

Analysis of the Logistics Profit Model of Cainiao Franchisee

Weijie Hao, Lu Zhou, Jing Han, Weijie Wang, Linyuan Dong, Chenxia Suo

Beijing Institute of Petrochemical Technology, Beijing
Email: 547072442@qq.com, 917915325@qq.com

Received: Oct. 1st, 2017; accepted: Oct. 15th, 2017; published: Oct. 20th, 2017

Abstract

With the development of information technology and the constant enhancement of the mobile payment level, the network shopping vastly impacts the substantial economy. However, due to the tangibility of goods, the time-delay of logistics system and other variety factors about consumers, express are unable to be transported and received immediately like emailing, which make collecting and sending service become consumers' focus. Cainiao Post, chiefly established by Cainiao Network of Alibaba, allows consumers to freely take delivery of goods whenever and wherever possible, providing diversified service. Due to the necessity for Cainiao Post to continually expand market and the low entrance barriers, there are more and more franchisees flocking in Cainiao Network. According to the survey of 4 Cainiao Posts around the Daxing district and 6 Cainiao Post in Haidian district of Beijing, the profit model of franchisees is better known, more practical opinions of residents and franchisees are obtained, the solutions to current problems are suggested and the developing potential in the future is depicted in this article.

Keywords

Cainiao Post, The Profit Model

菜鸟加盟商的物流盈利模式分析

郝玮杰, 周璐, 韩静, 王伟杰, 董琳媛, 索晨霞

北京石油化工学院, 北京
Email: 547072442@qq.com, 917915325@qq.com

收稿日期: 2017年10月1日; 录用日期: 2017年10月15日; 发布日期: 2017年10月20日

摘要

随着信息技术的发展、移动终端支付水平的不断提高, 网络购物大大冲击了实体经济。但是由于货物的

有形性、物流系统的延时性以及消费者的种种因素, 快递无法像收发电子邮件一样即时传收, 使代收代寄服务成为消费者关注的焦点。由阿里巴巴旗下菜鸟网络牵头建立的菜鸟驿站可使消费者随时随地自由的提取货物, 提供多元化的服务。由于菜鸟网络需不断扩大市场且商户准入门槛低, 越来越多的加盟商涌入菜鸟网络。本文通过对北京市大兴区周边的4家菜鸟驿站和北京市海淀区6家菜鸟驿站进行调查, 了解加盟商的盈利模式, 获得更多居民、加盟商的实际意见, 对其现存问题提出解决建议, 并展望未来其发展潜力。

关键词

菜鸟驿站, 盈利模式

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来阿里巴巴、京东、唯品会等越来越多购物网站的兴起也正在改变我们的生活, 足不出户的网络购物大大的冲击了实体经济。而网络购物无法达到即买即用的效果, 在商家与消费者之间需要物流商进行运输匹配, 而菜鸟驿站作为快递代收点承接物流商无法达到的最后一公里难题。菜鸟驿站是由阿里巴巴旗下菜鸟网络牵头, 建立面向社区和校园的物流服务平台, 致力于完善最后一公里多元化末端服务, 是天猫官方授权建立的为淘宝和天猫会员提供代收、发快递、优惠导购、淘宝代购等便民服务的线下实体店。

新兴事物的产生总会带来更多的流量, 菜鸟网络需不断扩大市场且商户准入门槛较低, 越来越多的加盟商涌入菜鸟网络, 其通过稳定的包裹量给店铺带来客流量, 将客流量转为店铺营业额, 这些大大吸引了个体商户的加盟。社会个体商户多是小区内超市, 烟酒店, 洗衣店等, 依托本身口碑并提供基础场地, 并不需要投入新的建设成本, 若加盟菜鸟驿站可获取额外收入与客流量; 校园加盟商多是高校创业生及校园管理方, 超大的流量输入也带来可观收入。但某一地区物流量的“蛋糕”就那么大, 不断涌入的加盟商让蛋糕越切越小, 现今学术研究方面多分析菜鸟驿站的优缺点以及布局方向, 对加盟商的盈利模式研究欠缺。本文通过对北京部分地区菜鸟驿站网点作为研究对象, 分析驿站分布, 密度, 加盟商类型等数据, 结合问卷对大兴黄村地区加盟商走访调查, 采访部分用户, 获取意见建议, 了解驿站运营真实数据, 进行物流盈利模式分析, 对加盟商提升用户粘性提供有效建议, 为观望加盟商提供有利参考, 使菜鸟驿站真真正正的成为利于零售端, 物流系统以及消费者的链接平台。

2. 研究方法

2.1. GIS 空间分析

菜鸟驿站在一、二线城市遍布极广, 据不完全数据统计 2016 年北京菜鸟驿站加盟商达 1742 家[1], 我组成员利用地图坐标定位系统与菜鸟官方提供数据, 仔细研究分析了北京市部分菜鸟驿站在不同社区的布局、密度, 预测不同地区菜鸟驿站加盟商的客流量, 分别选取北京市大兴区 4 家社区菜鸟驿站加盟商, 北京市海淀区 6 家社区菜鸟驿站加盟商和 1 家学校类型加盟商进行代表性调研走访(部分驿站地址见表 1 和图 1), 其社区加盟商特点是覆盖不同的社区数量; 在社区分布密度不同等。利用数据对比分析得

Table 1. The basic investigation of Cainiao Post
表 1. 菜鸟驿站的调查基本情况

地区	驿站	辐射小区数量	周边是否有驿站	日均收取快递量
大兴区	康庄路 52 号院 1 号楼便民平价超市	5	是	35
大兴区	枣园小区 41 号楼便民超市	3	是	25
大兴区	清城北区快乐阳光超市	2	否	20
大兴区	清源西里甲三号楼正兴广达名烟名酒城	1	否	15
海淀区	海淀区曙光街道远大路晨月园 8 号楼便利超市	5	是	30
海淀区	海淀区世纪城远大路晨月园 2 号楼底商水站便利店	5	是	35

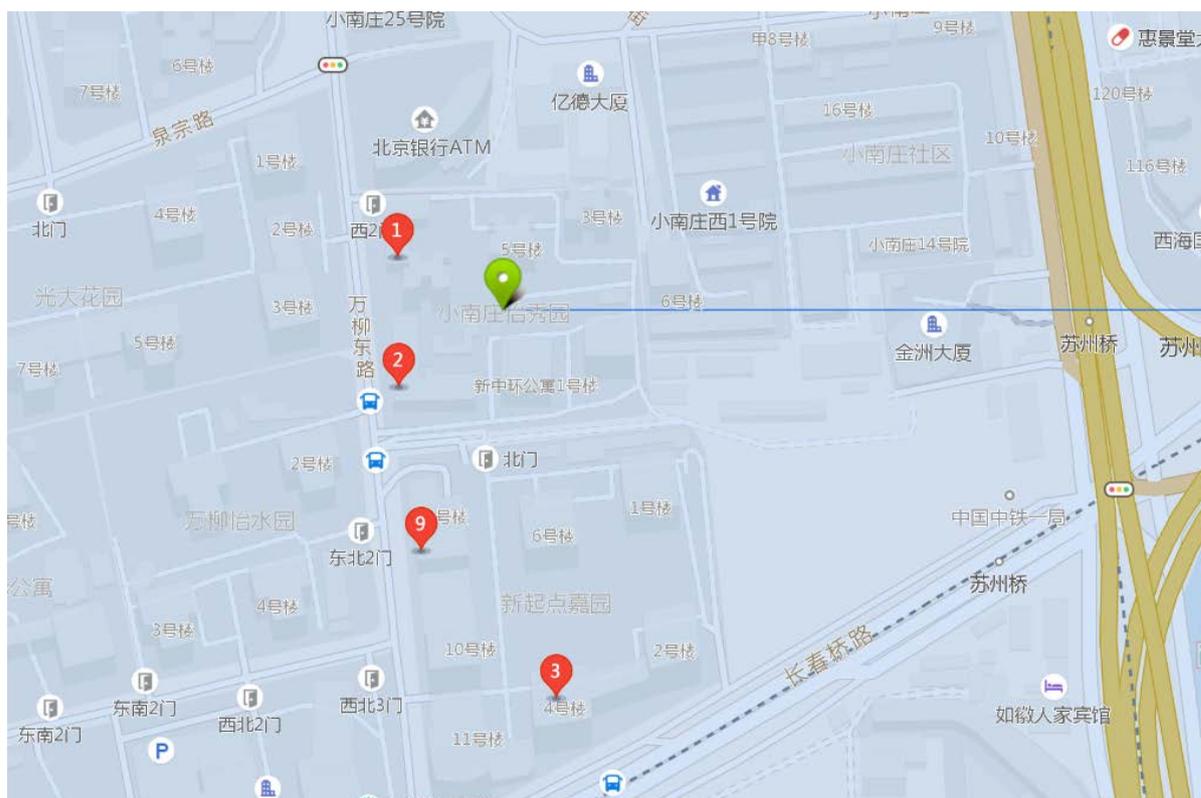


Figure 1. The distribution of Cainiao Post in Haidian's community

图 1. 海淀某小区菜鸟驿站分布

出菜鸟驿站不同地区盈利模式的不同收益以及盈利收益是否与人口密度，社区大小、新旧条件、周边驿站疏散程度等有关。结合 GIS 地理信息系统所提供信息，与问卷调查数据并分析结论，得出菜鸟加盟商的物流盈利模式以及其优缺点。

2.2. 调研问卷访谈分析

为了探究菜鸟加盟商的盈利模式以及附近居民对其的满意度，我小组成员通过线上与线下结合的方式进行了走访调研。线上主要对校园的菜鸟驿站进行了电子问卷调查，问题如：您经常使用校园的菜鸟驿站代收服务吗；您在菜鸟驿站取件会进行额外收费吗等，并对 132 份有效电子问卷数据统计；线下选择了对居民社区和部分校园实体店的菜鸟驿站进行了实地走访。进一步对其经营状况，盈利占比进行了

深层的调查采访，如：驿站店面与几家快递公司合作；顾客收取快递时会有几人进行额外消费(每 10 人为单位)等。

我们调研问卷首先针对菜鸟驿站加盟商的盈利模式进行调查，其内容包含代收快递的店面是否与菜鸟驿站合作、其入驻的类型(专业点、个体、连锁、区域服务商)以及其合作的快递数；我们重点调研了加盟商每单的盈利额度、日均代收量和消费者取快递的同时给店面带来的额外消费额度；也对菜鸟驿站是否会为消费者提供其他服务(代交水电费、电话费等)以及其盈利占比进行了调研。

3. 菜鸟驿站盈利模式分析

3.1. 菜鸟驿站

截止到 2016 年中国 GDP 达 11 万亿美元，而社会物流总费用在 GDP 总额中占比高达 14.9%，2016 中国全年快递量完成 313.5 亿件，而这 313.5 亿的快递均需要发货方与收货方双方合作完成[2]。快递配送量的庞大给国内几家快递公司带来不小压力，在双十一，情人节等热门节假日期间快递更是几近崩溃，无法做到快递件及时送至消费者手中。而且快递人员的专业培训欠缺和特殊行业、特殊地界公司等限制因素导致快递员无法为学校、银行、专业机构进行及时配送，快递配送多在白天工作时间送达，在职工作人员岗位期间也不可能随时离岗去接取货物，这时菜鸟驿站的代收代寄服务便发挥巨大作用，快递到达后无法及时取货可寄存在菜鸟驿站等下班后或者空余时间自由支取，极大的方便了消费者与物流企业。

3.2. 菜鸟驿站的盈利模式

菜鸟驿站加盟商类型大致分为四大类：社区个体加盟商，校园加盟商，连锁加盟商以及区域服务商。而与我们消费者息息相关的主要是社区个体以及校园加盟商，我们项目组此次的走访调查研究也以社区的个体加盟商与校园加盟商为主进行其盈利模式的分析，两种类型加盟商有着不同的经营理念与盈利方式。

3.2.1. 社区个体加盟商

消费者在电商网站购物选择代收地址时，系统会自动推荐距离消费者收货地址 2 km 内最近的驿站，如果站点不在系统推荐范围内，也可以通过搜索站点名，找到对应的驿站勾选。社区菜鸟驿站的个体加盟商盈利模式主要分为两点。

一、为通过包裹的代收、代寄服务增加物流收益，每经过加盟商代收的一件快递平均可达效益约为 0.6 元，(数据为 2016~2017 年菜鸟网络提供数据，在此前几年平均每件快递提供的补助金约为 0.8 元至 1 元)代寄的快递可赚取 2~3 元不等；

二、由于社区个体加盟商多是超市、烟酒店、洗衣店等居民生活场所，销售产品是居民日用品，客流量较大，通过代收快递获取的增值收益更为乐观，即加盟商通过稳定的包裹量给店铺带来客流量，将客流量转为店铺营业额，其存在的潜在价值是远高于物流创造的本身收益，蕴含着不可小觑的商业价值。

据我们走访调研，大部分社区加盟商的菜鸟驿站盈利依托第二盈利点，社区菜鸟驿站加盟商有固定的本职生意，平时工作时间并不繁忙，可抽出时间整理快递，且无需增加店面租金等，只需要腾挪出不少于 2 平方米的空间用来储物和店面配备智能电脑或手机即可。根据我们调研的 10 家社区菜鸟驿站数据统计，10 家驿站加盟商在对顾客收取快递进行额外消费的选择题进行选择结果类似，有 1 家加盟商老板选择平均每 10 名用户接取代收快递时会有 1 名及以下在店内产生消费；2 家选择有 4~6 名顾客进行额外消费；7 家选择平均每 10 名用户接取代收快递时会有 2~3 名在店内产生消费，统计结果平均为 2~3 名顾客会在菜鸟驿站收取快递进行额外消费，消费金额平均 5~28 元不等。试想如果一个较为繁华地区的社区菜鸟驿站平均每天代收各家快递 150 件，则平均每天多有 45 名消费者到店消费，金额高达 900 元，而这

仅仅是日均收入。

总而言之，对于社区加盟商，稳定的包裹量带来部分盈利值，每一单快递给店面带来的额外增加值更是令人向往。而且和菜鸟驿站合作，店铺还会被展示购物网站的下单页面，给店铺带来客流，这让越来越多的社区小店加盟菜鸟驿站并获得收益。

3.2.2. 校园加盟商

校园菜鸟驿站加盟商区别于社区个体加盟商，校园为考虑学生安全等因素，禁止快递车和外卖等进入校园，但学生的网络消费理念是远高于社会人员，巨大的包裹量给物流运营商带来困扰，无法送达宿舍楼下，只能在校外大规模摆放，然后电话通知学生来领取快递。校园菜鸟驿站的代收业务解决了这一尴尬情境。巨额的快递量可以直接寄存至校园菜鸟驿站等待学生来领取快递，免去了物流运营商挨家挨户打电话的麻烦。

通过我们的网络问卷以及实地考察，校园加盟商盈利模式更类似于承包制。校园内菜鸟驿站占地较大，均为专一快递代收代寄点，分为申通，中通，圆通等几大区域，不同的物流运营商分别摆放至不同货架，快递分销到达物流运营商后直接送至菜鸟驿站，电子扫描后短信通知消费者进入待收取状态。

校园菜鸟驿站加盟商主要盈利模式是从物流运营商中收取，按件数收费，不同重量以及不同大小收费不一，因为其代替物流运营商送货上门，校园内快递均送至菜鸟驿站，对于消费者一定时间内收取是免费的，时间占用过长收取搁置费。这对消费者和物流运营商来说是双赢，消费者可以根据空闲时间自由支取，而物流运营商方面避免了对学生一个一个的通知，也可以将大件快递送至校园内。稳定不间断的包裹量带给校园内菜鸟驿站的收入也很乐观，平均月均过万元，其投入也较低，仅需有联网电脑，货架，wifi，以及送货扫描枪即可。投入低，回报高，许多社会人士纷纷投资、入驻校园菜鸟驿站。

3.3. 菜鸟驿站盈利模式因素分析

经过我们小组对社区菜鸟驿站的调研数据分析整理，影响菜鸟驿站盈利模式的因素主要有两大点。

1) 社区周围的菜鸟驿站数量对单个加盟商的盈利收益有很大影响。在北京市大兴区康庄路 52 号院 1 号楼便民平价超市的菜鸟驿站中由于周边辐射小区范围较广、社区较大，从而每天收取的包裹量也较大，增值盈利也随之增加；但在北京市海淀区小南庄怡秀园小区与新起点嘉园内，单个小区内均含有两个菜鸟驿站，而像这种大规模居民区覆盖的社区菜鸟驿站本应收取更多包裹量获得更多盈利，但由于用户选择过多，对于每一个单独加盟商而言损失了部分客流量，盈利减少。如图 1 (图中 1, 2, 9, 3 为菜鸟驿站)。

2) 社区新旧与人口密度也是影响社区菜鸟驿站盈利的重要条件。在我们调查北京市海淀区西翠路附近的小区时，发现社区密度大，社区的菜鸟驿站加盟商较少，本应有高盈利的加盟商收入却也不客观，走访社区居民才了解到周边老旧小区偏多，中老年人占比较大，其网上购物经验较少，购物后选取方便快捷的菜鸟驿站代收包裹人数更少，所以由于基数小，驿站加盟商盈利较少。而同样是北京市海淀区，远大路的驿站代收点由于有办公楼和较晚建设的小区，青年人居多，人口密度大，周边社区的菜鸟驿站加盟商有着稳定的包裹量和客流量，带来的盈利收入较高。

3.4. 菜鸟驿站发展利弊

自成立以来，菜鸟驿站作为菜鸟网络在线下的重要组成部分之一，为消费者提供了不少有利的服务，消费者大可放心、信赖地将快件交到菜鸟驿站手中，从而与其达成互利互助的关系；但即便拥有了这样完善的一体化服务，也仍然存在不少问题，菜鸟驿站想要改善这一系列问题，还需要菜鸟驿站与其加盟商共同实现完成。

3.4.1. 菜鸟驿站发展优势——便捷性、安全性、责任性

1) 便捷性: 菜鸟驿站的代收系统操作简单, 不但给工作人员减轻了工作量也给消费者带来了方便。一笔订单的完成只需工作人员将订单信息录入系统, 系统便会自动发消息给消费者, 消费者也只需收到的提货码收取快递这样简单的操作流程。

2) 安全性: 对于学生和上班族等, 不能随时随地收取快件, 菜鸟驿站便发挥了很大的作用, 更好的实现了线上线下一体化服务。填写收货信息时, 由于标注太详细, 很容易导致个人信息的外泄, 便会带来不必要的安全风险。因此消费者可以在购买完成时选填附近的菜鸟驿站, 更好的保护了消费者的个人安全[4]。

3) 责任性: 在自行收取快递时, 遇到邮件破损或者丢失, 消费者若与卖家协商不成, 通常是无地申诉的, 这便造成了消费者自身的一笔损失。如果快件收取选择了菜鸟驿站, 录入快递信息时便会严格检查裹, 一旦代收成功, 便会为消费者担负相应的责任。

3.4.2. 菜鸟驿站发展劣势——无严格审核机制、耗时性、限制性、冗余性

1) 无严格审核机制: 菜鸟驿站属于加盟经营, 所以对加盟商的管理制度和人员培训都不够规范, 菜鸟驿站加盟商整体营业水平较高, 但不乏有不负责任的店铺, 大量包裹散落露天堆放, 既不安全又对消费者所购买的商品不负责任, 消费者的服务与疑问也不能得到保证与解决, 想要改善这些问题也是难上加难。

2) 耗时性: 菜鸟驿站的加盟商与多家快递公司合作, 其中部分加盟商店面场地小、物品摆放不合理, 而当大量快件被投放到了菜鸟驿站, 不仅会造成取/寄快件的摆放混乱, 而且在下班、节假日高峰期, 容易使顾客等待时间过长。

3) 限制性: 此外, 由于菜鸟驿站代收服务可以为顾客提供不定时的保存期限, 所以目前只支持体积小、非生鲜、金额不超过 3000 元的特殊商品, 大概占到所有商品的 20% [3], 这样一来, 便会减少选择代收的消费者。到目前为止, 菜鸟驿站整体数量较少, 不能做到社区全覆盖, 且在一线城市布局的较多, 而在部分地区和校园仍没有普及菜鸟驿站, 上班族和学生等特殊人群无法及时拿到快递, 从而导致物流公司多次配送, 占用人力物力, 增加物流运行总成本。

4) 冗余性: 菜鸟公司大规模的招商加盟导致城区内部分地区驿站数量偏多, 资源得不到合理利用反而浪费; 而相对郊区, 消费者若无法及时收取货物也找不到合适的驿站存放货物。巨大的数据差异体现出同样是购买网络产品遇到相同问题, 但郊区的消费者无法得到更好的消费体验, 数据如表 2 所示。

另外, 我们组还设计了居民对菜鸟驿站的了解与满意度分析, 根据用户反馈的问卷分析得知居民对菜鸟驿站有不同满意度。国内快递现在靠云数据全部送到菜鸟驿站还不可实现, 但在部分小区内, 快递员与菜鸟驿站互相勾搭起来, 消费者本来未选取菜鸟驿站代收, 但物流公司在用户不知道的情况下已经显示菜鸟驿站代理签收。菜鸟客服与物流公司之间相互推诿责任, 不管是不是网购的东西, 不管家里有没有人, 只要是包裹快递统统送到菜鸟驿站, 在一定情况下相对给消费者带来了麻烦。

3.5. 菜鸟驿站盈利创新

菜鸟驿站现有的盈利模式较为单一, 仅靠包裹量赚取固定收入及客流量带来的额外收入, 虽然在市区内的繁华地区收入可观, 但在市郊区以及较旧小区周边由于包裹量较少, 带来的收入几乎忽略不计, 我们在调研过程中很多加盟菜鸟驿站的老商户表示说接近免费为周边社民服务, 更有甚者萌生退出加盟驿站的想法。

菜鸟驿站管理方应及时与加盟商相互沟通, 为消费者服务, 改进机制, 让加盟商获取更多盈利, 菜鸟网络管理方也获得更多改进意见, 帮助企业快速成长。

Table 2. Distribution of some Beijing's Cainiao Post
表 2. 北京部分菜鸟驿站分布情况

地区	个数	面积(平方公里)	单位面积分布个数(个/平方公里)
西城区	143	50.7	2.82
朝阳区	476	470.8	1.01
通州区	111	907	0.12
密云区	3	2229.45	0.012

(数据引用自陈明玉, 邓夕也, 邵磊——基于现代社区生活的菜鸟驿站调研。)

1) 可适当调整单笔快递交易费用, 实行较易实现的奖励机制, 让加盟商获取更多盈利;

2) 目前电子商务还关注的一个焦点是生鲜市场, 尽管现在的交通发达, 但各家快递公司配送的生鲜依旧无法达标合格, 而这这就要求菜鸟驿站本身具备冷藏生鲜产品的功能。菜鸟驿站可扩大加盟类型, 比如拥有冷柜的生鲜售卖点等, 存放时间不同收取费用不等, 可以保质保量的将网购新鲜商品送达消费者手中, 还可扩大菜鸟驿站影响力, 帮助加盟商盈利;

3) 社区菜鸟驿站加盟商可开放其他便民条件功能, 如帮助老旧小区内居民代购大件商品, 将自己商品电子化, 因为菜鸟驿站加盟商可享受阿里巴巴线上资源落地的优先权, 整个代购流程可进行适当收费。在我们走访过程中有一家菜鸟驿站是帮助社区居民代缴水电费用, 这些小的便民设施受到了社区居民的一致好评;

4) 在对居民的采访过程中, 居民表示希望菜鸟驿站可以分时分段接取快递, 因为下班高峰期, 本来就小的驿站门庭若市, 多人排队, 消费者的直观感受并不理想。菜鸟驿站可通过云数据统计到件时间, 让不同到件时间的消费者有不同时间段的收取包裹, 做到更加人性化的体验。部分用户快递需在夜间配送到达, 对于 24 小时营业点可以加收夜间收取费用等。

4. 结语

当今的物流企业如果想要在激烈的市场竞争中得到生存与发展, 必须从消费者的角度出发, 抓住消费者的心理, 满足消费者的需求, 不断改善自身的服需求。菜鸟驿站拥有大量的基础客户群, 不但进一步解决了最后一公里的问题, 也将“等快递”扭转成了“取快递”的大趋势。其运营方式也是当前比较可取的一种快递自提模式, 既能满足消费者就近取件, 随时取件的要求, 又能为商家带来额外的客流量及满意的口碑, 还节约了物流公司的人力成本, 为国家节约物流运行总成本, 可算是一种三赢的模式。

菜鸟网络本质上是大数据, 拥有广泛数据的阿里巴巴完全可以通过深挖这些数据资源, 然后整合出一条全新的物流体系[5], 而菜鸟网络重要的线下实体菜鸟驿站应则用全新的服务观念去经营企业, 在企业自身的设备、技术、人才、资金等方面全力创新, 吸取社会意见, 根据自身的实际情况进行分析和调整, 才可以在当今激烈的物流市场竞争中存有不败之地, 也只有这样, 才方可保证企业能够得到健康、稳定、长远的发展, 实现云数据时代下真正智能的科技生活。

基金项目

2017 北京市 URT 项目(2017J00120)资助。

参考文献 (References)

[1] 陈明玉, 邓夕也, 邵磊. 基于现代社区生活的菜鸟驿站调研[C]//2016 中国城市规划年会. 中国城市规划学会会

议论文集: 2016 年卷. 沈阳, 2016: 233-250.

- [2] 中国物流采购与联合会. 2016 年全国物流情况通报[EB/OL].
<http://www.chinawuliu.com.cn/office/30/176/12310.shtml>
- [3] 王柏谊. 电商物流“最后一公里”的发展对策研究——以菜鸟驿站为例[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2016, 32(1): 47-49.
- [4] 班子琦. 阿里巴巴“菜鸟驿站”存在的问题及对策分析[J]. 劳动保障世界, 2016(30): 53-54.
- [5] 李芷巍. 快递时代 3.0[M]. 北京: 中国铁道出版社, 2017.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>
期刊邮箱: mm@hanspub.org