

文章编号: 1007-5399(2019)03-0025-02

邮政国际小包类业务发展探析

麦辰

(中国邮政集团公司广东省分公司, 广东 广州 510898)

摘要:立足国内扩大开放、国际终端费上涨的宏观背景,分析了邮政国际小包产品发展存在的问题,从板块协同、进出口平衡、市场开拓等方面探讨了邮政国际小包业务的创新策略。

关键词:国际小包;终端费;板块协同;进出口均衡;3C

中图分类号:F61 **文献标识码:**A

邮政国际小包包括国际平包、挂包和E邮宝,具有全球通达性、合法性、清关便利和价格低等特点,其中跨境电子商务出口小包类产品占B2C跨境出口市场的五成以上,但同时也受到了国内外市场环境及科技进步的影响,包括国际终端费上涨、国内扩大开放,以及大数据、人工智能、金融科技、智慧物流等技术的蓬勃发展。

1 当前国际小包业务发展存在的问题

一是国际小包的价格优势和时尚特点,会受到终端费上涨的影响。二是国际小包的跟踪服务质量低于很多竞争对手。三是国际小包业务的欠费问题比较严重。四是中国邮政开展金融、寄递、电子商务、报刊、媒体和集邮等多种业务,各种业务发展不平衡,科技水平落后,数据和信息技术投入不足,未发挥综合优势。

2 国际小包业务发展建议

2.1 金融信贷和寄递业务相结合

邮政开办金融和寄递等多种业务,响应用户多种需求,可为用户提供全生态服务,因此可结合金融信贷服务加强对寄递用户的监控,用寄递客户壮大“金融翼”的实力。

全国邮政业务中,国际小包欠费非常突出。我国商业环境中的欠费和欠债问题较多,一个企业主注册多家公司,逃匿资产和税收,一旦欠费,法院执行面临困难。目前,政府层面不断加强宣传和执行力度,净化商业环境,力争三年内解决执行难问题,而企业自身也应积极采取措施,肃清发展障碍。一是呼吁Wish、eBay和速卖通等电子商务平台加强对商家的控制力度,邮政与各个主要电子商务平台合作,加强对商家欠费监管。二是发挥金融业务对用户的监控作用,信贷以企业主财产为抵押,可以有效解决企业主注册多家公司和逃匿资产的行为。2018年,广东邮政在调查商会市场时发现,商业客户对信贷需求十分迫切,因此邮政金融信贷应充分发挥激励作用,对及时交运费的企业提供信贷优惠。同时,代理金融以存款利差分成作为收入来源,可以发

挥代理金融网点与本地客户关系密切的优势提供信贷产品,开拓新市场。三是寄递业务和邮政储蓄业务要互相协作。寄递类客户是邮务产品中规模最大的高质量用户,而国际小包客户是寄递类产品的最优质客户,可以将寄递客户交叉给邮政金融事业发展。实现寄递和金融大数据交叉营销,通过寄递用户挖掘金融用户。寄递类业务用户平均年龄37岁,与全国平均年龄接近,邮政金融、报刊和集邮等业务客户年纪较大,年青一代客户可通过寄递业务识别邮政品牌,成为邮政其他板块业务的忠诚客户,同时寄递业务也可以得到金融用户数据。

2.2 从跨境出口为主转向进出口均衡

万国邮政联盟计划逐步消除发展中国家和发达国家的终端费差距,终端费的大幅上涨,将迫使国际小包业务上调资费。中美邮政渠道终端费价格不平衡,引起美国不满。在欧洲,英国店主对中国到英国的邮政跨境低运费也很不满。

我国是世界主要出口国,出口比例远远大于进口。我国当前贸易政策是大幅度增加进口,平衡国际贸易,倒逼国内产业升级,满足消费者对高质量消费品的需求。邮政应充分利用政策红利,增加跨境进口业务,以此平衡跨境出口终端费的增长,降低价格上涨传导给用户的副作用。

邮政跨境进口市场优势较大,跨境进口用户以中产阶级为主,跨境进口小包发展也将提升邮政品牌地位。建议邮政增加海外国际邮政互换站,建设海外回国仓和回国线路,同时把跨境进口与电子商务业务发展相结合,加大对邮乐网投入,组织货源,增加跨境进口产品电子商务自行销售规模。

2.3 开拓“一带一路”市场

国际小包类产品主要流向美国和欧洲等发达国家和地区,在东南亚、非洲和中东等国家规模较小,这些国家终端费不高,因此开拓“一带一路”市场潜力较大。

2.4 拓展工业生产资料市场

全球化生产日渐呈现本地化趋势,更加靠近用户,工业生产资料运输比例将不断扩大。工业4.0向消费端和生产端

两个方向发展，有观点认为邮政更应重视消费端，但是从现有邮政国际小包用户看，邮政在生产端有较大市场。

2017年，广东国际小包电子元器件和部件、电子生产和开发设备品类属于生产资料工业品类出口，占3C品类的22%。电子产品制造主要采用空运物流，国际小包的航空运输有一定速度优势，20天内即可送达用户，国际小包在制造领域有较大市场。

根据国际小包不同流向国的3C工业品类占比与制造业在国民经济中的占比数据图（见图1），可以看到两条趋势线接近平行，用R语言计算秩相关系数：

$cor(c(37, 24.79, 23, 19, 13.79, 12, 11.69, 11.12, 9.25), c(42, 25.97, 30.16, 20, 16.77, 22.5, 14.04, 14.27, 15.09))$ ，method=“spearman”）

得到相关系数为0.866 666 7。证明3C工业品类占比与制造业在国民经济中占比有很高的相关性，说明工业品类主要是流向制造业规模大的国家。国际小包类业务应关注工业品零配件寄递类服务，积极扩展工业类市场，适应工业4.0发展。

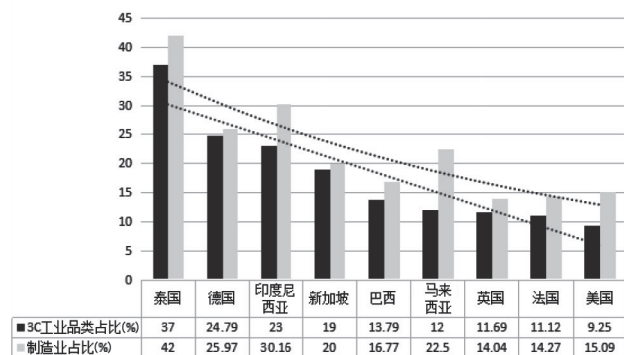


图1 国际小包不同流向国3C工业品类与制造业比例相关图

2.5 大力拓展 B2B 市场

电子商务化是邮政的第二次转型，与邮政合作的电子商务平台包括Wish、速卖通、LAZAD和万邑通等，以B2C平台为主。但在2017年跨境出口业务中，B2B模式占比81%，B2C占比19%。B2B跨境出口市场比较成熟，发展趋势是碎片化订单，订单小、次数多、交货时间短和避库存，适合国际小包产品特点。目前，中邮国际小包B2C占比高达78%，要想拓展市场需要更多关注B2B平台。

各大平台根据时效和可跟踪性水平来定义物流质量，高价产品用高质量物流运送，这要求国际小包提高服务质量。Wish和速卖通正在扩展增加妥投信息服务。各大平台为保证服务质量，逐步要求卖家必须使用推荐的物流公司，因此入选成为平台物流公司很关键，入选后物流收入也能得到一定保障。因此，邮政要深化平台合作，通过提高质量、加入平台物流系统，来扩大B2B市场规模。

2.6 扩展 3C 品类渠道

广东邮政国际小包的海关品类数据（见图2）显示：服装类占第一位，收入占比46.49%，数量占比39.47%，重量占比49.55%；3C类占第二位，收入占比15.84%，数量占比

17.84%，重量占比12.97%。广东省的3C类产品出口位列全省第一位，用户需求不断增长。而且3C产品重量低于全部品类的平均重量，因此，邮政国际小包应积极拓展3C渠道，增加业务收入。

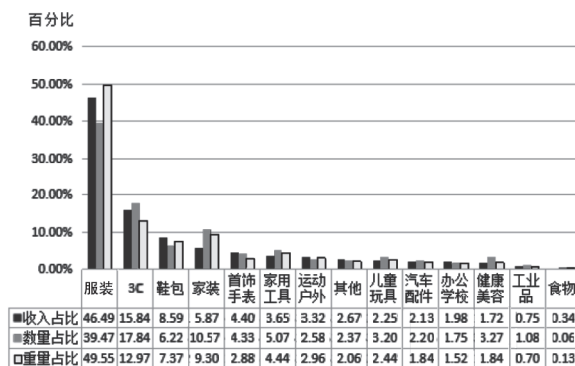


图2 2017年广东邮政国际小包海关数据对比

3 结语

中国邮政是集金融、物流、媒体、信息和电子商务于一体的综合企业集团，应借助互联网思维，充分发挥多个业务板块的协同效力。邮政国际小包类产品，应与金融业务相结合，作为多种业务集成的突破口。为满足国内消费者对跨境进口需求的增长，邮政应关注跨境进口，平衡终端费上涨。关注工业品类和B2B市场，减少对B2C市场的依赖，开拓3C类和其他受到运输限制的商品市场。随着终端费价格上涨，邮政急需提高产品质量，为客户提供更多时限短、时限稳定和跟踪信息多的小包产品，优化客户体验。

参考文献

- 1 电子商务研究中心. 2017年度中国跨境电子商务年度报告. <http://www.100ec.cn/zt/17zgfz/>, 2018-05-21
- 2 李士代, 袁野. 速卖通运营手册. 北京: 中国财富出版社, 2017
- 3 Wish电子商务学院. Wish官方运营手册. 北京: 电子工业出版社, 2017
- 4 卡巴科弗. R语言实战(第一版). 北京: 人民邮电出版社, 2014
- 5 芬巴尔利夫西. 后全球化时代: 世界制造与全球化未来. 北京: 中信出版社, 2018
- 6 陆露. 广东地区跨境电子商务发展面临的问题及发展思路. 财讯, 2017, 28
- 7 智研咨询. 2017年中国进出口总额、进口额、出口额及进出口差额统计分析. <http://www.chyxx.com/industry/201802/613892.html>, 2018-02-24

收稿日期: 2018-12-10

作者简介: 麦辰(1970~), 男, 广东中山人, 硕士, 高级工程师, 主要从事寄递业务与金融交叉营销数据分析研究。