

上半年快递股斥资16亿元搞研发

自动化分拣、数字化仓储、智慧化无人全面开花

□记者 范云兵

“全行业要聚焦‘智能+’，大力实施科技创新，加快推动邮政业高质量发展。”9月5日，在2019年邮政业科技创新工作会议上，国家邮政局局长马军胜为行业科技创新指明了方向。科技创新，已经成为邮政业高质量发展的新动能。《中国邮政快递报》记者梳理快递企业上半年财报发现，报告期内，7家上市企业研发费用总计达到15.96亿元，占其营业收入的1.25%。

资源投入各家不同 顺丰研发力度最大

记者梳理发现，顺丰是上半年研发投入费用最多的一家，为12.09亿元，同比增长56.31%，占其500.7亿元营收的2.41%。在顺丰半年报中，“研发”2字共出现55次，也是A股上市公司半年报中提及“研发”次数最多的。上半年，顺丰控股已获得及申报中的专利共有1982项，软件著作权854个，今年上半年发明专利申请量占到申请总量的60%。

带有技术基因的百世居于次席，上半年研发费用为1.17亿元，占155.6亿元营收的0.75%。中通位居第三，研发费用为1.05亿元，占99.98亿元营收的1.05%。它也是顺丰之外，唯一一家研发投入占比超过1%的企业。中通研发费用占营收比重较高的一个重要原因，是其营收不包含派费收入，营收总额比其他加盟制企业低。

研发费用排名第四至第七的企业依次是申通、韵达、圆通和德邦，分别为5362.2万元、3997.5万元、3673.4万元、3477.9万元，其中申通研发费用占营业收入的比重为0.55%，其他4家均

低于0.3%。值得指出的是，申通研发费用的增长最快，达到444.9%，而德邦则同比减少45.8%。

此外，中国邮政、菜鸟网络、京东物流、苏宁物流等企业也纷纷加大研发投入力度。例如，京东物流目前拥有3000名研发人员，对物流场景进行创新研究。

研发重点各有侧重 智能化为主要方向

在邮政业科技创新工作会议上，马军胜提出，要推动聚焦“智能+”客户服务，促进服务品质化；“智能+”基础设施，促进网络智能化；“智能+”生产组织，促进运营高效化；“智能+”关联领域，促进产业协同化；“智能+”节能环保，促进运营绿色化；“智能+”决策监管，促进治理现代化。

记者梳理发现，各大上市企业的年报均已体现邮政业的智能化方向。例如顺丰的研发集中在大数据、区块链技术应用、智慧物流地图、智慧决策、计算机视觉领域，自动化分拣设备、智能硬件、物流无人机，数字化仓储、智慧包装，信息安全等10个方面。以包装领域为例，顺丰形成

了以物流标准、材料技术、产品迭代和无形资产为核心的四大包装研发体系。

韵达研发投入了多层交叉带，效率较以往提升2倍，处理能力达每小时8万件，分拣准确率超过99.8%，单位产能大幅提升，促进分拣成本进一步下降。同时，该公司持续推进“科技下乡”和“以智赋能”，用信息化、自动化赋能加盟商，帮助网点设计、定制自动化分拣设备，极大提升了网点产能，促进加盟商与总部协同发展。

再以德邦为例，其“货在哪”以精准匹配算法为核心，实现销售线索的精准推送，线索量较以往人工摸排获取的方式提升了81.2%，节省了37.5%线索获取时间。

总体水平有待提升 继续加大投入力度

那么，快递行业在研发方面的投入，在全国经济领域中位于什么水平？8月30日，科技部发布的《2018年全国科技经费投入统计公报》显示，全国2018年共投入研究与试验发展经费1.97万亿元，增长11.8%，占GDP的比重为2.19%。公报统计范围包括政

府属研究机构、高等学校以及包括建筑业、交通运输、仓储和邮政业在内的12种行业。

从7家上市快递企业研发费用平均占营收1.25%的比例来看，只有顺丰一家高于全国平均水平，我国快递行业的研发水平还有待进一步提升。

对于未来的技术发展重点，各企业的财报进行了相应披露。

未来3年，申通将投入10亿元研发经费重塑申通技术，搭建申通快速“云计算、大数据、人工智能”数智运营平台、智慧经营平台、智能决策平台、数字后勤平台、全链路数字化操作平台，通过技术赋能，全面提升科技支撑力，做到运营数字化、操作一体化、决策智能化。

今年，德邦与滴滴打车研发团队合作研发的“卢系统”，实现了接送货业务操作、运行轨迹、签单的过程可视。报告期内，“卢系统”车队标准计价功能已推广至21个车队，票均成本降低约2%，而这一功能预计9月份推广至全国。

中通也在财报中表示，将加大加快基础设施和智能科技研发的投入，加快末端收派资源的部署和协同升级，将网络政策落地到最前端。

上半年物流领域 并购规模357亿元

□记者 范云兵

近日，普华永道发布的《2016年至2019年上半年中国物流行业并购活动回顾及趋势展望》(以下简称《回顾及展望》)显示，今年上半年，我国物流行业并购交易共计61起，整体交易规模约为357亿元，环比增长22%和12%。物流智能化、综合物流是重点并购交易领域，分别是并购数量和规模的榜首，而快递快运领域规模达67亿元，占比18.8%。

综合物流领域规模第一

具体到细分领域，智能信息化、综合物流在今年上半年倍受资本追捧。其中，智能信息化融资并购交易数量为20宗，综合物流为17宗，在总交易数量中占比超60%。综合物流领域则以119亿元的数额，在并购规模上排名第一，智能信息化领域并购数额为50亿元。

对此，普华永道中国内地及香港物流行业交易服务主管合伙人张锐表示，降本增效使得智能信息化领域持续受到资本青睐，其中以智慧物流管理平台、仓储自动化、网络货运平台等最受关注。在资本和产业的支持下，智能信息化领域不断出现独角兽企业，大型独角兽企业又基于自身优势不断开展新兴技术领域的投资布局，强化自身领先优势和核心竞争力。

而在产业和消费升级背景下，供应链领域受到关注，大型航空、空运集团引入社会资本提升运营效能，领先物流企业通过新建、收购等方式扩张业务版图，实现向综合物流商的转变。

物流仓储、快递快运等细分领域表现同样不俗，前者上半年共发生并购6宗，资金规模为64亿元；后者为5宗，资金规模为67亿元。此外，城市新零售物流和“最后一公里”服务领域并购事件也比较多。

产业投资者超金融投资者

在投资者类型上，《回顾与展望》显示，产业投资者日益活跃，上半年并购数量和规模均超过金融投资者。产业

投资、金融投资、产业投资+金融投资的并购案分别为30宗、26宗和5宗，资金规模分别为203.1亿元、108.1亿元、45.8亿元。

以物流、互联网为主的产业投资者关注综合物流、快递快运、物流仓储和智能信息化等领域。金融投资者的单笔交易金额相对较小，主要关注A、B轮融资阶段。

同时，一些活跃投资者值得关注。普洛斯(隐山资本、阿里系企业、顺丰、钟鼎创投、京东等均是活跃投资者。作为产业投资者的普洛斯倾向早期投资，C轮以前的交易数量约占总数量的80%。普洛斯上半年共参与4宗投资，包括参与投资中铁特货运输、壹米滴答、纵腾集团及优速快递等。阿里系企业围绕电商和城市新零售领域展开，上半年发生1宗并购交易，为战略入股中通快递。顺丰控股积极投资智能信息化、生鲜冷链、综合物流等领域，上半年发生4宗并购事件。

下半年关注四大细分领域

那么，2019年下半年物流领域投资并购的趋势又将如何？

普华永道认为，并购交易活动将主要集中在综合物流、物流仓储、智能信息化、跨境物流四大细分领域。这意味着，综合物流和智能信息化将继续上半年火热的势头。

例如，在综合物流方面，下半年领先的快递快运企业将加大在供应链管理、供应链金融、货运代理、物流仓储管理领域的投资。在物流仓储方面，相关企业将谋求对更多传统物流仓储的收购和智能水平升级，以满足电商、新零售、高端制造等产业对高端仓储设施的需求。

值得一提的是，各细分领域领先企业继续进入对方业务范畴，各领域间的边界日趋模糊，如快递快运业务加快融合。资本将更加青睐具有综合物流服务商潜质的企业，推动业务覆盖快递、零担快运、仓储管理、供应链等领域，帮助其获得更多竞争优势。

进企业 学本领

南邮学子暑期实践有收获



“智能物流”有哪些环节？支持“智能物流”的平台需要哪些硬核知识？暑假中，南京邮电大学现代邮政学院“邮规未来”暑期社会实践团队一行37人深入中国邮政

速递物流南京集散中心、中通江宁区分公司及南京魔格信息科技有限公司学习解惑。

通过此次学习，实践团队成员直观感受到邮政快递科学技术的发展。

团队成员闻庆听说，“参与这次暑期社会实践活动，激发了我强烈的求知欲和对专业学习的热爱，希望将来能投身国家邮政行业，贡献自己的力量。”

图/文 谢莉莉、闻庆昕



快递电商上阵忙 秭归脐橙销得畅 “电商+快递+扶贫”的秭归探索

□通讯员 雷奥林

湖北省宜昌市秭归县是国家级重点贫困县，也是全国著名的脐橙之乡。近年来，该县大力推进柑橘产业供给侧结构性改革，大力调整品种种植结构，形成了春有伦晚、夏有夏橙、秋有九月红、冬有纽荷尔，一年四季产鲜橙的柑橘产业格局。目前，全县柑橘种植面积近200万亩，年产量300余万吨。

在政策的引导下，秭归脐橙网销有了快速发展，截至目前，秭归县柑橘网销商户已突破万家，在天猫、京东商城等平台注册店面逾1500家，开设各类旗舰店15家，网销龙头企业超过100家，销售秭归脐橙的微商5万余家，年交易额突破10亿元。在“快递+电商”的推动下，秭归脐橙“红透”全国。

抓好网络布局

服务下沉，网络先行。在脐橙产区建立寄递网络，是脐橙网销的第一仗。

秭归为鼓励服务下沉，政策引导企业优先在贫困村布局网点，建设村级电子商务综合服务站，同时对每个村级电商综合服务站给予一次性补助。协调快递企业对农村电商服务站100个，通过“电商+合作社+贫困户”模式带动贫困户增收339户，户均

增收900元。通过国家电子商务进农村综合示范县项目，加快电子商务向农村特别是贫困村覆盖。

大力培育电商龙头企业，发挥示范引领作用，建设华维物流电商物流产业园等产业园区。2017年11月，相关部门在秭归建成全国唯一一家“供e家”电商小镇，小镇拥有1000平方米的运营中心、8000平方米的创新创业孵化基地，入驻电商企业37家、实体店18家，对接农业产业化龙头企业17家、12个乡镇物流仓储和电商中心及60家基层供销社综合服务站。

为做好秭归县柑橘电商销售文章，宜昌市邮政分公司共计投入500多万元对邮政支局所、邮件处理场所进行改造，购买车辆、设备提升普遍服务能力，并依托邮乐网组建了宜昌特色馆，上线了秭归脐橙产品。建成秭归县电子商务运营中心，并在大部分乡镇和农村建设了镇级电子商务服务中心和村级邮政便民服务站，建立“市、县级电子商务运营中心+乡镇电子商务服务中心+村级电子商务服务站”三级电子商务运营服务网络。

抓牢精准服务

宜昌市邮政管理局持续开展网点升级改造，优化网点服务，完善网点配

套设施，实现邮政、快递网点由简单交易型向综合服务型转变，逐步打造集“网络代购+平台批销+农产品返城+公共服务+普惠金融+物流配送”为一体的农村电子商务服务体系，为农户提供“购物不出村、销售不出村、生活不出村、金融不出村、创业不出村”的电商快递综合服务。

宜昌局还鼓励邮政、快递企业为农村快递网点和电商服务站提供运营策划、培训、IT外包、美工、客服、代运营等专业服务，健全上下游服务链。依托村级电商服务站开展网货开发指导、信息服务、线上线下相结合，形成“一站带多户”“一站带一村”模式。同时因地制宜、因人而异，多形式、多方法扩大网店经营规模，采取教育培训、资源投入、市场对接、政策支持、提供服务等方式方法，由快递企业帮助农户开办网店，销售农产品。通过与电商龙头企业、电商协会、专业合作社开展贫困户网店“一对一”对接，帮助农户提高网店运营效益。

此外，在开展执法检查过程中，宜昌局还同步对秭归县农村末端网点和电商服务站经营情况进行全面排查。针对贫困村电商服务站服务功能不全、贫困户电商经营技能不全面、创业增收成效不明显和物流服务不健全、贫困村物流快递配送不及时等问题，会同县经信部门制定了整改措施。

抓实流通环节

强化网运支撑，根据脐橙销售季节的物流需要，寄递企业积极提速农村运输作业时限，每日快件在下午4时前及时发运，遇有特殊情况或量大不能赶班发运的，则增加加班车辆，将快件当日送达处理中心，有效避免鲜果产品因运输时间过长造成的售后问题。同时，宜昌局还协调市交通运管部门，为寄递车辆开通绿色通道，确保秭归脐橙寄递高峰期寄递车辆能正常生产作业。

宜昌局还支持引导各寄递公司建立完善秭归县郭家坝镇、水田坝乡、归州镇、茅坪镇等脐橙重点乡镇的快件运输线路，督促企业添置必要设备，提高处理能力。在脐橙产销旺季，各寄递网点适时调配车辆及人员进村揽收，为客户提供脐橙套袋、包装服务，有效提升了农村电商客户体验，树立了邮政业服务“三农”、支持地方农村电商发展的良好社会形象。

据介绍，宜昌局将围绕秭归脐橙产品上行这一重要环节，发挥邮政快递企业的优势，进一步提升服务水平、优化网络布局，强化综合能力，通过电商网络搭台、配送体系开路 and 定点结对共建“三驾马车”整体拉动，为农村电商发展搭建良好平台。

“最后一公里”大家谈

苏宁物流副总裁陆君峰：

场景驱动末端变革

□记者 张平

“在零售3.0时代，基础设施资源将成为驱动物流业变化的主要力量。”在2019快递“最后一公里”峰会上，苏宁物流副总裁陆君峰说，在3.0时代，商业业态发生了很多变化，呈现流量去中心化、社群社交化、零售触点网络化的特点。基于此，苏宁快递围绕“最后一公里”衍生出很多服务产品。同时，电商、快递、即时配、仓配一体等一系列产品也在3.0时代发生变化。在过去一年，苏宁物流从网络整合、全场景服务布局、业态创新升级和绿色共生入手，拓展“最后一公里”服务。

市场变化催生跨界需求

苏宁以零售起家，发轫于企业货物运输，存储需求的苏宁物流，在末端服务中呈现出不同于传统快递企业的特点。“苏宁是基于仓储做区域仓配，北京仓不会覆盖其他城市。但当电商发展到一定程度后，由于资金压力，一些供应商不愿意把货物铺到全国，这时候就需要有跨区域的服务能力。”陆君峰表示，以往，苏宁区域性的仓配服务缺少全国性的转运体系，苏宁物流收购天天快递，这是要将其全国性的转运体系嫁接过来，补齐自身在这个层面上的短板。

业务上虽然可以实现互补，但对于直营体系的苏宁物流来说，要与加盟制快递企业实现无缝对接并不容易。

“苏宁物流称仓配的‘最后一公里’为品质物流，强调送货上门、开箱验货，一名快递员单日最多派送六七件货物。而传统快递则更注重效率，在不影响揽收的情况下，一名快递员日均派件量可达200件。”陆君峰说，加盟制企业总部与加盟商是合作关系，直营体系则是上下级的关系。收购天天后，苏宁物流一直在推进网络整合，过程充满挑

战。比如加盟网点并不擅长派送体积大、重量大的仓配件，现在网点就需克服困难，改变业务结构。

避免并行推进网络融合

加快网络融合、避免双网并行是苏宁物流这几年持续推进的一项重点工作。

“服务和质量改善是永恒的话题。”陆君峰表示，过去几年，苏宁物流的仓配服务获得了不错的市场口碑，但作为一家二线快递企业，天天需要走出一条差异化的发展道路，而不是靠简单的价格竞争取胜。

为此，苏宁物流在整合天天的过程中，就要进行组织整合、思想统一和网络整合。陆君峰说：“通过改造质量管理体系和质量标准，让天天可以推出有价值、高附加值的服务产品。而改造其产品体系、提升服务质量则是苏宁物流近两年的工作重点。”

对于具体措施，陆君峰表示，苏宁物流正帮助天天建立考核奖惩制度，在行业以罚代管普遍存在的背景下，建立培训、监督体系就显得尤为重要。要帮助网点解决其在业务推进过程中遇到的困难和问题，拿出资源改造天天的质量管理体系。

目前，天天和苏宁快递原有网络75%以上的末端网点和转运中心都完成了整合工作，除北京、上海外，基本已实现了在一张网同时完成仓配服务和传统快递服务的目标。

“我们将进一步完成全网整合，希望在一网多能的业态下能够打造多产品同网的品牌。”陆君峰说，目前取得了一些成绩，但也有困难。整体上到今年年底，苏宁自有物流和天天的整合将达到一个比较理想的状态。