

“菜鸟速递”推出，会否打破快递市场格局

■中国城市报记者 张亚欣

菜鸟集团成立10周年之际，动作频频：先是官宣新掌门人，接着又宣布推出自营品质快递业务“菜鸟速递”，并发布了其对于海外市场的布局。一系列重磅消息引发业内遐想，10岁的菜鸟要“振翅高飞”了吗？

蔡崇信：菜鸟将持续投身物流产业化运营

6月28日对于菜鸟而言是不平凡的一天。

一周之前，阿里巴巴控股集团董事会主席兼CEO张勇通过全员信宣布，自己将于今年9月10日卸任阿里巴巴控股集团董事会主席兼CEO职务，同时宣布集团执行副主席蔡崇信出任阿里巴巴控股集团董事会主席。

在当天的2023全球智慧物流峰会上，阿里巴巴集团董事会执行副主席蔡崇信接棒菜鸟集团董事长后，首次透露了他对于智慧物流的思考以及菜鸟未来的发展战略。

“经过十年的发展，智慧物流已经成为每一个订单包裹后的物流基因。阿里巴巴集团将始终支持菜鸟的发展。”蔡崇信表示，当前，消费依然是经济发展最重要的动力，网络零售又是消费的主场景之一。菜鸟将持续投入建设物流能力，立足中国根基，着眼全球市场，构建全球化物流网络；进一步扩大数字化智能化的领先性，保持作为智慧物流领先企业的科技本色；全力投身物流产业化运营，深入客户服务场景中锤炼物流能力。

在业内看来，蔡崇信宣布的三个菜鸟未来发展的方向，释放出菜鸟要进一步构建全球化物流网络、扩大数字化智能化的领先性、深入客户服务场景中锤炼物流能力的信号。这预示着菜鸟将加大在全球市场

布局，提升技术和服务水平，并加强与客户的合作，以满足不断变化的物流需求，数智化和智能化是菜鸟未来发展的重要方向。

“菜鸟深耕智慧物流的根基和优势主要体现在其数字化智能化的领先性。”资深物流从业者王震在接受中国城市报记者采访时指出，菜鸟通过引入人工智能、大数据分析等技术，实现了物流信息的实时追踪和智能化调度，提高了物流效率和准确性。再加上菜鸟还与各大电商平台合作，建立了强大的物流网络，拥有丰富的物流资源和经验。

菜鸟集团CEO万霖在峰会上也提到，未来十年智慧物流迎来全新的发展机遇，菜鸟将全力投入建设一张全球领先的智慧物流网络，打造包括国内物流、跨境物流和海外本地物流在内的三大长链物流网络，形成末端驿站、物流地产和物流科技等三大短链业务。

已获快递牌照 推出菜鸟速递

当日的重磅消息莫过于菜鸟宣布推出自营的品质快递业务：菜鸟速递。中国快递协会会长高宏峰在峰会上透露，菜鸟已经拿到快递牌照。这意味着，菜鸟一改过去阿里系数据服务平台的定位，开始亲自下场操刀快递业务。

数据显示，2023年上半年来，我国快递业延续9年的发展势头，每月快递量超过100亿件。截至6月24日，今年我国快递业务量已达600亿件，比2019年达到600亿件提前了172天，比2022年提前了34天。

万霖表示：“中国快递市场发展得足够快、也足够大，需要物流行业提供多层次的供给。菜鸟希望打造更具性价比的品质服务，满足商家不断出现的需求。”



已经投入使用的菜鸟速递。菜鸟集团供图

中国城市报记者现场了解到，菜鸟速递是为适应市场上对高质量快递需要而生，主要聚焦“菜鸟自营、品质快递、好用不贵”，服务上对标行业最优，价格上兼具性价比，并按照时效和重量提供丰富的产品矩阵，覆盖大件、中小件和微小件等全重量级包裹。

实际上，菜鸟速递的推出并非菜鸟第一次涉足国内快递落地配送。早在六年前，菜鸟就有搭建落地配网络、支撑天猫超市等阿里内部自营业务发展的动作，丹鸟直送就是此前菜鸟自营的快递业务，提供区域性、本地化配送。据菜鸟方面介绍，菜鸟速递正是丹鸟直送的升级，在丹鸟落地配网络上，扩充了网点、搭建了跨省的干线运输、转运中心等基础设施，升级为全国性的快递。

目前，菜鸟速递已经向部分商家开放试用。乳业龙头伊利在天猫上的部分旗舰店去年开始试用菜鸟速递服务，据其给出的试用反馈称，物流问题投诉下降30%，大促物流成本下降30%，并且老客户复购占比提升10%。

峰会现场，认养一头牛、青岛啤酒、添可、欧珀莱、盒马和银泰百货等客户也与菜鸟速递签约，意味着菜鸟速递面向市

场全面开放。同时，菜鸟速递将接入菜鸟供应链，与菜鸟仓组成优选仓配半日达服务，为商家提供仓配一体化服务，提升消费者体验。

菜鸟速递 将动谁的“蛋糕”

菜鸟下场深耕快递业务，是否会打破快递市场现有的格局？成为业内关注的焦点。

快递行业专家赵小敏认为，菜鸟速递的推出实质上是响应市场的需求，“菜鸟速递对快递市场来说是一种有益补充。消费市场容量足够大，还有广阔的发展空间，并不会与通达系等经济型快递形成直接竞争关系。”赵小敏说。

“从市场发展的角度来看，菜鸟自营快递业务的推出，会与通达系等经济型快递形成一定的竞合关系，将促进快递市场的进一步发展和完善。”盘古智库高级研究员江瀚在接受中国城市报记者采访时直言，对于菜鸟自身来说，推出自营快递业务，可以提高其在快递市场的竞争力和市场份额，同时也可以提高其盈利能力。

据介绍，菜鸟速递主打半日达、当日达、送货上门和夜间揽收等服务，在全国近300

城提供晚到及破损必赔、不上门必赔、在途拦截和在途更改目的地等五个100%承诺。

江瀚分析，从市场定位的角度来看，菜鸟的自营快递力求差异化竞争，更加倾向于中高端市场，与通达系不会形成直接的竞争。

换言之，菜鸟速递或将与顺丰、京东物流形成正面竞争的关系。

“可以提高消费者对快递服务的期望值，促使其他快递公司也提高服务质量，以保持竞争力。”深度科技研究院院长张孝荣在接受中国城市报记者采访时分析，自营快递业务可以帮助菜鸟更好地控制整个物流链，提高效率和运营灵活性。同时，菜鸟速递作为自己的品牌，可以为菜鸟集团增加品牌影响力和市场份额。

长远来看，菜鸟自营快递业务的发展具有极大想象空间。随着人们对快递服务的要求不断提高，以及电商行业的快速发展，快递市场的潜在需求也越来越大。江瀚分析：“如果菜鸟能够有效地整合其资源和能力，发挥其在物流领域的优势，那么自营快递业务的发展前景非常广阔。这也需要菜鸟不断地进行创新和优化，以提高其在快递市场的竞争力和服务质量，从而实现可持续发展。”

在张孝荣看来，作为一个拥有强大科技支持的物流科技公司，菜鸟集团可以利用大数据和人工智能等技术手段，优化快递网络和配送效率，提供更高质量和更智能的快递服务，比如更准确的配送预测、更快速的配送速度和更便捷的用户体验等。需要注意的是，推出自营快递业务的菜鸟需要投入更多的资金和资源来建设快递网络和设施。同时，自营快递业务也需要菜鸟集团自己来承担运营成本和风险，如投诉和赔偿等。

值得关注的是，菜鸟的“野心”还覆盖到了国际物流领域。峰会当日，菜鸟发布了国际业务方面的最新进展，以及在西班牙推出本地快递自营业务的情况。万霖表示，菜鸟将在欧洲、北美、东南亚等海外重点市场深入运营关键物流要素，以每年1个至2个国家的节奏建设海外本地物流网络。

万霖还透露，菜鸟将联合速卖通在今年内推出“全球五日达”国际快递快线产品，从重点国家市场开始，逐步让跨境包裹实现5个工作日送达。通过对国内揽收、干线运输、海外分拨与末端配送四段的精细化运营，菜鸟国际快递快线产品预计可让跨境包裹从支付到签收全程时长较行业提速30%。

安徽天长：投资5358万元 重点输变电工程并网投产

6月30日，总投资5358万元的安徽省滁州市天长110千伏石梁输变电工程正式并网投产。该工程是国家电网公司首批“DB”总承包试点输变电工程，较常规工程提前120天竣工投产。图为6月30日，技术人员对110千伏石梁变电站供电设备进行投产前的检查验收。

人民图片

