快递产品分层产品,上线“送货上门”服务,希望构建包括物流在内相对完整的电商服务体系。年末,其又将物流板块延伸至快递赛道。

在物流自动化领域,字节跳动也没少投资。根据天眼查数据显示,其近两年在物流自动化方面的投资有近10起,包括投资瀚智科技、迦智科技、Syrius恒星、未来机器人、斯年智驾、大寰机器人等,包含了物流机器人、无人驾驶、无人集卡等。细数下来,字节的物流棋局已然成型。

坚守,赢来了交通保障的高满意度。

2月14日,雪花纷飞中,北京市交通运输综合执法总队100余名冬奥志愿者在首都机场、大兴机场、城市交通枢纽、重点地铁站口、交通路口等30余个志愿服务点位开展志愿服务。

冬奥保障的关键时期正值中国春节假期,每天有十几班进出港航班,高峰时段超过2000人次进出港。张志伟和大约120名国航地服工作人员一起坚守在专区,大家贴心地在防护服上印上了新春的祝福,向北京冬奥会传递美好祝愿,在工作一线为冬奥健儿们加油喝彩,成了赛场外的一道亮丽风景线。

本届冬奥会上,前赴后继的交通保障人员,在各自岗位上埋头苦干,默默奉献,汇聚起冬奥之光闪亮绽放的交通力量,彰显着交通精神。太多时刻,值得铭记!