

品牌热线

13916082031

(电话时间:周一到周五,10点到17点)

透视民营快递业“涨价门”背后

近期,数家民营快递公司集团宣布涨价,然而迫于竞争压力,各家执行情况大相径庭,一些分支机构集体“抗命”。业内人士指出,快递业已到了转变盈利模式的时候



“这次涨价事件不是突发性的,我们在10月份有预案,这是一件早已计划好的事情。其实我们在涨价之前已经做了大量的市场调查,民营快递早些时候过低杀价已经背离了服务行业的标准,大家都是靠低价来拼市场,却削弱了我们的服务质量。我们这次涨价,就是要从内部、外部消化低质的快件,降低数量,提高质量。”

遭遇“抗命”

不料,从四大快递公司先后宣布上调快件运价后到现在这些天来,消息几乎每天在变;先是多家民营快递迅速加入涨价大军,一时间形成所谓的“涨价联盟”;然后又又是中通、韵达两家快递公司挂出公告,明确表示此次提价不针对淘宝网卖家,“涨价联盟”崩溃;随后一些公司的客服在接受采访时,又表示价格可以商量;最新消息是,联邦快递、UPS两大国际快递公司也将于明年提价……

另一个值得注意的是,在一些快递公司总部宣布了涨价标准之后,各地执行情况却大相径庭。在众多民营快递公司中,除了顺丰等个别公司采取直营模式外,很多仍是加盟经营,其实负责某一区域的加盟商就像是一个单独的公司,核算成本后收多少钱可以自己定价,总公司的价格政策更像是“指导价”,这样才出现了多家公司宣布提价,而本地分支机构却迫于竞争压力集体“抗命”的情况。

内外交困“命悬一线”

中国民营快递的出现有其特定背景。上世纪90年代初,中国的进出口贸易增加,随着城市私营公司的出现,合同和文件的快递业务量也随之增多,民营快递的市场剧增;而旧《邮政法》规定,邮政企业可以根据需要让其他单位和个人代办邮政专营业务,政策背景相对成熟,民营快递企业如雨后春笋般遍布全国。然而,民营快递从一诞生就面临

内外夹击。外围有国字头为首的邮政速递EMS、民航快递等;国际市场和高端市场上,盘踞着资金雄厚的国际四大快递巨头: FedEx、UPS、DHL、TNT;民营快递只能争抢低端市场,价格比成为民营快递最核心的竞争力,低价恶性竞争决定了民营快递不可能设立完备的应急设施和预案。一旦外部环境交恶,可能给民营快递带来的是致命打击。

性价比决定未来命运

截至2008年底,全国各类民营快递企业两万多家,从业人员超过100万人,营业额超过100亿元,民营快递占同城快递市场的85%,异地快递市场50%以上。

来自中国快递咨询网的调研显示,快递费首重成本核算为5元,低于5元就是亏本。而据记者了解,5元甚至低于5元的网购快递费大量存在。

中国快递咨询网首席顾问徐勇认为,为了抢占市场份额,低价恶性竞争成为民营快递生存状态。此次民营快递涨价将他们的“硬伤”暴露无遗。长期以来,不少民营快递招揽客户很多是靠低价,这样他们在消化油价上涨等成本压力的能力就严重不足,对成本也格外敏感,就拿此次油价上调来说,邮政EMS以及众多国际品牌的快递无一提价,宣布涨价的大多是民营快递。之前快递公司相互杀价是一种无序的竞争,只会进入死胡同。

通过这次涨价事件,不管是民营快递企业,还是行业专家都认为,快递业已到了转变盈利模式的时候了,必须跳出低价竞争的恶性循环,提供性价比高的服务,才能在第二轮发展中站稳脚跟。

文/斐祥 小舟

抱团涨价

民营快递涨价风波始于韵达速递11月21日在其官网发布了“告客户书”,宣布因燃油价格、人工及诸多消耗品物价上涨,运营成本急剧增加而提高快件运价:近距离快件首重增加1元、续重增加0.5元/公斤,远距离快件首重增加2元、续重增加1元至1.5元/公斤。

随后数天内,国内民营快递业的主要物流供应商的“三通一达”(申通、圆通、中通、韵达)相继出台1至2元等涨价措施。涨价原因大致相同:燃油、人工及诸多消耗品价格上涨,运营成本急剧增加等。

对于此次涨价,圆通快递副总裁陈建军在接受媒体采访时表示,

近日,“五芳斋”在澳大利亚被抢注的消息被刊发后,随即引来各大媒体和网民的关注。

据佳茂知识产权代理公司法律部方修胜介绍,他是第一个将“五芳斋”商标在澳大利亚被抢注的信息发给“五芳斋”集团的,但没有收到任何回复。10月24日,方修胜接到澳大利亚抢注企业来电,抢注方称他们注册“五芳斋”商标,是为了保护中华老字号不被其他企业抢注,目的是保护中华老字号企业的无形资产。对此,方修胜认为这种理由太牵强。他表示国内老字号企业在商标保护方面非常滞后。

近年来,类似的中华老字号在海外被抢注的案例频频见诸各大媒体。“沙

中华老字号海外频遭抢注

凉溪茶”在美国被抢注,“佛跳墙”在新加坡、澳大利亚、欧盟、日本、韩国、美国被抢注,“王致和”德国被抢注,最近“五芳斋”在澳大利亚被抢注,以及“潘高寿”商标在加拿大被抢注。

为何国际上对“中华老字号”的抢注热情如此之高?佳茂公司分析,这无非是源于中国经济高速发展,国外企业及职业注册人认为“中华老字号”蕴含巨大的品牌效应及可获得巨额利润,而国内“中华老字号”经营者的知识产权意识

淡薄和经济实力较弱,也暴露出海外维权问题的严重性。

面对“中华老字号”被抢注,为何大多数企业都保持沉默。方修胜分析认为,除了企业知识产权保护意识缺失,维权成本太高也制约了这些中华老字号的海外维权行动。如在2007年,他发现“佛跳墙”被抢注后,立即将“佛跳墙”抢注信息发给聚春园大酒店,引起了聚春园的重视,但最后由于维权的成本太高,聚春园放弃了在海外的维权行动,也就

放弃了巨大的海外市场。

业内人士指出,不仅是中华老字号企业,中国其他企业都应该行动起来,国家也应该介入到老字号维权当中,协助保护企业的知识产权。国内行业必须在勤修内功,注重产品质量的同时,更需有品牌意识,现代企业竞争使企业的“轻资产运营”成为可能,而商标品牌,就是“轻资产”的核心,贯穿了企业在知识经济中知识的创造、传播与应用的全过程。企业要发展,品牌须先行。文/艾米

白酒或将集体提价的预言成为了事实。贵州茅台近日正式加入白酒集体涨价的行列,公司宣布,鉴于产品原辅材料价格上涨、市场供求状况等因素,自2010年1月1日起适当上调贵州茅台酒出厂价格,平均上调幅度约为13%。

在茅台宣布提价之前,另一个高端白酒巨头五粮液近期也针对团购和非主流高端酒提价20元,这一行为被业界认为是“试探性提

价”,分析人士认为,因五粮液跟茅台的竞争关系,造成双方屡屡“惯性跟进”,茅台的提价可能将刺激五粮液再度提价。

随着年底消费旺季的到来,各品牌白酒展开了集体涨价,泸州老窖通过指导批发价提升50元率先

在高档白酒市场吹响涨价号角,随后水井坊等也积极跟进调高价格,作为国内高端白酒行业的价格领导者,贵州茅台此次以13%的涨幅超过了其他白酒品牌。

分析人士认为,茅台提价时间早于预期,与消费税从严征收的压

力、酒厂对经济形势的判断有关。由于目前终端中库存已消化完毕,春节渠道备货效应已开始体现,加上强烈的提价预期和酒厂控量政策,渠道价格实现环比提升。高端白酒市场将率先进入提价周期。文/小舟

汉庭推“圣诞大礼包”

动同时开展,包括购买汉庭充值卡可享95折优惠;学生注册可得学生铂金卡和100元优惠券;刷农行信用卡结算房费可得5%优惠金返还;

东航东方万里行会员新加入汉庭会可得双倍里程奖励;国航知音俱乐部会员推荐朋友加入汉庭会得多重里程奖励等,其中最吸引人的是汉

庭和某网站联合推出的钻石抽奖活动,每周都将送出一颗裸钻。

汉庭相关负责人表示,酒店在圣诞节期间的出租率一直都非常好,去年圣诞期间,门店平均出租率普遍比平时高出10个百分点,今年相信会有更好的表现。文/马佳欣

近日,汉庭连锁酒店在店堂内挂上了雪花和圣诞树的叶子,今年新诞生的吉祥物汉马戴着圣诞帽的形象也出现在了酒店大大小小的宣传品上。据了解,今年汉庭连锁酒店推出了“圣诞大礼包”活动,整合了多种资源,推广力度为历年最大。整个12月,汉庭有6个促销活

张家界来沪推介旅游

日前,以“世博在上海、旅游张家界”为主体的张家界“走近”世博会旅游推介活动在南京东路步行街上的世纪广场盛装举行,约5万上海市民参与了当天的推介活动。

据悉,即日起至2010年3月31日,市民赴张家界旅游时可享受部分优惠。即24周岁以下的学生凭身份证学生证可免核心景区大门票;70岁以上老人凭身份证全年可免核心景区大门票;2010年4月30日前,在张家界召开100人以上会议(住3个晚上),免20%核心景区门票,300人以上除免20%核心景区门票外,再奖励1万元现金。

此外,张家界还与南航合作推出“精彩纷呈张家界”活动。本月18日至2010年3月31日期间购买南航国内机票的旅客,就有机会获取价值880元的张家界旅游套票。文/老秦

曹启泰打造“直达2030”

久未露面的著名主持人曹启泰近日再次涉足媒体行业,担任通用汽车馆“直达2030”展演内容的创意总监,带领周华健、邝盛、陈光荣等人在内的全明星阵容共同携手为汽车馆的精彩展演操刀制作。曹启泰透露目前自己的工作重心就是“直达2030”展演内容,对于复出主持业的说法,曹启泰表示顺其自然,有合适的机会一定会做回主持的老本行。

整个展演的核心影片讲述了一个2030年发生在上海有关“行”的动人故事。观众将透过情节的进展看到2030年未来城市的和谐画卷,以及未来汽车为城市生活带来的改变。在影片中,观众将看到人们对未来汽车生活的憧憬,他们对2030年的想象都将变成现实。强大的幕后实力是一种专业品质的保证,通用汽车馆的主展影片和其他前后展内容将奉献一场视觉盛宴。文/隋唐

“椎间盘突出”的福音

椎间盘突出,是纤维环破裂,髓核从破裂处突出压迫神经根,髓核向正后方突出,还会压迫椎管引起椎管狭窄症,不到万不得已,最好选择保守方法!一种“配方齐、浓度高”的尖端产品在首都北京研制成功了,由于针对症结,作用直接,灵妙如仙,所以取名为“仙草活骨膏”。

与其他产品不同“仙草活骨膏”外贴穴位,内达脏腑。不经过肠胃吸收。特别采用现代生物技术提取而成,富含大量生物活性物质,能够进入组织深处直透皮下骨质,改善表处微循环,从而解除对神经和椎管的压迫,特别适用于:颈椎间盘突出、颈椎病、椎管狭窄、椎体增生、滑脱引起的腰痛、坐骨神经疼、腰腿麻木疼痛、畏寒无力、肌肉萎缩、头晕手麻、脖子僵硬等

赠品有限,现购买仍可享受6送1,12送3,20送7,免费送货到门 021-51875619 周家嘴路358号(靠近新建路) 021-51093071 武胜路497号(人民广场附近工商银行旁)