

2019年,中通快递业务量逾100亿件——

这个“世界纪录”是怎样做到的

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾

慧眼观企

近年来,中通快递积极响应国家邮政局、商务部“快递向西向下”服务拓展工程的号召,推进乡镇服务网点标准化建设,持续开拓“三农”寄递服务,致力于满足新时代广大农村对寄递服务的新需求。

随着国内疫情防控形势持续向好,快递、物流业的生产秩序加快恢复。中通快递数据显示,截至目前,湖北省以外的经营已基本恢复,市场份额也回到了疫情前的水平。武汉转运中心自3月20日晚恢复运行以来,快件分拣量保持高速增长,目前单日业务量已增至110万件,整体产能已恢复至50%;武汉市内的网点复工率已超过90%。当前,武汉中通各网点的快递员还在陆续返岗中,派件量也将陆续恢复正常。

“快递企业既是疫情防控的生力军,也是恢复生产的先锋。”中通快递集团董事长赖梅松说,疫情期间,快递小哥不分昼夜地运送救援物资、保障民生需求、守护美好生活,传递了战疫必胜的信心。

这种“小蜜蜂”精神,在中通去年的成绩单中就已得到验证。

统计显示,2019年,中通快递集团累计业务量突破100亿件,成为中国及全球首家创造此纪录的快递企业。

“快递是商品与用户的纽带,也是生产与消费的桥梁。百亿吨新起点意味着更重的责任、更多的担当、更高的追求。”赖梅松表示,未来,中通将努力提升服务能力,提高服务品质,帮助更多人创业就业,满足人们对美好生活的期望。同时,集团还将继续做好提质增效工作,帮助全社会降低物流成本,坚持高质量发展、绿色发展,助力精准脱贫和乡村振兴。

科技赋能

让快递越“跑”越快

国家邮政局日前发布的数据显示,2019年快递业务量达630亿件,同比增长24%,折合人均45件快递包裹。其中,超过100亿件快递是由中通快递完成的。

时效,应该是更多消费者选择中通的重要原因之一。一个佐证是,去年“双11”期间,中通快递力压同行业公司,斩获了当日仓配一体行业“第一单”。

中通是如何赢得这场一年一度的“大考”的?

在位于云南省大理市的中通快递滇西转运中心,记者看到,智能化交叉带快递包裹分拣系统运转如飞。

“智能分拣系统每小时最多可处理2.4万件包裹,分拣准确率达99.99%,不仅大大降低了成本,也提高了快件转运时效。”中通快递滇西转运中心负责人廖体雄告诉记者,该中心业务覆盖大理、丽江、保山、临沧、怒江、迪庆等8州市,日均处理快递量超过20万件。

“随着智能分拣系统投入使用以及智



3月20日,在暂停近2个月之后,中通武汉转运中心恢复运行,图为中通员工正在分拣快递包裹。

程云摄(中经视觉)

能识别、计算机条形码、无线射频等技术的有效应用,我们的满负荷运载日均处理量有望达到60万件,在滇西地区的运送时效将提高0.5至1个工作日。”廖体雄说。

近年来,中通快递一直加强在科技领域的投入与建设。他们先后自主研发出中天、掌中通、神州、盘古、宝盒、快递管家等软件系统和数字化工具,为包裹的全链路数字化管理搭建了便捷的技术平台。

在此基础上,针对快递全链路的各个环节,中通科技还上线了众多科技产品,让包裹更安全、高效、绿色地送达用户手中。比如,他们投入了100万个带有RFID芯片的可循环帆布袋。据了解,RFID芯片可识别高速运动物体,实时收集包裹中转、区域流向信息,实现包裹运输的全程追踪功能。这种帆布袋可重复使用,“生命周期”长达4个月至6个月。

助力扶贫

使更多农户增收

快递作为农业产业化链条上至关重要的环节,直接影响农产品从田间运出的时效、农产品的新鲜程度及最终定价。

曾经只能在当地飘香的甘肃民勤蜜瓜,正是在中通快递的推动下,才成为水果市场上的网红产品。“往年没有快递和电商介入,瓜农只能通过外地客商将蜜瓜卖出,价格一般都很低。也有人尝试线下零售,但大多数卖不完,一大半都会烂掉。”中通快递甘肃天水分公司负责人李成说。

2017年,中通利用自有电商平台以及全国数万家门店,形成线上线下、销售运输网络闭环,售出400多万斤蜜瓜,帮助瓜农增收近百万元。2018年,在中通快递的帮助下,首届民勤蜜瓜节成功举办,为民勤蜜瓜品牌化发展铺平了道路。2019年,民勤蜜瓜种植面积达10万亩,产量约20万吨,

网上销售已占民勤蜜瓜销量的50%以上。

“快递+电商+农户”的产销一体模式,只是中通快递通过供应链物流和电商平台双向赋能,拓展农产品销路,帮助农户增收的一个缩影。

在中通快递决策层看来,“人无业不富”,就业扶贫是最有效、最直接的脱贫方式。董珍艳的脱贫案例正是“就业扶贫”的最佳证明。

董珍艳是贵州毕节市文阁乡人。她的丈夫因病去世,家里又有3个孩子需要照顾,全家只能靠她当临时工的微薄收入糊口。得知董珍艳家的情况后,中通快递毕节业务负责人张连波主动提出让她自主经营毕节市文阁乡中通网点。

在张连波的帮助下,董珍艳顺利接手文阁乡网点,并很快在当地打开了局面,业务量逐渐攀升。如今,算上快递网点的收入,她每个月的收入接近1万元。“是快递彻底改变了我的生活。”董珍艳说。

近年来,中通快递积极响应国家邮政局、商务部“快递向西向下”服务拓展工程的号召,推进乡镇服务网点标准化建设,持续开拓“三农”寄递服务,致力于满足新时代广大农村群众对寄递服务的新需求;打造涉农电子商务平台,打通农产品销售渠道。

目前,中通快递拥有快递服务网点逾3万个,运输网络通达全国98%以上的区县,乡镇覆盖率超过90%。赖梅松表示,随着网络和服务的不断延伸,中通快递将帮助更多贫困家庭脱贫致富,迈向美好新生活。

加快“出海”

推动本地化经营

近年来,国内快递企业纷纷乘着“一带一路”建设的东风走向海外,中通也不例外。

2017年7月,中通快递进入柬埔寨市场,至今已陆续开通金边、西港、柴桢、暹

粒、干丹、柴桢等30余个区域的快件收派服务。目前,中通快递柬埔寨公司有近40个一级网点、12辆干线运输车辆,网点已经覆盖柬埔寨全国76%以上的省份。

“我们彻底点燃了柬埔寨当地人以及在柬华人的网购热情。”中通快递柬埔寨公司总经理张维告诉记者,在柬埔寨当地可通过淘宝等电商平台下单,直接网购中国的商品并通过中通快递运输到柬埔寨。“中国电商平台上有很多物美价廉的产品,加上超低的物流费用,经常比在柬埔寨国内直接购买还划算。”

当然,快递出海不仅带来了更广阔的市场,也意味着要面对本土化等多种挑战。

“来越南之前,我们也曾想过把在国内已经成形的模式直接搬过来,但实践下来发现,并没有想象中那么简单。”中通快递越南公司有关负责人告诉记者,越南中通管理团队在充分调研后,决定放弃“复制粘贴”中通国内模式的想法,转而基于“自建快递转运站结合末端加盟”策略,推动“充分本土化”。此举在当地取得了积极反馈,截至目前仅河内一地就有120多个网络合作伙伴加盟中通。

如今,中通“走出去”的版图还在继续扩大。2019年5月,中通正式进军泰国快递服务市场,落地业务直接服务于当地市场和百姓,并实现属地化管理。泰国也由此成为中通继柬埔寨、缅甸、老挝、越南之后,在东南亚地区的第五块“拼图”。

2020年,快递业将面临更大的机遇与挑战。赖梅松表示,随着“一带一路”建设深入推进,中通快递将加快“走出去”,把服务网络延伸到世界各地,链接全球更多生产者、消费者,实现更多领域的资源互通、优势互补,为经济社会发展进一步赋能。

“我们要帮助更多工业品和农特产品更好、更快地销往全球各地,也要来自东南亚地区的水果、来自欧洲的红酒等快速、经济地送到国内消费者手中。”赖梅松说。

企事录

新零售增强抗风险能力

林氏木业淘宝开直播

本报记者 郑杨

疫情之下,广东佛山的家具企业林氏木业正推动全公司线下业务接入淘宝直播,目前,有超过2000名员工投入了直播。不裁员,保证导购底薪,靠着新零售,林氏木业在疫情发生后线上销售增加了三成。

“以往我们虽然也做直播,但线下的生意还没有完全接入直播。在疫情期间,我们公司针对线下门店开展直播进行了一系列培训。”林氏木业联合创始人、林氏木业全渠道中心副总裁崔杰慧告诉记者:“业务上我们有解题的方法论——线上和线下两大块业务里,线上部分,疫情基本没有影响到我们,我们就继续保持原来的节奏;线下部分,直播就是我们的解题方法。”

扛过了疫情来袭最艰难的时期,林氏木业计划由总部牵头,要求全国250个门店2000多人联动起来投入淘宝直播加速复工。现在,林氏木业的天猫旗舰店每天都有直播。

崔杰慧坦言,家居行业客单价高、消费频次低,疫情对春节期间消费高峰造成了影响,让品牌的销售遭到了不小冲击。“不幸中的万幸,就是我们采取了新零售的商业模式。我们虽然也很不容易,但是还能活着,活得还可以。”

林氏木业的业务一半在线上,一半在线下。这家公司2007年就“触网”入驻淘宝,也是最早一批试水网上零售的家具企业。在线下门店暂时不能开业的情况下,林氏木业线上业务还在增长,访客流量和销售同比增长百分之二三十。

该公司在钉钉上“云复工”,用视频和语音会议统筹工作、联络经销商,远程收集员工健康情况。线下没法走动,就在线直播拜访客户。整个林氏木业的员工都会被通知到位,公司不会裁员,安心在家线上办公或者待命。

此前积累的数字化基础成了破局的关键。利用阿里巴巴商业操作系统,林氏木业于2018年6月完成线上线下会员体系的一体化,逐步统一线上线下的产品、价格、活动和服务等,并通过全域营销更精准地洞察消费者需求,提升运营效率。2019年12月的数据显示,在数据技术的帮助下,林氏木业获客成本下降了45%。截至目前,在天猫平台上粉丝超930万。

“如果你的业务很传统,工作沟通方式也很传统,那疫情一来,你基本上就是聋了哑了的状态。”崔杰慧说。

对消费品牌而言,假如一段时间业务量骤减,一个关键的风险就是客户流失。现在,林氏木业也着力推动直营店、经销加盟店加入淘宝直播,由公司承担湖北直播导购员两个月的底薪,湖北之外承担一个月的底薪。这不仅是为了突破供应链上下游企业复工复产不同步带来的现实问题,也是为明天做打算。通过售卖优惠券、预付定金等措施,林氏木业希望促成更多消费者完成购买,锁定未来的需求。

“我们这个行业,如果业务100%都是在线下,风险太高了。对一般的企业来说,两个月没销量基本上就元气大伤,甚至要宣告破产。我们新零售的布局,鸡蛋并不在一个篮子里,这对我们来说提高了抗风险能力。”崔杰慧说。

“云体育”对接“宅经济”

英士博推出健身新场景

本报记者 李治国

1149组家庭参与、4000名青少年参赛、40万人次网络投票……为期一个月的2020年“英士博”杯全国快乐体操比赛(南区)暨第一届全国快乐体操网络大赛近日落下帷幕。“新冠肺炎疫情发生以来,孩子‘宅’在家里战‘疫’,我们就在原有赛事的基础上进行了网上升级,让‘互联网+体育’带着孩子们一起上‘云’。”英士博CEO程凯表示,今后,将抓住提升青少年身体素质这一核心,进一步探索“互联网+体育用品”的产业路径,让传统的体育培训站上“云端风口”。

受到疫情影响,以线下体验为主的体育培训产业近来受到了巨大冲击,包括英士博在内的诸多培训机构均关闭所有场馆。“我们也经历了连续两个月线下的零收入。”程凯说,但是英士博没有坐以待毙,在暂停一切线下相关业务的同时,开启了互联网转型。

“疫情发生后,大家纷纷响应号召不出门,憋坏了没办法运动的小朋友,我们希望小朋友在家里也能运动起来。”程凯说,在线上转型之际,英士博同步尝试将原有的赛事“搬”上网,在国家体育总局体操运动管理中心、中国体操协会的支持下,英士博联合中国体操学院、上海市青少年体育协会、上海市体操协会、湖北省体操协会等十几个省市的体操协会,在2月14日正式启动了以“运动提高免疫力,争做抗疫小冠军”为主题的2020年“英士博”杯全国快乐体操比赛(南区)暨第一届全国快乐体操网络大赛。赛事还邀请了国内很多运动领域知名人士参与,奥运冠军李小双是本届大赛的嘉宾,国际级体操裁判刘朝辉、蔡玉军等都来给小运动员们评分。

“我们制定了线上规程,运动员线上参赛,教练员线上辅导、裁判员线上学习、裁判员线上评分、观众线上投票,获得线上证书。”程凯说,“疫情隔离了裁判员和运动员,但是互联网让我们更紧密地联系起来,我们制定了一整套的线上操作规则,通过这一网上赛事,也带火了居家健身运动”。

与赛事相配合,英士博开放了自有的线上课程,免费向全国小朋友们开放使用。据了解,这套线上运动课程由英士博技术顾问、平衡木世界冠军孙晓皎出镜拍摄。此外,英士博还组织教练员志愿者线上对小朋友进行专业指导。

“疫情虽然对众多青少年健身机构造成了不小的损失和影响,但在英士博看来,这同样也是一次机遇。通过这次疫情,许多家长开始意识到小朋友的身体健康更重要。”程凯表示。

根据艾媒咨询数据显示,2020年,我国在线教育市场规模预计将达4538亿元,在线教育用户规模将达3.09亿人。“通过这次开放线上课程、举办网上体操赛事,英士博发现线上上课的习惯养成,反而会辅助教育成果的展现。”程凯表示,目前,英士博还在开发系列居家体育用品,同样希望以“互联网+”的形式,最大范围抵达每一个家庭,让人们在享受“宅生活”的同时,积极进行“宅锻炼”,这或许能给我们开启一个全新的体育培训场景。

生意经

注册用户超过9500万

马上金融以“云技术”实现逆袭

本报记者 钱箬旻

新冠肺炎疫情给消费金融公司带来重大挑战,线下实体消费、服务性消费业务受到很大冲击,呼叫中心、贷后管理等业务以及员工返岗复工也受到严重影响。一个多月前的2月17日,马上消费金融公司(以下简称马上金融)正式启动“现场+远程”并行的办公模式,逐步推进员工返岗复工。得益于成熟的远程线上办公能力,马上金融灵活应用远程与现场办公结合、轮班轮岗的模式,在有效防控疫情的前提下保持了业务的正常开展。

对消费金融公司来说,关乎用户服务最核心的就是呼叫中心的业务。为确保疫情期间服务不断线,马上金融从2月3日起就启动了全业务链条远程办公。这背后,离不开马上金融公司上下的齐心协力,也有赖于基于技术自主研发能力积累的线上

办公丰富经验。马上金融通过云技术解决服务连续性,通过安全技术解决远程办公模式下的信息安全问题,以“人+云+机器人”远程办公和人机协作的模式,确保“智能+人工”服务7×24小时全时段覆盖。自主研发的智能语音质检系统,可在线对远程呼叫中心坐席与用户交互行为规范性进行实时智能检查,实现100%全量AI质检和精准情绪检测,高效解决了呼叫中心远程办公条件下的客服规范化管理,确保高质量的服务水平。

数据显示,马上金融云呼叫中心远程办公以来,客户整体满意度达98%,一次性问题解决率超过85%,较疫情之前集中办公时均有所提升。

疫情期间,马上金融免费开放云呼叫中心、借助智能客服系统等技术资源,助

力更多企业应对疫情危机,顺利复工复产。同时,马上金融自主研发的得助智能外呼机器人还推出智能信息采集系统,以AI技术实现批量外呼、大量人群定期寻访、数据收集、统计管理等多种功能,助力社会基层疫情排查。马上金融科技支持防疫的成果也受到了认可,其中,云呼叫中心和智能外呼机器人两项疫情防控信息化应用解决方案入围重庆市经信委发布的《重庆市疫情防控软件产品和信息化应用解决方案参考目录(第一批)》。

截至3月13日,马上金融云呼叫中心已累计提供客户服务超过450万次。而到3月26日,马上金融注册用户超过9500万。

谈及在逆境中保持活力与高质量发展的原因,马上金融创始人兼CEO赵国

庆认为,拥有闭环能力的金融机构可能会在逆境中得到更为快速的修复,但是没有闭环能力的公司,可能会在这个过程中需要更长的时间。闭环能力即在获客、风控、科技、客服、融资等全业务流程中均具有完全自主的能力建设,每一项能力都像齿轮一样环环相扣,从而能在面临危机时形成自我造血、灵活应对、快速修复的能力。

赵国庆认为,面对危机,企业要做的是保持信心,做好业务。疫情的影响是暂时的,中国消费金融行业长期利好不会因为疫情而改变。长期来看,中国一定能很好地控制住疫情,消费对经济拉动作用的基本面不会改变,用户改善生活品质、提升消费的品质需求没有改变,行业与经济在疫情结束后会很快得到修复。