

回首 2017 年大事件 航空物流把握四大趋势

来源：中国民航报 作者：祁枫

回首 2017 年，物流行业发生了很多事情：年初韵达、顺丰相继上市；4 月，原本隐藏在背后的京东物流浮出水面，并宣布对外开放；6 月，菜鸟、顺丰争夺物流大数据吸引了众多关注；2017 年的“双 11”订单量高达 13.8 亿件，分拣机器人、配送无人机在“双 11”争相亮相，夺人眼球；11 月，货运平台货车帮、运满满宣布合并；11 月，北京针对“11·18”火灾开展安全隐患大排查、大清理、大整治，让北京物流企业如履薄冰；12 月 5 日，德邦 IPO 审核通过，即将上市；12 月 20 日，顺丰在湖北鄂州的枢纽机场开工建设。“乌镇饭局”的大合影，腾讯与京东联合入股唯品会，让年底硝烟四起。

2017 年，物流行业发生了太多变化，企业事件、行业政策、资本动态；2017 年，又有共享经济、新零售、无人店等众多模式创新建立；2017 年，大数据、云计算、新能源、人工智能等众多技术在物流行业开始了更深一步的布局。每天都有新的事物、概念出现，每一家企业前进的步伐都未曾停歇。

盘点国内现有物流公司的航空业务，截至目前，国内有 3 家自有航空的快递公司。EMS 作为“国家队”，目前自有

共计 33 架全货机，其中 22 架波音 737、11 架波音 757，总运能达 638 吨。北京、江苏南京的双枢纽布局已经成为标杆式的快递航空模板，在快递界和航空界都没有人质疑 EMS 的快递航空战略。顺丰作为国内航空快递领域的先进代表，拥有 40 架自有货机，其中 5 架波音 767、18 架波音 757、17 架波音 737，总运能达 1029 吨，目前以广东深圳、浙江杭州作为双枢纽，2020 年其湖北鄂州机场将投入使用。圆通现有 6 架波音 737 全货机，总运能达 84 吨，以浙江杭州为运营基地。

根据波音的预测，未来 20 年中国将需要 180 架原产新货机和 440 架改装飞机。使用航空运力是快递企业发展到一定规模的必然要求，组建自有货运航空公司也是快递企业持续提升竞争力的主流选择。对于快递公司而言，航空运输的成本最终取决于机队规模和飞机的利用率。当机队规模扩大到 10 架~15 架时，成本就会有平台性的降低；如果不能达到一定的数量规模，自营航空的成本将远远大于客货航一体的运力成本。

除此以外，其他物流企业对于买飞机还是比较谨慎的。总结有关京东的新闻，一方面是京东在自有电商业务端的向下延伸，另一方面是京东对生鲜和冷运的情有独钟，然而，均看不出其有买飞机、建机场的打算，无人机机场倒是写在日程表上。在快递“通达系”中比较有代表性的是中通，近

3 年来其盈利能力强于“通达系”其他企业。在后期投入中，中通仍坚持深度挖掘陆运潜力，大量使用大容量的甩挂车，积极推进新能源车的使用。

最始料未及的是中国铁路的快速发展，高铁线路的开通使得 800 公里以内中短距离航空运输的竞争力逐渐下降，截至 2017 年，中国铁路营业里程达 12.7 万公里，其中高速铁路 2.5 万公里，占世界高铁总量的 66.3%。具有中国特色的高铁快递和货运班列会对中东部地区的物流方式产生深远影响。而结合货量及地面运输条件的综合考量，在那些高铁不会快速发展又用不上全货机的地区，支线货运航空将成为不可或缺的发展力量。

在互联网时代，任何行业都会有“野蛮人”敲门。既然整个竞争格局如此多变，那么对于未来，也许进攻才是最好的防守。

航空货运变革 从运输产品到高端服务

2017 年 12 月 27 日，海航现代物流在天津落地，天津货运航空挂牌，天津货航以打造“中国 UPS”为目标，计划到 2022 年拥有全货机 200 架。航空货运属于高端服务，目前全球贸易总量中只有 1% 的货运量为航空货运，但从货值来看，航空货运的货值占到了全球贸易总货值的 1/3 以上。对于传统的航空货运公司而言，这块“大蛋糕”是绝对不可忽视的。单从业务结构来看，在进军现代物流行业的诸路企业中，具

备快递、空运等快运业务背景的综合企业拥有巨大潜力，成为一家顶级的国际化物流快递公司是每家航空货运公司应有的目标。

多样化组合 合理进行货运网络布局

运输网络有两种典型结构——点对点的网络和轴辐式网络。前者是指任意两个城市之间开辟直达通路；后者是指以某一个或几个城市为枢纽，枢纽城市之间构建直达运输网络，相邻的城市通过枢纽进行中转衔接。合理布局网络可以减少中间环节、降低空载率，从而降低运输成本。

业务网络的选择和业务定位与业务量有关，是权衡时效性和成本之后作出的。物流行业在经历了粗放式的“野蛮生长”后，精打细算将成为下一阶段的主流。轴辐式网络的分拣成本低且节点运量较小，但是往往存在时效性差的问题；当节点间的货运周转流量足够支撑点对点的网络布局时，可进行节点间直达运送。支线货运航空的发展能够有效提高中小城市的通达性，是构建轴辐式加点对点网络的重要一步，既发挥了点对点网络较低运输成本的优势，又充分利用轴辐式网络降低了分拣成本，实现了两种典型网络的最佳匹配。

商流与物流相结合 利用优势相辅相成

在过去的5年中，电商与物流相互成就，电商贡献了快递公司60%以上的订单量。但随着整个电商行业增速放缓、行业集中度提高，有规模优势、成本优势的企业获得了更多

的市场份额，小企业逐渐退出。而今阿里掌管电商商流，有分配物流订单的权力；菜鸟可以有效派发订单，提高行业整体效率；而京东自建电商平台及物流体系，后端物流服务能力较强，优势在于地面供应链服务。

从仓储来看，高效的高端智慧仓已经逐步替代了旧有的低端仓，仓配一体化也已逐渐成为主流目标。2015年国内优质物流设施需求为4340万平方米，但供应量只有1950万平方米，占中国物流设施总建筑面积的1.5%，仅能满足一、二线城市的半数需求。由于优质物流设施的供不应求，租赁价格随之持续提高，究竟是让货在仓库里等着还是让货在天上多“飞”一会儿，这都是亟待实践去解决的问题。

智慧物流 无人机挑起支线货运的大梁

传统物流行业增长模式面临的现实阻碍就是人口红利消失，中国劳动人口比例持续下降，老龄化程度提高，劳动力成本不断提高。长期以来，中国经济的发展腾飞得益于“人海战术”。如今人口红利逐渐消失，原本推动经济发展的方式发生变化，依赖要素投入促进经济增长的模式已经不可能继续采用，而通过技术进步、生产力和劳动者素质提高加速转型才是科学的解决办法。

在我国，支线货运航空的发展尚处于起步阶段，支线飞机较少，支线航空鲜少作为货运方式被物流行业采用。而其他国际快递物流公司均早已运营干支线航班。在机场总量超

过 20000 个的美国，快递企业不只通过大型货机在枢纽机场之间投送货物。FedEx 总数超过 600 架的机队中有 1/3 都是赛斯纳 208B 这样的小型货运飞机。正是这些主干线之外的支线航空网络，扩大了业务覆盖的范围。国内由于飞行员少、飞行员人工成本高，无人机成为突围重点，各大厂商都认为未来干线、支线、末端上的无人机会连成一片，无人机运输的时代会很快到来。而这也将成为中国通用航空发展新动力，以科技的革新开辟新的物流通道，全新定义时效产品。

FedEx 当年赶上了美国政府解除对航空运输业的限制，迎来了美国高科技及互联网时代的到来，高附加值的制造业如电子、医药、生物技术和汽车等获得了巨大的高时效性的快递需求，业务得以突飞猛进，创立短短 7 年后就在纽约证券交易所正式挂牌上市。而在目前的中国，“9.9 元的淘宝件”正在减少，大量高端时效件涌现。以生鲜为例，从山东的樱桃、海南的荔枝、浙江的杨梅、云南的鲜花再到年底的大闸蟹，几乎一整年都有高端时效产品的需求，冷链物流需求在增加，跨境电商亟待释放，而这更多取决于航空的力量。

我们看到更快的物流与更高价值的需求相互促进，而面对未来的最好方式就是边思考边实践，快速迭代。

（本文表达系作者个人观点）