

自1875年起引领邮政行业不断前进

2014年6月

第二期

邮联

非洲邮政监管

从竞争中学习



万国邮政联盟
联合国专门机构

ISSN 0041-7009



RAQUEL

赢得客户芳心



post

Be part of it. Today.

The postal community's dedicated top-level domain name opens up a unique, secure internet space for innovative postal applications to enable cross-border business.



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION

More information:
www.info.post
dotpost@upu.int



封面：Davide Bonazzi

多哈邮政战略

2016年前各国邮政将要实现的四大目标



1 改进网络



2 提供相关知识和专业技能



3 促进创新



4 推进可持续发展

更多信息请参见：

<http://news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy>

六月 2014

办公室宣传事务主管：Rhéal LeBlanc (RL)

主 编：Faryal Mirza (FM)

供 稿 者：David Koch (DK), Catherine McLean (CM),
Mark S. Schoeman (MS)

中文制作：He Jianjun, Mi Xiaorui

设 计：Die Gestalter, Switzerland

印 刷：Gassmann, Switzerland

征 订：publications@upu.int

广 告：faryal.mirza@upu.int

联系方式：

《邮联》杂志编辑部

万国邮政联盟国际局

邮政信箱 312

3000 伯尔尼 15

瑞士

电 话：+41 31 350 35 95

传 真：+41 31 350 37 11

电 邮：faryal.mirza@upu.int

网 站：<http://news.upu.int/magazine>

《邮联》杂志是万国邮政联盟的旗舰杂志，于1875年创刊。《邮联》杂志按季度以7种语言出版。本刊密切关注万国邮联的活动；专题报道邮政行业的国际新闻和发展情况。

本刊定期刊登业界领袖人物专访，并刊登深入探讨业界普遍关注问题的文章。本刊发行范围广泛，遍及世界192个万国邮联成员国邮政，包括来自各国政府和邮政的成千上万的决策者，以及邮政行业其他各相关方。本刊被业界视为有关万国邮联和邮政行业的重要信息来源。

本刊还用日文、英文、阿拉伯文、德文、俄文和西班牙文出版。

万国邮联不对第三方广告宣传的产品和服务负责，也不确保其承诺的真实性。

本刊发表的文章并不一定代表万国邮联的观点。版权归万国邮联所有，如需复制请与《邮联》杂志主编联系。

本刊采用环保处理的油墨在FSC纸张上印刷。

封面故事

8 RAQUEL赢得客户芳心

新项目使亚太地区挂号邮件投递服务受益

访谈录

14 共享令世界更美好

国际电信联盟秘书长Hamadoun Touré讲述如何在万国邮联的帮助下打开信息通道

创新

17 明天的现实抑或天上的馅饼？

无人机能否改变投递格局

电子商务

21 在线零售商发出强有力的信息

呼吁各国邮政更快更好地投递

展望

24 竞争从未停息

学习私营行业的电商客户管理技巧

五分钟

27 如何使商品自由流通

世界海关组织秘书长Kunio Mikuriya赞扬邮政的合作

研究

28 揭秘非洲邮政监管

万国邮联首次公布全球邮政监管概况

地区发展

31 西非行动起来

为将邮政置于发展的核心而奠定基础

专栏

4 简讯

5 编者按

32 市场聚焦

34 文摘

3,465 亿

2012 年全球邮寄信函量。

基础设施

阿比让大学内的“未来邮局”



Felix Houphouët-Boigny 大学的学生们将受益于新邮局（照片：Serein）

万国邮政联盟与科特迪瓦共同宣布在阿比让大学创造“未来邮局”的计划，为60,000名在校学生提供最先进的邮政服务。

4月，科特迪瓦邮政与信息技术部部长Bruno Nabagné Kone同万国邮联总局长比沙尔·侯赛因共同签署了相关声明。侯赛因说：“作为我们在非洲大陆建设现代化邮政网络承诺的一部分，今天万国邮联与科特迪瓦共同表达了坚定的意愿：共同合作，通过创新型解决

方案发展邮政服务，从而应对客户需求”。

共享资金

Felix Houphouët-Boigny大学已有的一个邮政设施将得到全面翻新。该项目所需资金将由万国邮联提供。侯赛因说，“我很高兴这次翻新将成为万国邮联与科特迪瓦首个合作重建项目。我们将为其配备完整的设施，保证学生们享受到各项顶级的邮政服务，从传统服务到电子

服务，应有尽有”。

声明称：“科特迪瓦政府通过项目投资和推进现代化进程，为其指定经营者提供强有力的支持，从而为所有公民无一例外地提供优质的邮政服务”。

在线

事实上，新邮局的电子业务特点非常突出。项目计划提供包括网吧、电子转账在内的服务，并有可能开展网上购物服务。**FM**

编者按

返璞归真

随着客户需求的转变,各国邮政需要识变从宜。这就是本期杂志把焦点放在服务质量和创新上的原因。关于电子商务及其给邮政行业带来的福祉已经说得非常多了。毋庸置疑,在电商发展的过程中确实存在着商业机会,存在提升所有邮政盈利能力的潜力。但是这一切都需要付出代价,要想成为电子商务小包和包裹的首选投递方,网络就必须适应这一目标。

现在真正需要的是返璞归真,这样才会令用户在指定经营者及其私有竞争对手之间最终选择前者。而有什么比集中力量提高服务质量更基本的呢?面对由电子商务蓬勃发展带来的流经自己网络中成千上万的挂号邮件,亚太地区正在摆好姿态,积极应对。我们的《封面故事》将告诉读者,亚太地区的约30个指定经营者如何开展合作,让用户自始至终保持满意。而所有这一切都是由于有了RAQUEL,一个由亚太地区成员为本地区开发的、连接亚太邮政经营者的系统。

对客户需求的关注在《特写》中继续,一篇特写描述了网上市场对投递合作伙伴的期待。而另一篇特写则从监管、人性化和航空航天工程几个方面出发,探讨无人驾驶飞机投递的话题,从新角度讲述了用新颖、创新的途径将邮件送抵寄达地的方式。对有兴趣从竞争中学习的读者们,《展望》专栏给大家提供了一些关于私营综合运营商的精彩真知灼见。

主编:FARYAL MIRZA

邮政金融业务

各国邮政做好准备开发需求

为了捕捉邮政金融业务市场的成长潜力,各国邮政必须保持开放、着眼未来、不断创新。在4月刚刚召开的万国邮联论坛上,万国邮联总局长比沙尔·侯赛因说:“尽管邮政金融业务已经存在一个多世纪了,但这些业务依然能够为各国带来大量收入”。

他呼吁公有邮政经营者通过这一能同时带来很多社会效益的业务领域提升盈利能力,他说:“邮政金融业务能够促进国家经济增长,提升金融包容性,此外还能减轻贫困并成为很多移民人口的救生索”。

来自国际农业发展基金会的Pedro de Vasconcelos提请与会者们注意,2013年全球汇款市场的价值接近4,300亿美元。他说:“在今后5年中,各国汇款金额将达到2.5万亿美元,其中汇到农村地区的金额为1万亿美元”。Pedro de Vasconcelos还说:

“这个市场的参与者非常多,因此邮政经营者的市场份额可能不大,但即便如此,仍然还是蕴藏着巨大的机会”。

私营领域观点

一家贸易机构“国际资金转移网络联盟”提出了对私有行业承担移民汇款方面的深刻见解。该机构主席Mohit Davar表示,单纯由移民推动的汇款市场非常巨大。Davar说,“在海外居住和工作的移民人数高达2.2亿,但是非正规的汇款占到了总量的40%左右”。

Davar呼吁为转账市场建立更加和谐的监管,因为若非如此:“结果将是把资金推向非正规市场,(没有市场竞争者)希望发生这种情况”。

一些邮政发言

肯尼亚邮政分享了其金融

服务方式。该邮政一方面处理政府支付业务,另一方面代理5家商业银行。肯尼亚邮政的首席执行官Enock Kinara说:“客户在汇款和收款时有困难,因此他们有这方面的需求”。

来自加蓬邮政的Alfred Mabika Mouyama强调,公有邮政经营者能够应对来自用户的挑战。他说:“邮局有能力提供金融业务,可以在国际和国内两个方向发展合作伙伴,能够听从监管,同时把政府的服务提供给大众,支持政府工作”。

万国邮联副总局长帕斯卡·克里瓦兹对论坛讨论进行了总结,他说:“在万国邮联的层面上,我们邀请各成员国更新立法框架,对合作采取开放的态度,让公共邮政行业成为新金融服务的主要力量”。FM

2014年战略会议

万国邮联与科特迪瓦筹备盛事

2014年战略会议的筹备工作正伴随着一个创新项目顺利进行,会议将于10月14日~15日在科特迪瓦的经济中心阿比让召开。

会议的讨论重点将集中在邮政行业的创新、包容和整合方面。万国邮联总局长比沙尔·侯赛因说:“战略会议是万国邮联工作周期中的一个重要里程

碑,来自全球的决策者共聚一堂,认真思考近期在对‘一个邮政领域’开展现代化的工作中取得了哪些进步”。

盘点评估

万国邮联战略会议在两届大会之间召开,是万国邮联的最高论坛,会议将盘点当前世界邮政战略的进展情况。来自万国邮



万国邮联战略会议
阿比让
2014

联192个成员国的决策者、邮政专家以及部长等600多名代表有望出席该次会议。

在2012年卡塔尔召开的上次大会上,万国邮联各成员国通过了最新的多哈邮政战略,多哈战略是邮政行业2013~2016年的路线图。第26届万国邮政大会将于2016年在土耳其的伊斯坦布尔召开。**FM**



更多信息请访问:

<http://www.upu.int/en/the-upu/strategy-conference/about-strategy-conference.html>

社会包容性

让各国邮政普惠农村地区

在5月8日召开的联合国系统行政首长协调委员会(CEB)会议上,万国邮联总局长比沙尔·侯赛因大力倡导公共邮政行业通过邮政网络帮助农村地区人口受益于所有形式的服务。侯赛因对代表们说:“要在这个层面上实现经济、金融和数字领域的包容性,加强地方、国家和国际层面的基础设施建设和邮政网络建设,其关键性毋庸置疑”。

行政首长协调委员会是联合国系统最高级别的协调论坛,由联合国秘书长潘基文担任主席,论坛汇聚了联合国所有机构的首脑。

侯赛因在会上强调了开展机构间合作、为公民提供必要服务的重要性,并对万国邮联与其他联合国机构或国际组织的密切合作表示欢迎,诸如国际农业发展基金会、国际电信联盟以及国际移民组织等。

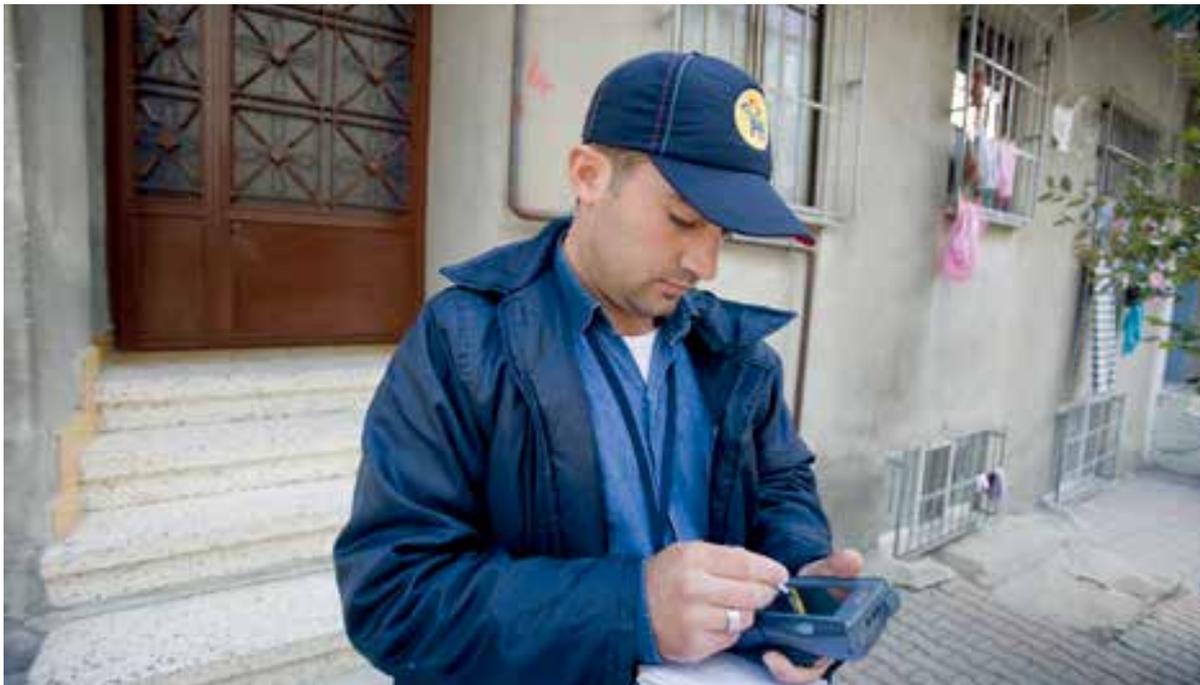
总局长坚持认为,农村地区邮政需要进行现代化改造,并应定位为发展和普惠的中心。他补充说:“邮政局所的电力供应和互联网接入是必不可少的”。

侯赛因总结说,万国邮联对如何进一步深化这两个目标进行了评估,要成功实现这两个目标,各成员国、联合国机构以及其他出资合作伙伴的支持不可或缺。**FM**

我们将
随时向您发布
信息!

登陆www.upu.int, 订阅万国
邮联新的电子快讯

国际电联和万国邮联重申信息通信技术合作伙伴关系



在土耳其,类似掌上电脑的使用能够改善服务质量(照片:Emre Oktay / EPA / Keystone)

在万国邮联和国际电信联盟(ITU)今后的合作中,利用新技术拓展邮政服务的范围并制订移动支付的国际标准将成为合作的重点内容。

3月26日,在瑞士伯尔尼的万国邮联总部,总局长比沙尔·侯赛因和国际电信联盟的秘书长Hamadoun Touré就此签署了新的谅解备忘录。侯赛因说:“万国邮联和国际电信联盟正在开展合作,加强各自领域的能力,通过给发展中国家和最不发达国家的邮局引入网络连接,提供优质邮政服务”。

侯赛因将联合国旗下的这两个专门机构称为“姊妹花”,对于这样一个聚集资源的机会表示欢迎。“协议签署的时机非

常适宜,因为万国邮联已经开始着手努力提高非洲农村地区邮局的互联网接入和电气化水平,帮助人们更加方便地获得邮政服务”。

信息通信技术网络

没有互联网接入,也没有稳定的供电,这两个因素常常妨碍邮政业务的有效开展。万国邮联和国际电信联盟的新项目将为邮局探索新的业务模式,以便在信息通信技术(ICT)的帮助下为农村和偏远社区更好地提供服务。

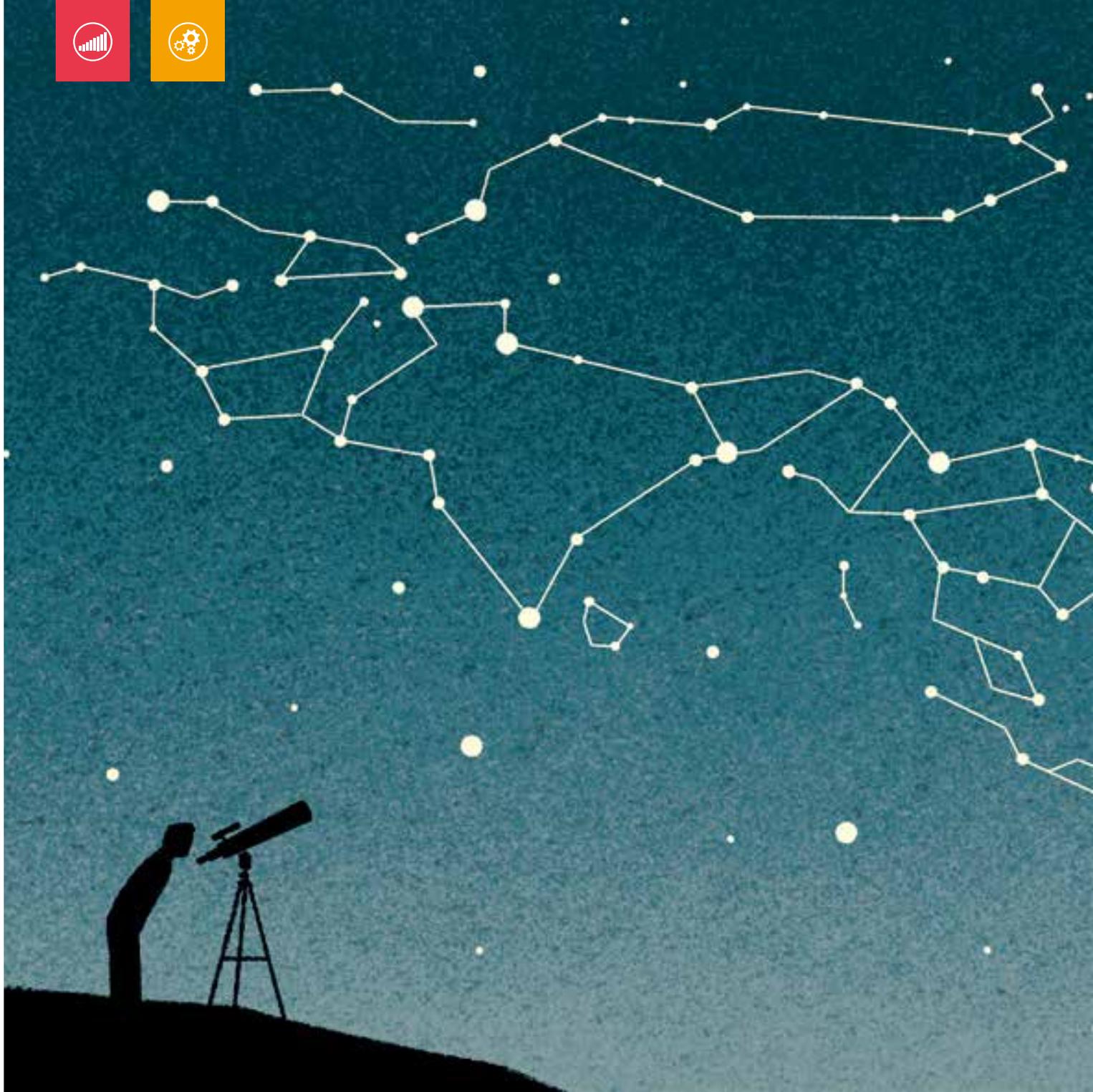
计划方案准备利用卫星技术为邮局提供互联网接入。这反过来也更方便了各国邮政为社区提供更广泛的汇款服务,同时

还能利用移动设备更加便捷地为市民提供政府支付服务,比如社会福利支付。Touré说:“这为两个历史悠久的机构提供了巨大的机会,让它们得以在21世纪无畏地携手同行,同时让世界对所有公民而言都更加美好”。

试点项目合作伙伴

目前它们与私营和非盈利部门的技术合作伙伴尚就在一个潜在试点项目的具体细节展开讨论。

新协议替代了2007年签署的旧协议。在2007协议的框架下,万国邮联和国际电信联盟成功开展合作,为印度、不丹、阿富汗和非洲大陆农村地区的邮政网络引入了信息通信技术。**FM**



RAQUEL 赢得客户芳心

文：
DAVID KOCH

在各国邮政努力提升客户满意度并促进电子商务发展之时，亚太地区的挂号邮件投递业务得益于万国邮联发起的 RAQUEL 项目，正在经历彻底的革新。



插图：Davide Bonazzi

包括不断增长的电子商务商品在内的大量邮件在全球范围内以挂号邮件的形式流通，而挂号这一渠道则向来以其安全性和可靠性著称。但是迄今为止，亚太地区的挂号业务还远远滞后，未能追随上全方位跟踪的趋势。为应对这一状况，该地区邮政推出了“提高挂号邮件质量”（RAQUEL）项目。

整个地区有近30家邮政正在使用这种跟踪系统辅以在线平台的方式管理客户查询。自最初于2011年亚太邮联蒙古乌兰巴托会议上启动以来，该项目获得不断成长，现在该地区几乎所有

的指定经营者都加入了这一项目。各国邮政均表示，亚太地区的挂号业务已经显示出改善的迹象，现在所有出口挂号邮件都要经过扫描以便进行重要数据的交换。

切实的交换

3年前，推出RAQUEL项目的邮政经营者决定缩小挂号业务中存在的主要差距：缺乏国际跟踪数据。马来西亚国际业务解决方案首席运营官Chum Choi Han说：“小包业务质量有待提高。对于电子商务客户而言，挂号邮件的可见性至关重



要,因为他们的货物主要是通过挂号小包业务进行投递的”。

小包属于函件的一部分,最大重量为2千克。

从营业柜台上邮政工作人员为邮件打印条码并将其扫描进入系统起,实际的邮件跟踪就开始了。来自该邮件的数据,或者称电子数据交换(EDI)报文,自此就可以进行国际互换了。对于一些邮政而言,这种做法已经成为常态。但是这些EDI报文的交换对于挂号邮件来说并不是强制性的,因此很多邮政并没有这样做。

如果没有这样的数据互换,各国邮政便无法为用户提供其邮件状况的最新信息。万国邮联经济和监管事务理事会的借调专家、来自韩国邮政的Sook-Yeon Lee表示,这是各国邮政面临的一个问题,特别是在私营速递服务商已经开始提供这项业务的情况下。Sook-Yeon Lee说,“如果各国邮政希望在投递行业竞争生存,类似的EDI信息就至关重要”。她还补充说,用户为挂号业务支付了额外的费用,他们当然期待能够获取跟踪和查询数据,“用户也有权利获取这类信息”。

汇集资源

意识到亚洲电子商务的蓬勃发展带来挂号小包业务量的增加,中国香港、新加坡、马来西亚和韩国,这四家邮政为了改进该地区挂号业务的质量而开始汇集自身资源。早在这一项目推出之前,这几家邮政就已经在进行EDI报文的交换。但对于他们的用户而言,挂号邮件抵达不提供数据共享的国家时,跟踪查询数据便无法继续,而邮政经营者也缺乏判断寄达国家投递情况的信息。

中国香港邮政是RAQUEL项目最大的出资方,它从万国邮联改善服务质量基金的款项中出资50万美元。改善服务质量基金为改进国际信函业务的项目提供资金支持。香港被广泛认为是进入中国大陆制造业的门户,此外其本身也是该地区的电子商务枢纽。

正因为以中国为中心的在线商务活动迅猛发展,所以各国邮政努力在发展挂号业务中能够

更好地驾驭和把握。该项目是出资邮政的一项战略举措,目的是针对电子商务重新对其业务进行调整。之前在韩国邮政从事国际关系工作的李女士说:“不改进质量,各国邮政就无法在当今时代生存下去”。

国际挂号邮件是韩国邮政一项不断增长的业务,其中航空邮件的收入非常突出。2010~2012年,投递量几乎增加了3倍,邮件数量超过310万。航空到货件的增长量接近20%,达到75万余件。李女士说:“世界在不断发生变化”,加之现在的客户主要是利用挂号业务来进行商品的运输。她说:“对于他们而言,跟踪查询信息比以往都显得更为重要”。

技术发展

RAQUEL捐资国家的出资用途范围覆盖了开发技术资源和聘请顾问Ajay Roy。Roy曾经给参加项目的国家邮政做过培训。作为项目经理,Roy组织了一系列研讨会并对各个邮政进行访问以查看其运营情况。Roy说:“RAQUEL项目的首要目标是确保每发出一个邮件都有对应的条码,如果没有这个条码,一切都无从谈起”。一旦建立起这个关键作业,其他步骤就能跟上了。

新加坡邮政国际事务主管Hon Chew Lee表示,项目为成员国提供的培训内容主要是很多发达国家都已经习以为常的流程和技术。RAQUEL项目采用他所描述的“一揽子方法”,从查看日常运营和引入在线平台开始。他说:“关键是首先要保证各项基础工作都是正确无误的”。对挂号邮件的条码能够正确打印和扫描就是其中的例子。

这样产生的EDI报文通过邮政技术中心(PTC)的系统在各国邮政之间进行交换,该中心是万国邮联的技术臂膀。系统中还嵌入了一个警报系统,如果EDI报文未能在某一限定的日期内传输,系统就会给RAQUEL项目的国家协调员发出警报。

挂号邮件查询系统(RAIS)使用EDI报文来帮助各国邮政对用户查询及时回应,即允许某些国家邮政员工代表客户查询投递状况。Roy说,用户



可以用来直接自行查询邮件的在线用户界面可能是下一步的发展方向。万国邮联运营与技术局局长Akio Miyaji说：“提到整体质量，客户关怀是一个重要因素。通过挂号邮件查询系统，所有参加项目的邮政经营者都能通过基于互联网的系统迅速交换用户查询信息，并尽快做出反应”。

利用邮政技术中心的另一个工具——挂号邮件测评系统(RAMS)，各国邮政便能够对端到端的业务质量进行衡量。挂号邮件测评系统同样以EDI生成的报告包括邮件投递所需的天数以及扫描邮件所占的百分比为基础。Miyaji说：“利用这一系统，所有参与项目的邮政经营者都能够了解其质量情况”。

初步成绩

项目初期，有些国家对发出的挂号邮件没有持续进行条码的打印和扫描。Roy说，现在项目涉及的所有国家发件扫码率都达到了100%。参加RAQUEL项目国家的总体收件扫码率达到90%

以上。Roy补充说，其余没有扫码的地方通常是由基础设施问题造成的，他提醒说，在扫码率较低的国家中，互联网的接入和扫描设备问题是主要因素。

在投递标准方面，参加RAQUEL项目的邮政可以自由设定其目标。Roy说：“目标是每个指定经营者考虑自身资源、基础设施、能力，以及投递覆盖范围等因素自行设定的”。这些邮件的业务质量目前还没有通过绩效计划与终端费挂钩。

RAQUEL委员会主席Chum Choi Han表示，对内部运营和投递标准进行评审是项目的一个关键方面。Han说：“这是向前迈进的重要一步，因为此前这一地区相当多的邮政都没有任何挂号业务的投递标准”。

她补充说，评审过程有助于各国邮政发现造成服务水平低下的原因，并进行必要的改变。“参加项目的所有邮政在挂号邮件业务质量方面都有改善的迹象，无论是国内业务还是国际业务”。



亚太及其他地区

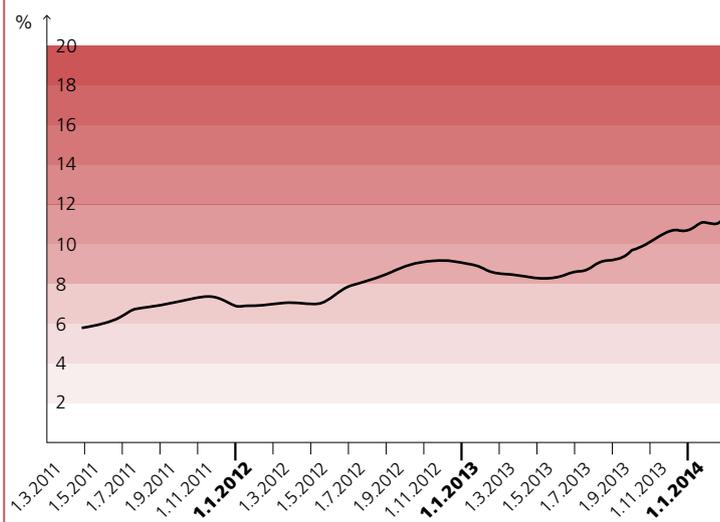
参加项目的指定经营者数量从启动时的18个增加到29个,几乎代表了亚太地区的所有邮政。Han说:“我们希望同尽可能多的邮政进行EDI交换”,她还强调了持续改进对服务质量的重要作用,“我们所有的努力都必须给用户带去更多的价值,同时提高邮政的效率”。

随着亚太地区挂号业务的改进,该项目也会成为世界其他地区发展的一个范例。Miyaji说:“这个项目所取得的经验及其所开发的必要工具最终能够在全球范围内得到推广使用”。DK

参加RAQUEL项目的邮政

阿富汗、孟加拉国、文莱达鲁萨兰国、不丹、柬埔寨、中国、库克群岛、斐济、中国香港、伊朗、日本、韩国、中国澳门、马来西亚、马尔代夫、蒙古、缅甸、尼泊尔、巴基斯坦、菲律宾、巴布亚新几内亚、萨摩亚、新加坡、斯里兰卡、泰国、汤加、图瓦卢、瓦努阿图、越南

国际函件跟踪



上述3年中进行跟踪的国际函件总量所占百分比的变化情况
(来源:万国邮联)





共享令世界更美好

国际电信联盟 (ITU) 秘书长 Hamadoun Touré 先生近期在伯尔尼的访谈中谈到国际电联与万国邮联的紧密联系及在未来工作中将如何进一步加强这种联系。

文：
FARYAL MIRZA

照片：
MANU
FRIEDRICH

国际电联与万国邮联两个机构的相互碰撞，为什么是至关重要的？

国际电联与万国邮联是联合国家族中最悠久的两个组织，这种合作关系由来已久。国际电联的历史可以追溯到1865年，万国邮联则可以追溯到1874年。许多国家的邮政和电信都曾经合二为一，因此我们合作共事非常容易。

这两个组织是真正互补的。万国邮联遍布世界各地，可能是世界上足迹最广泛的组织。全球有近64万所邮局，在大多数农村地区，邮局是人们与外界通信的唯一手段。

国际电联致力于通信业务，保证有足够的无线电频谱用于通信，确保卫星接入和标准的实施。

随着数字通信的发展，邮政服务再次成为真正的互联互通枢纽。因此，我们非常高兴与万国邮联在众多项目上开展合作(参见第7页)。

国际电联的愿景是建设知识型社会，有哪些具体要求？

这意味着世界上的每个公民不仅是互联互通的，而且能够使用互联互通所带来的信息，仅仅互联互通还是不够的。信息是唯一能够越分享越多的东西，具有相同信息的每个人都可以使其容量增加，因此乘数效应是巨大的。

每个公民既是信息的来源，也是信息的创造者。这个知识型社会将带来很多好的东西，令世界更美好。

我们必须汇集所有组织和企业的力量。万国邮联在帮助全球物品的流通和保持人们的联络方面已经做了大量工作。

国际电联正在同私营和公有行业开展合作，确保所有人都可以接入宽带。信息通信技术是拓展的工具，但它永远不能取代医生或教师，因为我们生活在一个互通有无的世界。

国际电联作为一个政府间国际组织，如何吸引私营行业帮助实现其目标？

作为联合国大家庭中最年长的成员，我们保持着与成立之初相同的理念，那时我们与私营行业的合作就已经很紧密了。今天，私营行业进行研究和开发 (R&D)。国际电联通过各研究组创建标准，各竞争公司带来其研发成果给各研究组，我们对此共同研究，寻找研究方向，发现能很快带来实效的成果，然后再开展进一步合作。

在某个时点，我们公布全世界通用的建议(或标准)。然后，我们从头再来，在另一个水平上继续开展研究。

事实上，创新总是在不断继续，行业使用我

们的标准使各个系统能够具备相互操作性。

这项标准化工作非常重要,因为相互操作性是必需的。到2020年,将有500亿台相互连接的设备需要具备相互操作性。我们也正在同私营行业合作来降低成本,以便这些设备在不同的国家都可以操作。

万国邮联意识到邮政行业面临诸多威胁,尤其是商业信函的数字替代产品。国际电联所涉及的行业中面临哪些威胁?

任何新技术都会给我们所有人带来新的威胁。对于万国邮联而言,电报的发明就是一个挑战;然后是无线和电传。现在,互联网的发展又带来了新的威胁。人们首先想到的是信函将会消失,而邮局也无需存在。但是到了最后,随着电子商务的到来,投递仍然是由邮递员来完成。邮政服务得以重新打造,在许多农村地区成为实物邮件枢纽中心。我非常高兴看到万国邮联也能够重塑自我。

国际电联也遇到了一些巨大的挑战,包括普遍接入——今天世界上有超过70亿部手机,但只有27亿人能够上网。挑战就在于如何确保剩下的三分之二世界人口可以接入互联网,确保当他们接入时网络已经就位,以便他们可以进行通信。

国际电联需要确保有足够的无线电频谱,保证人们的连接和移动连接,因此移动宽带将是实现这一目标的关键动力之一。

还面临哪些挑战呢?

一个挑战是制定标准,使宽带网络接入更容易、价格更低。未接入互联网的三分之二世界人口,大多是在发展中国家和欠发达国家,这意味着可负担得起的价格是他们接入互联网的关键。

另一个挑战是创建足够的内容。这不是为了技术而创造技术。因此,信息的创建非常重要,政

府作为催化剂将发挥重要作用。私营行业和公民在创建自身信息的同时也会发挥作用。

下一个层面是网络安全。这是我们正在开展的一项重要工作,确保人们有足够的信任和信心来利用信息通信技术。这个话题非常敏感,因为它不仅涉及技术问题,还需要政策和监管的支持。

您的任期即将结束,如果您必须选择一项真正给全世界人们带来变化的事情,那会是什么?

我会选择宽带接入。我一直试图挑战世界,让宽带能够为每一个人所用。我们经历了数字革命,为世界每一个角落带来了可负担得起的移动通信。我们为宽带接入奠定了基础,这将避免出现新的数字鸿沟。

国际电联汇集了不同背景的成员国,它们在此一起工作,这是长年来形成的悠久传统。有700多家私营企业作为成员与各成员国及其自己的竞争对手一起在国际电联携手努力。私营行业对国际电联的这种信任,令我深感骄傲。**FM**

国际电信联盟

国际电信联盟于1865年5月17日在巴黎成立,该成立日现已成为世界电信和信息社会日。1868年,成员国决定将秘书处设立在瑞士伯尔尼,6年后万国邮联也在此成立。1948年,国际电联将秘书处迁往现在的所在地日内瓦。

担任国际电联秘书长的Hamadoun Touré博士来自马里,是一位接受过训练的工程师,曾在卫星行业工作。他精通英语、法语、俄语和西班牙语。作为秘书长,他致力于实现国际电联连通世界的使命,并通过充分挖掘信息通信技术的独特潜力,帮助实现联合国千年发展目标。



明天的现实 抑或天上的馅饼？

在几个月的时间里，无人驾驶投递飞机已经从科幻小说的字里行间跃入世界各地的邮政经营者、电子商务参与者和快递公司的雷达屏幕上。

文：
CATHERINE
MCLEAN

2013年，德国邮政DHL的一架黄色无人驾驶飞机携带一箱药品飞过了波恩莱茵河，展示了有一天这项技术可能会用于递送小包，甚至会在某一天取代邮递员。几个月后，世界上最大的在线零售商亚马逊也将其“八旋翼”无人机公知于众，希望利用它在5年内开始向客户递送书籍和其他商品。

这个概念听起来很吸引人，因为目前的在线零售商、快递公司和邮政经营者需要在尽可能短的时间递送网上订购的商品，因此承受了巨大的压力。亚马逊估计它的无人机可以在30分钟内将包裹送达，在消费者越来越迫切地希望能够立即收到网购商品的情况下，这么短的时间令人振奋。

尽管如此，专家表示无人机在投入使用之前还面临着一系列的障碍——包括金融、技术和法律等方面。他们也暗示对无人机的关注更多的是痴心妄想和吸引媒体注意，而非具体的商业计划。亚利桑那州立大学物质、运输和能源工程学院航空航天工程教授Timothy Takahashi说：“我仍然对无人飞机递送包裹的普及持怀疑态度，我相信亚马逊太超前了”。

现实

这样的怀疑并没有阻止亚马逊和其他公司与世界分享其无人机的愿景。亚马逊的网站上有

其Prime Air无人机的视频。无人机从亚马逊仓库起飞，飞过片片绿地，最后降落在用户房子外面，投下包裹，包裹内件是工具。此前几个月，亚马逊首席执行官Jeff Bezos在美国新闻节目《60分钟》里说，这种类型的无人机根据GPS坐标编程，无需远程遥控。亚马逊在其网站上解释说，“这看起来像科幻小说，但这是真的。总有一天，Prime Air飞行器将会像今天在路上看到的邮车一样平常”。

其他公司对于无人机能够很快着手包裹递送则没有这么确定。德国邮政发言人Dunja Kuhlmann女士表示，德国邮政DHL最近进行试验，研究在地理位置更具挑战性的区域无人机利用项目的部分内容，例如在岛屿等地使用无人机进行药品和其他紧急递送。她补充说，“目前，我们没有具体计划将无人机用于常规包裹的投递”。

至于如何进行研究，Kuhlmann强调其公司本身并不研制无人机，而是与已经活跃在这个领域的公司合作。她补充说，“专家团队正在评估当前用于我们包裹业务的直升机技术的各个方面”。

新浪潮

联邦快递等公司是否也在考虑这项技术呢？联邦快递发言人Shea Leordeanu女士说，“公司对于能够更好地为顾客服务的新技术一直都很感兴趣。虽然我们不能对这项技术做出判断，但我



执行任务中的敦豪无人机试验（照片：U. Baumgarten/Getty Images）

可以说,使每位客户拥有最佳体验是我们的首要任务,我们从技术角度做的任何事情都源自这一考虑”。

无人机有许多名字,包括无人驾驶飞行器和远程驾驶飞机,它直到最近还是军方的代名词,被视为在战场用于致命打击的工具,而不是把巧克力送到家门口。无人机在世界各地的用途也越来越广,包括边界巡逻、收集情报和执行科学研究。

但无人机现在正悄悄进入民用领域。各公司竞相把它们用无人机试投的视频放到YouTube网站上。2013年达美乐披萨(Dominos Pizza)公司就使用了名为DomiCopter的无人机递送披萨;法国的在线香槟零售商最近通过无人机给瑞士阿尔卑斯山的酒吧递送了一瓶香槟;美国一个啤酒厂最近公布了一段通过无人机给冰上渔民递送啤酒的视频,成为头条新闻。然而随后,美国联邦航空管理局(FAA)禁飞了该啤酒厂的无人机,因为这种无人机的商业投递行为目前是不允许的。用无人机投递以招徕客户的其他商品还包括寿司和教科书。

困难重重

虽然进行测试和发布视频很容易,但部署无人机用作商业递送却面临实质性的困难。其中一个巨大的挑战是说服国家航空管理机构许可此类飞行。Bezos告诉《60分钟》,“要想投入实施,最困难的是证明其符合美国联邦航空管理局的标准且实施安全”。美国联邦航空管理局计划在2015年前制定商用无人机的相关规则。国际民用航空组织(ICAO)通信主管Anthony Philbin表示,其关注的重点是远程无人机如何满足安全标准,避免给人们或其他飞机造成危险。

技术进步对确保民航局要求的可靠性和安全性至关重要。据Takahashi教授介绍,商业展示中常用的四轴飞行器可能遭遇强风、耗尽燃料或电量等问题(见采访)。

其他可能出现的技术和安全问题包括软件发生错误或受到人为攻击。各公司必须确保它们的无人机不会从天上掉下来、起火燃烧,令人们四处躲避。Takahashi说,“小型飞机甚至大型自动飞机的操作可靠性还不能与20世纪40年代以来有人驾驶商用飞机的安全性相匹敌”。

数量带来的问题

根据递送管理公司首席执行官Richard Wishart所言,亚马逊和德国邮政DHL的演示表面上进展顺利,但当有更多的无人机在天空中嗡嗡作响时,情况就会变得困难得多。该公司提供识别和跟踪技术方面的咨询服务。Wishart将当前的无人机试验比作早期的汽车,行驶在空荡荡的马路上而不用担心撞车。他说,“但当它成为大量使用的递送工具时,随着规模放大,有些复杂问题便会如期而至”。

对于无人机递送的商业可行性也存在质疑。Takahashi说,电池电量有限,因此无人机的递送半径只有几英里。不像投递员,无人机无法一次投递多个邮件,每次都需要往返,在仓库带上包裹,飞到住所,然后再飞回去。

另一个紧迫的问题是服务。如何让无人机使用GPS定位找到房子的前门?无人机如何提醒收件人包裹已经到达?如果没人在家怎么办?Wishart表示公司必须确保其提供详细的递送说明给无人机,否则灾难可能接踵而来。他说,“或许无人机在白天就把包裹投递到了车道上,我晚上开车回家把包裹给碾碎了”。这是无人机投递可能发生错误的一种情况。

人的因素

同样不能保证的是消费者是否会接受无人机递送。不像能看到邮递员熟悉的面孔那样,无人机都是无名的。UNI全球联盟的邮政及物流主管Stephen De Matteo认为无人机递送还有很长的路要走。De Matteo说,“人的因素是人们非常看重的一个方面。美国和欧洲已经有许多研究显示,人们对邮递员很信任”。他还补充道:“在美国,对于很多人而言,邮递员代表了联邦政府,是最让人们信任的机构代表”。

在这个高科技监控的时代,消费者还可能对

飞行的无人机有防备心理。De Matteo补充道,“人们正逐渐认识信息技术意味着什么。在个人信息收集方面,我认为消费者会十分犹豫是否允许这些小机器在住处周围嗡嗡作响、拍摄照片”。

面对未来

但是De Matteo承认,邮政经营者不能忽视无人机和其他发展中的技术,因为这些技术可能会干扰邮政行业。De Matteo说,“我们不能成为声明要阻止技术进步的卢德分子。如同其他技术一样,各国邮政同样需要开发这项技术,并且清楚尽管形势已经改变,但我们仍然拥有巨大的资产。我们将如何利用相关资源,为社区和商业客户提供重要的服务呢”?

的确,在过去的20年里有无数的技术创新已经造成了邮政行业和邮递员的重组。De Matteo说,“简单的现实是,随着信件量的下降,工作的实际情况已经发生了变化。这可能意味着邮路的延长和后台分拣时间的缩短。之前分拣中心的很多员工都已经被取代”。

电子邮件和手机短信给世界上许多地方的信件量带来了负面影响,然而电子商务的大爆炸导致包裹递送量的激增并加剧了集成商的竞争。Wishart警告说,“如今,如果快递公司不考虑技术创新,他们将很快在竞争中被淘汰”。他还补充说,无人机是这一趋势的一个极端例子。

现在,邮政行业的雇员表示并不十分担心无人机将席卷而来并取代他们的工作。来自德国Ver.di工会的Stephan Teuscher亲自观看了德国邮政DHL的无人机试验,印象并不深刻。他觉得遥控操纵的包裹直升机更像一个玩具飞机模型,而不是邮政员工真正的竞争对手。Teuscher说,“我认为这完全是一场公关表演。给我的印象是有人在玩模型飞机,而不是使用专业的运输工具”。CM

航空学视角

亚利桑那州立大学物质、运输和能源工程学院航空航天工程教授Timothy Takahashi对无人机递送包裹即将成为常态持怀疑态度。

商用无人机的时代到来了吗？

大型无人驾驶军用系统，如“全球鹰”、“捕食者”和“收割机”，都是远程驾驶飞机。同样，大多数小型无人机也是颇受盛赞的飞机模型，采用类似的远程驾驶。亚马逊的愿景是使用近乎有自主能力的飞行器投递包裹。由训练有素的飞行员（即使在数百英尺或数千英里之外）驾驶飞机与由自主运算系统驾驶飞行器有很大的不同。

最主要的区别是状况感知。远程飞行员在遇到某些状况时几乎能实时与飞机互动，而特殊的无人投递机则需要将几乎所有的操控决策都预置于内。

从技术的角度来看，广泛采用自动飞行器递送包裹的限制有哪些？

这里有许多重大的技术障碍。由电池供电的电动无人机的飞行范围和持久力是以分钟计算的，而不是小时。这将从实体仓库到潜在客户的递送半径限制在几英里以内。以石油燃料为动力的无人机能够有合理的范围和持久力，但却有着更加令运营商头痛的维护问题。由4个链锯引擎作动力的包裹递送无人机噪音很大，会散发异味并在紧急着陆时带来真正的火灾风险。

还有其他需要担心的情况吗？

现实世界的天气极其变化多端：风速持续在25节的稳定风力、或者在25节附近变化的强风都不鲜见。四轴飞行器（演示无人机的首选机型）的速度无法逆强风飞行，很有可能在执行递送任务时耗尽电量或燃料。小型的固定翼飞机在操作时需要跑道，这显然限制了它的实用性。

无论是四轴飞行器还是飞机，二者都不稳定。技术熟练的工程师可能会使无人机在爬升、偏航和摇晃时被动保持稳定，但是飞行器没有内在的物理因素使其保持垂直。因此，必须始终主动控制飞行器，尤其是在遇到湍流风的时候。飞行器体积越小、速度越慢，在遇到强风时就愈加不稳定。

成本的问题呢？

商用无人机运营的实际成本需要将购置、燃料、熟练的操作和维护团队等方面的费用包含在内。在美国、加拿大和欧盟，商用飞机和可能用于包裹递送的无人机必须由政府认证的人员进行维护和操作。这些职位的工资历来都要高于邮递员。在这种情况下，实际运营成本会很高。如果每位邮递员投递完一个包裹就要回一趟配送中心，可以想象邮寄成本必然很高。

当前商业应用无人机的安全性和可靠性如何？

即使是类似“全球鹰”的复杂昂贵的军事系统，其事故率也远高于有人驾驶的商用飞机。这部分是由于远程飞行员与飞机的互动方式不同，例如当无人机遭遇气流时就不会有“身临其境”的感觉。

较小的军用飞行器系统被设计为在战斗情况下基本是抛弃型的。如果到飞机模型的飞行区域参观，无论在哪天都可能至少会目睹一次事故。小飞机模型、甚至大型自动飞机的操作可靠性还不能与20世纪40年代以来有人驾驶商用飞机的安全性相匹敌。

尽管靠电池供电的无人机带来的火灾隐患比石油燃料无人机要小，但我请大家参看一个视频（链接如下）。在这个视频片段里，电动飞机模型在疾风中（晴空，无风暴）飞行后坠毁并燃烧（见2分30秒）。可见飞行时必须考虑环境因素（尤其在不可控的商业领空——即在目视飞行规则下500英尺以上的区域）。

您认为未来会实现无人机递送吗？

我见过它用于小范围的宣传活动——例如在美国橄榄球超级杯体育场配合降落伞递送啤酒和披萨，但我仍对自动航空器投递包裹的普及持怀疑态度。

我可以预见DHL、FedEx或UPS今后会在机场和机场的跑道之间使用更大型的自动货运飞机。目前包裹递送公司使用的飞机大到波音747，小到塞斯纳208。联邦快递有40架塞斯纳208飞机。

我认为用遥控机替代208飞机确实具有商业潜力。目前，由于飞行员的人为因素制约了飞机操作。如果能够为大型机组遥控充电，就可以让飞行员根据需要随时飞行。目前，如果我们让飞机单程飞行，飞机在到达下一个目的地之前就要停留一段时间，而且我们还需要在间歇时为飞行员安排食宿！CM



视频：一架不幸的无人驾驶飞机

www.youtube.com/watch?v=ekqRDbI7t3Y



在线零售商 发出强有力的信息

在不断发展的电子商务中，处于核心地位的商家视邮政经营者为关键的合作伙伴，期待邮政能够以更快的速度、更便捷的服务将商品运送到消费者手中。

文：
DAVID KOCH

在网络市场经营业务的公司，即使位于世界不同地方，如中国杭州、尼日利亚拉各斯和美国布鲁克林，都希望各国邮政帮助它们满足客户的需求。4月邮政经营理事会作出的一项新决议满足了上述需求，该项决议敦促万国邮联在促进电子商务活动中发挥作用。万国邮联目前正在进行的举措有建立跨境货物的退货系统及简化与海关当局的关系。

重塑邮政

商业版图快速变化，这是给全球邮政行业带来压力的标志，同时也是各国邮政与时俱进的承诺。中国电子商务巨头阿里巴巴的高管John Spelich说，如果邮递员能够快速适应这一市场的需求，他们就能获得成功。

2013年，通过阿里巴巴网上交易平台成交的销售额超过2,480亿美元，令亚马逊等位于美国的同行黯然失色，据报道亚马逊的销售额为757亿美元。据Spelich介绍，主要通过阿里巴巴的速卖通平台实现的跨境销售额就价值20亿美元。该公司宣称其销售网络拥有2.31亿个合作供应商。同时，根据阿里巴巴5月提交给美国证券交易委员会的报告，2013年其供应商的客户几乎遍及全球所有国家。

不断增长的小包数量对某些跨境邮路的局限性提出了考验，海关的有限资源成为瓶颈。这正是阿里巴巴希望各国邮政帮助解决的问题。Spelich告诉《邮联》杂志：“海关和邮政机构之间的系统集成能够提高服务的透明度和信息共享程度，从而提高双方的效率”。

Spelich指出，对国际邮件办理挂号业务也应该进行全球整合，以便客户能够更好地跟踪他们采购的商品。他还补充说这种受欢迎的挂号业务应该更低价，并且各国邮政应该对邮件丢失承担责任。Spelich是阿里巴巴负责国际电子商务和企业发展的副总裁，他还说：“我们非常希望在运输国际挂号包裹到所有目的地的过程中都可以看到更加一致、完整的跟踪信息；同时对于丢失的包裹，应该有统一且合理的补偿标准”。

便捷退货

Spelich认为，电子商务增长的另一个关键是为客户提供国际邮件的全球化退货方案。他说：“便捷的商品退货至关重要，因为这是商家质保的表现，能让消费者安心购买”。他又补充说，通过制定标准化的退货流程，各国邮政将增进那些犹豫不决的网购者的信心。Spelich还解释说：“对于跨国网络零售来说，阻碍消费者做出购买决定的最

大因素之一就是退货流程的复杂程度,特别是交易失败时的退货运输成本和缴税负担”。

邮政服务还能怎样助力电子商务呢? Spelich指出:“零售客户寻求的是能够提供不同时段投递并能够自行选择投递时间的服务。通过电子商务购物的客户对运递服务的多样化和服务品质也提出了更高的要求,因为运递服务已然成为零售体验中不可分割的一部分”。

邮政的优势

Etsy是另一个不断增长的全球网上交易平台,拥有3,000万买家和卖家,2012年销售额达到1,350亿美元。Etsy专门经营手工艺品、古董商品和工艺品的交易。Etsy通过指定经营者运输商品开局良好。运递项目主管Eric Fixler说:“各国邮政是小创业者最好的运递商。他们通常提供最优惠的价格”。Fixler还补充说,供应商与指定经营者往往也更熟悉。

Fixler指出,各国邮政经营者已经为95%的Etsy卖家提供投递服务,他称邮政是“小件包裹的最佳接收者”。

公司在4月启动了一项针对加拿大卖家的服务,允许他们通过Etsy平台购买和打印加拿大邮政的运递标签,包括国际邮件的邮资。据Etsy表示,大多数的运递标签都是有折扣的。对加拿大卖家的调查显示,98%的卖家使用加拿大邮政的服务运递国内邮件,96%的卖家用于运递国际邮件。

自2012年以来,美国的Etsy卖家便能够使用类似的运递标签服务,但仅限于国内运递。该公司的博客称,今后将开始提供国际邮件的运递标签。Fixler认为:“跨境运输很重要。如果我们能够提供更好更快的运递服务,卖家力量就会得到加强”。

非洲的增长

在非洲的尼日利亚,网上交易平台愈发蓬勃,同样要求邮政适应电子商务的增长。尽

管贫困和失业仍然很普遍,但快速的经济增长还是激发了网上零售商开发本国市场的兴趣。2003~2010年间,国内生产总值GDP平均增速达到7.6%。世界银行表示,这个国家现在“已经准备好建设繁荣的经济”且“贫困显著减轻”。

当地网络零售商Konga.com的首席执行官Sim Shagaya表示,要想发展尼日利亚的电子商务,国内的邮政经营者应当在拉各斯、哈科特港和阿布贾等主要城市中心以外的地区扩建其物流基础设施。否则,国内的电子商务将被局限于这三个大城市。Shagaya认为,随着尼日利亚其他城市的发展,这三大城市的经济重要性将逐渐减弱。他说:“我们想要为每一位尼日利亚人提供服务,无论他们是居住在大城市还是乡村”。

自2012年Konga推出以来,它已经逐渐成长为尼日利亚电子商务领域的领军力量之一。其主要竞争对手是Jumia,总部位于柏林的跨国公司Rocket International的旗下企业。尽管Konga的发言人不愿透露其销售数据,但她将公司的增长描述成“成指数且稳定增长”,并补充说销售额将“数倍于往年”。Shagaya说:“我们需要做的是与政府企业合作(如邮政),告诉它们如何投资、投资到哪里,以及如何才能准备好迎接电子商务的新未来”。一名公司发言人补充说,物流和信息技术基础设施急需投入。据Shagaya介绍,尼日利亚对于发展电子商务的政治意愿很强烈,“他们明白互联网扰乱了邮政服务,但是与此同时,包裹业务却获得增长”。

轻松和便捷

消费者还期望国内邮政能够提供更加便捷的服务,包括更加灵活的投递选择、快件跟踪查询以及简单的退货流程。EMOTA是一家位于比利时布鲁塞尔的欧洲电子商务企业协会,其秘书长Susanne Czech指出:“客户希望邮件能够监控。比如包裹储物柜就是一种替代选择,或者网购后能在方便的时候在就近的商店领取包裹。消费者期待轻松和便捷的服务”。



EMOTA称,2013年欧洲电子商务的销售额约为3,500亿欧元(4,815亿美元)。该组织期望这种快速增长能够持续,尤其是在国际销售方面。Czech说,邮政经营者已经开始应对这种挑战,“尽管创新和灵活性都有提升的空间,但是我想邮政经营者也深知这一点并正在付出很多努力”。

挑战传统

荷兰指定经营者荷兰邮政的国际关系主管Jan Sertons指出,如果各国邮政希望适应这些新的经济现实,就必须摒弃旧的习惯。Sertons说:“我们不得不非常努力以得到改善并迎合市场对我们提出的要求,而市场就是电子商务货物的发件人及收件人”。

针对万国邮联对包裹和小包业务的区分,他

补充说,那些客户期望邮政能够迅速适应市场,这就意味着挑战邮政经营者内部的旧有组织机构。他还表示,“客户想要收到一个盒子,他们并不在乎这个东西被叫作小包还是包裹。对于邮政经营者来说,这一点很难克服,但我们必须这样做。我们必须简化服务”。

邮政经营理事会负责电子业务的第四委员会电子商务工作组主席、来自巴西的Alex Nascimento强调,没有哪个物流公司比邮政更具优势。他还补充说要抓紧一切时间,“客户对邮政说:‘我信任你,但是我需要更多的信息、更多的投递选择和更优惠的价格’。他们知道我们有能力处理物流作业,但是他们还会说:‘我们需要的不止这些,而且我们希望尽可能地快捷’”。DK

万国邮联的行动

3月200余名代表出席了由万国邮联举办的电子商务论坛,论坛主要探讨了各国邮政如何更好地利用网上购物的增长。发言人来自各个领域,从联合国及其他政府间机构的首脑,到网络交易平台和邮政经营者的代表。

几天之后,在4月的邮政经营理事会年会上,与会者们一致认为邮政服务需要更快、更好地满足用户需求,才能在电子商务产生的大量包裹中获利。万国邮联总局长比沙尔·侯赛因指出:“电子商务需要高效、智能和安全的网络,而这要求各相关方开展合作。而邮政网络是所有服务网络的网络”。

侯赛因同时也强调了跨境货物互换的相

关挑战和减少贸易和运营壁垒的重要性,他说:“我们需要提供优质服务、速度、信任、安全性和可靠性”。但是邮政行业需要来自其他各相关方的协助才能实现这些目标,比如海关当局。

邮政经营理事会理事国还通过了一项新服务的用户指南,使消费者能够轻松退回从其他国家网购的商品。预计这项服务于年内可以上线。

产品战略与综合工作组计划推出专门针对0~30千克包裹的电子商务解决方案,特色是快件跟踪、客户服务和海关预先通知服务。FM

竞争从未停息

自从2009年全球经济衰退以来，对于航空商务的要求下降，从次日达降为2~3天送达；从航空运输到航空货运；从航空货运到陆路货运。尽管如此，消费者对于即时满足和达到这一标准的运输需求却都达到了前所未有的高度。

文：
MARK S.
SCHOEMAN

需求下降是商业周期的常见结果，伴随着全球经济而波动。其次，更具革新性的趋势大都要归结于电子商务和在线销售的显著增长。相反，在一个很平淡的市场，却因为电子商务的增长引爆了一项新需求——企业对消费者或者叫B2C的投递需求。

反过来，这种增长是由于互联网访问和移动设备、网络设备近乎指数级的增长，以及设备和应用系统开发商、企业家和经销商都希望从接踵而至的新机遇中获利而引发的‘淘金热’。我们所处的信息时代使我们每一个个体拥有空前的权力——不论我们是作为社会评论家、活动家、政客，还是毋庸置疑的消费者。

竞争对手的解决方案

对于UPS、FedEx和DHL等集成巨头而言，信息技术长久以来一直在航空快递的发展及其与发货方的关系方面发挥着重要作用。为应对电子商务的增长，主要的集成运输商一直在积极主动地为电子商务发货方和消费者提供量身定制且无所不包的服务。如今，信息技术的力量正在改变承运商与商家和消费者的关系。

2011年，UPS引入“客户自选”（MyChoice）业务，使‘会员们’对自己包裹的投递方式和运输路线有一定的掌控权，如更改投递日期、变更送货地址或者收件人上门自提等。在这几年里，UPS又增加了MyChoice的功能，引入新技术来增强最终消费者，即收件人的作用。例如，原本为了优化UPS庞大运输车队的路由效率而设计的创新项目Project ORION，其目标正在被重新定位，以便使消费者能够更好地监控其即将接收的包裹：包裹位置的准确实时信息、更精准的投递窗口以及能够变更投递时间和地点。

FedEx也提供类似的服务“投递管理”（Delivery Manager），只是没有会费的要求。这些实例不只说明集成承运商们在近期的增值服务中收入大幅提升，这些措施也是控制成本的精明策略，例如这些做法能省去劳动密集型的电话客户服务中心，甚至是成本更高的再次试投。

大量社交数据

此外还有意义更加深远、将对所有承运商产生重大影响的事件，尤其是邮政经营者。在今日的大数据时代，在线企业挖掘数据库信息，不仅

数字服务台的运行流程



1

注册一个免费的
国际配送地址



2

在你喜欢的美国或者
欧洲网站上购物



3

把你所有的包裹都
运送到你的国际配送地址



4

汇总你的包裹
然后一并寄给你

是为了预测购买趋势,也是为了对购买经历进行个性化设计,以便更好地吸引和吸收新客户。未来,那些能赋予客户更大自主权、让客户能更好地监控其订购状况及投递需要的物流供应商,将在竞争中具备优势。

除了提供增值服务之外, MyChioce和 Delivery Manager像其他很多在这个社交媒体时代树立品牌的做法一样,让很多志趣相投的人们——比如网购人群——形成了社区的观念,从而加强这类社区和某些品牌之间的纽带关系,例如UPS和FedEx。赋予忠诚客户更大的权力也增强了这种社区情节。不同于原来被动接收包裹的收件人, MyChioce的会员可以积极地在整个购买/供应链周期中接触大量在线资源,从中选择性价比最合适的产品、承运商和服务水平等,甚至可以对一些配送和投递的方式方法进行细微的调整。

在社交媒体网站上,如脸谱网(Facebook)和推特网(Twitter), UPS和FedEx的客户们彼此间可以相互交流,还能与公司进行互动,进而加强品牌的识别度。此外,就像所有的电子商务活动一样,越来越多的网络访问和授权也都拓展到了

移动用户——通过智能手机的应用程序给客户提供管理日常生活方方面面的工具,包括购物和运输,这一切只需点击即可实现。总体来讲,未来电子商务竞争力的关键在于与移动设备的适应性,具体而言,就是能够对电子零售货物的运送和投递进行管理。

为了更具竞争力,实体零售企业正在探索新的方法来利用现有的配送网络,以提供更加以客户为中心的产品需求定位和实现机制。例如全方位营销渠道,可以把一件产品通过几种“渠道”展现给消费者,通过产品目录、在线橱窗、实体店和移动设备等,融入单一客户品牌体验中。全面实现这种愿景能够将配送仓储和零售商店连接成一个响应速度更快、更及时有效的网络,而这要比单纯的在线经销商,如亚马逊和易趣等所提供的网络更加强大。

国际电子商务

当电子商务便利化在发达经济体各国家内飞速发展的时候,跨境电子商务仍然在恣意发展。然而,有迹象表明这种情况正在发生改变。UPS、DHL、Globalmail和Borderfree等公司已经

“在这个美好的新世界里， 各国邮政得以更多融入的机遇 就摆在那里。”

在协助发展在线平台以克服各种障碍，如高额的运费、货币兑换、关税及其他税金、安全、欺诈保护以及退货等——这些问题长期阻碍了国际电子商务的发展。UPS的“全球电子商务解决方案”（Global e-Commerce Solution）为在线供应商提供了一套工具，可以把产品价格转换为购物者本地货币价格，并计算包括关税和税费在内的全部到岸成本，还能保证支付安全并提供快件跟踪、通知和管控机制。

国际电子商务的另一项创新是出现了所谓的“数字服务台”，例如Shop and Ship、Borderlinx和BoxHop等。它们为国际市场客户提供解决方案，即实现购物者从没有本地店面的异地商家购买商品，从而更为直接地应对了消费者的需求。具体地说，购物者个人与“数字服务台”的实体签约，以此他（她）就可以分配到一个国内地址，比如仓库位置或者‘邮箱’等实体地址，网上采购的货物集中发送到原产国境内的这个地址，然后统一出口给客户。“数字服务台”向客户提供一系列货运服务，与UPS、FedEx和DHL所提供的服务类似，包括文件准备、破损检查、跟踪、支付安全和退货等项目。

此外，很多“数字服务台”提供的服务已经超越了简单地便利国际运输，而发展到向客户提供购物协助——确定最优价格、优惠券、折扣和免邮费等。这个想法也是为了通过同客户形成‘伙伴关系’来‘锁住客户’，在给对方更多退货自主权的同时，提升客户对服务品牌的忠诚度。

对邮政经营者的影响

需求驱动的趋势增强了各国邮政的优势：没有哪个服务商能够拥有这样强大的基础设施来为每个商业和住宅地址提供日常递送，或拥

有如此众多的零售网点、如此多的邮箱设施；在大多数国家，没有哪个品牌能够像邮政一样为客户所熟悉和信赖；也没有哪个服务商能够与客户建立一对一的关系——一个邮政地址对应一位消费者。

实际上，一些邮政之间已经开始建立伙伴关系，让其他国家国内市场运送的包裹，最终传送到自己最后一英里的配送网络中来。一旦某个数字服务台的货运量达到一定临界数量，就很可能弃用集成商，而开始自行安排货运：长途运输、报关以及在寄达国的最后一英里投递。提供这样的运递服务，尤其是派送到住宅地址，在大多数国家只有本地的邮政经营者能够做到。

在这个美好的新世界里，各国邮政得以更好融入的机遇就摆在那里——事实上，目前从事此业务的竞争者正在开发邮政未填补或者未开发的空白领域。不过，有些邮政在应用信息技术及信息技术能力上落后于其他竞争对手。为了充分把握这些机遇，邮政经营者需要利用技术并制定计划，使服务更贴近收货人，并在早期阶段就更加敏锐地认识发展趋势并加以利用。**MS**

Mark S. Schoeman是Colography集团的首席执行官。

COLOGRAPHY 集团

位于美国的 COLOGRAPHY 集团为企业提初步研究、策略制定和新项目开发服务，以期在全球的限时派送、快捷服务和货运市场上发现并充分利用增长机遇。集团采集市场情报，以便客户据此制定有效的运输战略。

如何使商品自由流通



Mikuriya 青睐与邮政之间的紧密联系（照片：Manu Friedrich）

电子商务的蓬勃发展带来了大量包裹，尽管邮政经营理事会理事国通过了一项决议来加速处理这些包裹，各国邮政还需要更紧密地同海关合作，以保证货物能够真正顺利通关。世界海关组织秘书长Kunio Mikuriya充分意识到将要发生的一切。

各国邮政和海关之间的长期关系当前面临哪些挑战？

由于电子商务的快速发展，我们都面临同样的挑战。从海关的角度而言，我们通常熟悉那些大型货运商和贸易商，并且以此为依据对商品进行风险评估。但是现如今随着电子商务的蓬勃发展，消费者和中小微型企业都参与进来，这种评估便越来越困难。一方面，这是件好事；但另一方面，这的确给海关判定货物是否合法带来了极大挑战。

在某种程度上，这也给邮政服务带来了压力，因为说到底，邮政和海关需要通力合作以确保合法货物的顺畅流通。

随着电子商务的快速发展及由此带来的包裹数量的显著增长，哪些方面是邮政与海关合作的重点？

从我们的角度来看，我们需要商业数据和具体的托运信息来进行风险管理。即便具体货物还未真正到达海关，如果我们能够获得邮政包裹的数据，也将有助于我们的工作。我们可以检查数据并事先确定海关需要进行哪些介入调查。通常来讲不需要介入调查，因为大部分包裹都是合法的。

以这种方式，我们能够确保货物的自由流通。但是我们需要找出可能会带来风险的那一部分包裹，以保证市民的健康和安全。数据不仅要及时提供，质量也要好。如果数据质量标准不高，我们用它来进行风险评估就很困难。

在预先提供邮件业务量的数据方面，万国邮联提供的技术解决方案会有所帮助吗？

是的，我们可以利用这项技术来确保贸易便利化。邮政服务是网络化的，而邮政网络发展得很成熟。如果每个国家的邮政服务都能更好地完善并能在万国邮联所提供的信息技术方面投入更多资金，那么这个网络就可以同海关网络连接起来，因为海关也以类似的方式运作，无论在全球还是在各个国家。

如果邮政网络和海关网络能够连接起来，再加上信息技术更加快速地发展，我们就有可能通过邮政网络仅接收那些需要检查的包裹的信息。然后我们就能快速反应，确保合法货物的自由流通。

万国邮联和世界海关组织之间还有哪些方面可以合作？

我非常欣赏海关和邮政之间基于彼此信任的合作精神。我们的合作在国际层面是非常成功的，这要归功于我们的联络委员会。我们就各种问题、典型范例和最佳运作方式交流意见。基于邮政服务的特殊性，世界海关组织也在联络委员会的协助下为海关制定相关标准。

善意和良好的合作有必要从国际层面渗透到国家层面。当然，要想做到这一点，邮政经营者和海关当局都需要在连接两个网络方面进行投入。在世界范围内实现这一网络连接还有待时日。而这正是我本人和万国邮联总局局长比沙尔·侯赛因在积极推进的工作。我希望我们能够共同做出实质性的改变。FM



揭密非洲邮政监管

万国邮联的新研究首次全面阐述了撒哈拉以南非洲的邮政监管局面。

文：
MARIE-ODILE
PILLEY

在过去的30年里,工业化时代的邮政监管模式受到了重重考验——首先来自新的集成商,后来是互联网的出现及新的地缘政治格局。发展中国家和欠发达国家尤其缺乏邮政监管方面的研究,在此背景下,最新研究结果首次揭示了撒哈拉以南非洲监管发展的大致情况。

尽管每个国家各有其特殊性,但同一个区域的国家有许多共同特点,如历史、传统、文化、语言、法律类型以及做事方式等,所以选择区域方式进行研究。研究是依据一份监管问卷调查的结果,并辅以案头研究及万国邮联针对普遍服务和邮政实体的状态和结构的调研。撒哈拉以南非洲对问卷调查的响应率很高,45个国家中有37个给予了回复。这份调研只关注国家监管部分,是国家主权内事务。

背景

在整个非洲,邮政的发展落后于经济增长。在经济方面,非洲大陆地区的增长列居世界第二,尽管增长质量不尽理想,但是增长速度一直在加快。同经济增长一样,邮政的平均增长速度在不同国家之间蕴藏着显著和渐增的差距。举例来说,某些中高收入的非洲国家,主要集中在南非周边和一些富裕的岛国,从纳米比亚和毛里求斯开始,已经摆脱了相对下降的趋势。但是在中非地区和很多西非内陆国家局面却并不乐观,这些国家生产力下降,还出现了许多负指数。这就形成了一种恶性循环:基础设施落后和员工数量减少导致了邮政业务量的下降,反之亦然。之前

的改革,包括由于亏损而缩减邮局网络范围和服务网点,更加剧了这种趋势。

不像一些战后国家和欠发达国家奋起直追的表现,决定论在这里没起作用。包括战后国家在内的一些低收入国家也获得了值得瞩目的成就,而几个较强的经营者的发展已然落后于经济增长。

展望未来,尽管基础设施薄弱一直困扰着这个地区,但新的、价格更优惠的技术应用也带来了许多新机遇,比如移动电话和云计算技术,当然还有各种“节俭创新”。

近距离观察

撒哈拉以南非洲的邮政基础设施就是该地区长久以来基础设施建设薄弱的缩影。在这个仍然是劳动密集型的产业中,发达国家员工人数占其整个人口的比例是非洲国家的38倍。非洲邮政的员工人数占全球邮政员工的1%,而非洲的人口却占世界人口的12%。该地区的劣势也反映在其邮政收入上:仅占世界邮政收入的4%。

该地区仅有的9家指定经营者,全都位于人口密集的国家,有1,000多名全职员工。其余的指定经营者都是中小型企业。投递主要是通过邮政信箱,这些邮政信箱通常地域分布集中而且租金昂贵。

邮政局所网络过去通常会在农村地区有最密集的零售和金融服务网点,而现在都被移动运营商的网络所取代。最明显的例子就是肯尼亚,Safaricom公司拥有一个32,000家联网代理商的网点,而邮政局所只有700个。



该地区的信函量较低,如埃塞俄比亚(照片:Michael Tewelde/EPA/Keystone)

邮件的构成

在撒哈拉以南非洲,居民每年寄送的人均信函量相当少:只有2.4件,而世界平均水平是56件,尚不及世界信函总量的百分之一。即便在中等收入的经济体,如博茨瓦纳、毛里求斯、纳米比亚、塞舌尔和南非,这一数字也仅在10~34之间。低收入国家中仅有肯尼亚和津巴布韦的人均寄送信函量超过1件。

信函数量并没有随着国内生产总值GDP的增长而增长(比照数字化之前的发达国家和一些新兴国家的案例),反而无一例外地显著下降。就整体而言,大客户(公共事业、银行甚至政府服务部门)都不使用邮政网络,而是使用诸如公共汽车公司这样没有相应邮政物流程序的非正式运营商来寄送邮件。

包裹市场情况也类似,每千名居民发送的国内包裹数量仅占世界总量的0.1%。国内和国际包裹的数量比是10:1,而世界平均水平是此数字的132倍。在国际互换中,包裹数量超过快递数量的仅有4个国家。

快递邮件的情况相对较好,具有明显的数量优势和相对深层次的国内市场,尽管数量仍然很少。

市场趋势

该地区的一些指定经营者仍然合法地垄断着信函邮寄服务,但这往往是停留在理论上,而非实际。作为正在进行的邮政改革的一部分,垄断领域被重新划分。在三分之二的情况中,垄断或保留业务领域的界限没有明确定义,因此不具备可操作性。当界限被确定之后,监管负责人

表示,即便监管机构被赋予监管权力,但市场的监管仍然很困难。

在非洲,这种趋势首先是监管新的邮政经营者(快递和速递服务),接着是使用单独的监管模式,而这种模式在某种程度上是专为欧洲单一市场而开发的。在欧盟,国家邮政垄断和单一市场的不兼容问题早在1992年的欧洲委员会绿皮书中就进行了阐述。随后,指导单一邮政市场形成的折中议案达成,保证了函件和包裹普遍服务的可持续性,然后逐渐开放市场竞争。这一举措对不同方的意义不同,因此受到各相关方(政府部门、现有经营者、快递和速递运营商、大小型企业以及公众)的青睐。

自由化

自由化进程的一个必然结果就是设立自主的监管部门。在如今这个自由化的时代出现了某种未经证实的假设(没有充分考虑邮政经济的具体特点),那就是自由化本身就可以给市民和企业带来社会福利。20年后,市场已经充分开放,结果却喜忧参半。原有的垄断运营商在很大范围上仍然是函件市场的指定经营者,而函件市场却由于出现科技替代品而大幅萎缩。

撒哈拉以南非洲所采用的正是这种带有欧盟的自由化因素,又有独立自主监管部门的监管方式。然而,那里的形势却完全不同。在欧盟,各国发展邮政体系已经超过一个世纪,按照罗兰·希尔先生的邮政改革,通过基础设施投资,形成了垄断和统一定价及费用只能由发件人支付的体系。

“监管制度必须量身定制，而不能一刀切。”

当绿皮书被采纳时，欧盟（当时有15个国家）的邮政市场已经发展到人均224件信函，而大多数非洲国家的市场与此相比仍然处在起步时期。事实上，由于非洲指定经营者的规模太小且缺乏基础设施建设，普遍服务与欧洲的情况相差甚远。

发展中的监管制度

指定经营者强有力的邮政政策和执行权力在发展的初期很关键。包括坦桑尼亚在内的几个国家开展的部分自由化似乎是正确的。利用有限但却充足的资源，坦桑尼亚的监管部门逐渐制定出了一套相互制衡的体系，与其他机构的协作也在进行当中。这个体系为所有参与竞争的经营者制定了游戏规则，包括指定经营者，并加强了其执行力。该体系考虑了不断变化的需求并纳入了技术因素。管理更加明晰，因此制度框架得到强化。成功的关键就在于管理的透明度、执行力和弹性。

在另一方面，不满足这些条件导致了监管缺乏。非洲联盟和泛非邮政联盟也得出了类似的结论。它们明确了监管研究的教训：监管制度必须量身定制，而不能一刀切；完全的自由化已经失败；自由化引入过快能够产生破坏性，当业务量过低而规模经济和范围经济不明显时，竞争也就失去了意义。

多部门还是专门监管？

现实当中，多部门监管和专门监管的优劣尚无定论。一方面，考虑政策会倾向于以知识及信息通信技术为基础的非洲经济，把邮政监管整合到更广泛的通信部门可以更有效地发挥协同效应。另一方面我们经常看到，邮政行业常常会冒着被降至最不重要地位的风险。适用于电信和电

子通信的监管和竞争逻辑不恰当地应用于邮政行业。确实，其他信息和通信技术产业都属于资产密集型，而邮政行业则属于劳动密集型。信息和通信技术监管部门主要考虑的是促进创新，但是对于邮政监管部门而言，首要任务是为所有人提供服务，包括实体网点（即普遍服务）。

亟待解决的问题

在分析中抛开对深入的市场和经济研究技巧的紧迫需求不谈，研究提出了需要通过进一步的深度案例研究来解决的问题。包括那些战后重建的国家，发展水平对于选择适当的监管体系和市场组织形式有什么影响？在严重缺乏基础设施的地区应该如何对待网络访问和互联的问题？另外一个挑战就是决定监管活动应该如何获得资金以及由谁出资。还应当关注的一个问题是，如何能使现有的监管知识深入到区域和分区域的层面，以开展建设性的交流。MP

MARIE-ODILE PILLEY

Pilley 作为万国邮联邮政监管和经济学方面的专家，曾长期在私营和公共部门任职。

上面这篇文章摘自万国邮联的出版物《从经济学的角度看邮政行业的发展战略》，出自章节“撒哈拉以南非洲的邮政监管”。



扫描二维码下载电子书，或者通过电子邮件 jose.anson@upu.int 同 José Anson 联系，获取更多信息。



西非获得支持

西非邮政会议 (WAPCO) 在西非国家部长的支持下, 为将邮政定位于西非发展的中心而奠定基础。

文:
DAVID KOCH

5月, 西非邮政会议部长及理事会会议举行了有史以来的首次特别会议, 达成了一系列的决议, 旨在促进西非国家邮政之间的合作以提升服务品质。西非邮政会议15个成员国中的12个国家出席了阿布贾会议, 此外还有来自万国邮联和泛非邮政联盟(PAPU)的观察员。其他以观察员身份与会的机构包括UNIAFRICA劳工权保护组织以及西非国家经济共同体(ECOWAS)委员会。

西非邮政会议是万国邮联的区域性邮联, 包括15个西非国家, 在两年前发展成为一个国际组织。其分区域的发展目标包括为邮政经营者配备现代化的基础设施及加强邮政经营者之间的互联互通。

部长的观点

在与会的政府代表中, 尼日利亚的通信技术部长Omobola Johnson发表了主题演讲。她呼吁延伸西非国家的公路邮路, 以“保障邮政物流基础设施的无缝连接”。她引用了联合国非洲经济委员会的一个研究报告, 指出非关税壁垒——尤其是高速公路检查站——是贸易增长的障碍。从尼日利亚的拉各斯到科特迪瓦的阿比让的东西向邮路上有69个检查站。Johnson指出, 这些检查站要求提供名目繁多的文件和其他手续, “大大延长了运输时间又增加了贸易的总成本”。

但是Johnson也表示了对各国邮政在包容性发展过程中扮演重要角色充满信心, 她说: “我们有普遍通达的渠道, 通过这个渠道, 最广泛的人口能够获得经济、社会、金融和数字化的机遇。邮政的成功是他们成功的动力”。

成员资格

以邮政经营者为发展核心, 已经拉开一场雄心勃勃的地区整合项目的序幕。西非邮政会议执行秘书Louis-Blaise Aka-Brou说: “我们的

目标是把邮政基础设施建设作为发展的核心要素, 并将其纳入国家和地区的优先工作范畴”。在此次会议上他连任西非邮政会议领导, 任期直至2016年。

Aka-Brou指出, 该地区的诸多挑战之一是缺乏电力资源。“我们一直在呼吁发展统一的西非邮政领域, 如果各国邮政之间没有互联互通或没有通电的话, 这将难以实现”。涵盖西非邮政会议4个国家的一项电气化和互联工程, 目前正在泛非邮政联盟和万国邮联地区发展计划的支持下施行。Aka-Brou说: “这对我们这些需要资金支持和建设支持的邮政来说是一项重要工程”。

运输连接

物流网络的匮乏是西非邮政正在努力克服的另一个困难。主要项目包括一个从尼日利亚拉各斯到科特迪瓦阿比让运载平信邮件和乘客的新的客货邮政巴士网络。这个网络将连接5个国家, 公路里程超过1,000公里, 有3辆巴士每周三班往返于两地。Aka-Brou指出, 这个由尼日利亚、万国邮联和泛非邮政联盟出资建设的运输项目有望持续运营, 从而支持整个西非地区的跨境贸易和人员流动。

科特迪瓦邮政的通信主管Francois Bini补充说, 在包容性发展方面做出的努力包括针对低收入家庭提供金融服务。Bini说: “这就要求实施一批创新型项目, 满足人们在社会和金融包容性环境下的期望”。

这一分区域幅员广阔, 覆盖面积超过600万平方公里。其中包括了撒哈拉以南非洲从塞内加尔到尼日利亚的所有沿海国家, 还包括佛得角群岛和内陆的马里、尼日尔和布基纳法索。有2.2亿人口居住在这一地区。

下一届西非邮政会议计划于2016年在尼日尔召开。DK

美国邮政总局获得总统援助

美国总统巴拉克·奥巴马提议对美国邮政总局进行改革,此举可能会节约数10亿美元。这份列于一项预算计划中的提案包括停止周六邮件投递和退还美国邮政向联邦退休账户多缴纳的约109亿美元的款项。提出这项提案是因为美国邮政一季复一季的连续亏损。在于2013年12月31日结束的第一个财政季度中,美国邮政报告了3.54亿美元的亏损。

美国邮政证实了这一惨淡业绩,这是最近21个季度中第19个亏损季度。该邮政将此归因于一类邮件业务量的下滑、“死板的法规要求”以及业务和管理领域“僵化的”模式。

尽管有诸多挑战,美国邮政还是在财年第一季度成功地增加了营业收入并削减了经营费用,从而减少了亏损。尽管如此,美国邮政局长兼首席执行官Patrick Donahoe还是呼吁通过立法来进行全面的邮政改革,以确保未来的生存能力。与全世界的邮政经营者一样,美国邮政正在探寻一种新的商业模式,以应对消费者转向选择在线沟

通而导致函件数量下滑的问题。

退步

然而,美国邮政的一项举措——旧金山的“当日达”包裹业务——却没有达到客户预期。3月,在该业务启动一周年之后,美国邮政放弃了这项尝试。如果这项业务尝试取得成功,美国邮政本打算将该业务推广到美国的其他地区。美国邮政总监察长将此归因于缺乏大型零售商的参与。原本预计零售商通过这项业务每天至少会寄送200个包裹,但是实际上在5个月的时间里平均每天只寄送包裹95个。零售商对业务迟疑的原因是:没有签收确认及无法支付准确的递送费用。

此外,美国邮政还宣布投资引入75,000个新的包裹扫描设备。这些设备将实现实时包裹跟踪并提升运营效率。投递员将在今年后半年拿到新设备。这项投资是美国邮政为了在竞争日益激烈的电子商务投递市场中保持其自身地位的一种举措。CM

加拿大邮政遭受亏损



加拿大的社区邮箱(照片:加拿大邮政)

集团运营的收入基本持平,增长了0.4%,增至75.6亿加元。加拿大邮政的销售收入占整个集团销售总额的78%,从2012年的58.7亿加元略有增加至2013年的58.8亿加元。函件、账单、结算单的数量下降了5.3%。2013年包裹收入增加了7.2%。

加拿大邮政正在努力控制成本以改善财务状况。该邮政计划于今年秋天在加拿大全境停止投递到户服务,在5年的时间内用“社区邮箱”取而代之。目前仍然投递上门、而不是投递到大堂或者邮局等集中点的500万个地址将受到影响。加拿大邮政的举措将从11个社区开始,包括大城市如卡尔加里、温尼伯和渥太华,还有一些小城镇如Rosemère和查理曼。这一措施每年将最终实现节约4~5亿加元。该举措是2013年12月公布的一项五点行动计划的一部分,目的是进行调整以适应数字时代的新趋势。这一计划还包括开展邮件分拣自动化、通过自然缩减减少邮政员工人数以及提高函件资费。CM

加拿大邮政集团宣布2013年亏损2,900万加元(2,700万美元),而之前一年亏损为8,300万加元。加拿大邮政称主要部门的不动产销售,尤其是温哥华邮件处理中心的销售,是损失减少的原因。

阿里巴巴 购买新加坡邮政股权

新加坡邮政和中国在线零售巨头阿里巴巴集团达成了一笔数百万美元的交易,随着新加坡邮政加大投入以发展地区市场,该交易有望加强快速成长的电子商务。

根据5月宣布的一项计划,阿里巴巴集团将购买新加坡邮政3.125亿美元的股票,从而持有其10.35%的股权。作为交易的一部分,新加坡邮政将为阿里巴巴发行1.9亿股新普通股股票,而阿里巴巴也将购买3,000万股新加坡邮政存入国库的现有股票。根据新加坡邮政和阿里巴巴的协议,将对联合经营的可能性进行开放讨论,或许还将酝酿成立新的企业。

新加坡邮政首席执行官Wolfgang Baier说,随着亚太地区在线商务市场的快速平稳增长,邮政经营者正打算对其业务进行重组。Baier说:“这次投资带来的资金将使新加坡邮政的财务更具灵活性,并能够大幅拓展我们的电子商务物流业务。我们将加快对地区业务能力建设方面的投入,尤其是技术和基础设施建设方面”。

基础设施建设包括包裹揽收、仓储、长途运输、海关清关、联合运输和最后一英里投递服务,阿里巴巴集团的买家和卖家会成为优先服务对象。阿里巴巴是总部位于中国的企业群,拥有的

在线平台超过6个。这些公司去年的销售总额接近2,500亿美元,使得阿里巴巴成为世界上商品交易量最大的电子商务公司。

阿里巴巴集团首席运营官张勇指出,该交易的目的是为了简化跨境在线交易流程。他说:“我们希望通过提升用户体验、更好地提供一整套国际电子商务的解决方案和产品,为海外的买家和卖家带来实实在在的利益”。

其中可能包括推出“包裹自提站”(POPStations)的服务。目前这项服务在新加坡已经开始实施(参见《邮联》杂志2013年9月第3期)。该服务允许消费者在网上订购商品并要求把货物发到一个他们自己选定的取件站,然后凭借收到的电子邮件或者手机短信通知到储物柜中取出自己的商品。未来有可能在地区范围内推出这项服务。

由于函件数量的持续减少,新加坡邮政经受了“极大的压力”,此举措旨在增加其在电子商务方面的业务收入。然而, Baier表示国内邮件仍然是新加坡邮政的首要业务。公司目前正在通过更换邮件分拣设备和投递车队等措施,努力改善客户服务并提高生产力。他补充说:“尽管函件数量在缩减,为了满足新加坡邮政需求并达到严格的投递标准,我们将继续进行投资”。DK

快递公司重新包装

西班牙的国家邮政经营者西班牙邮政决定将其快递企业Chronoexpres重新命名为Correos Express(“邮政快递”),以赋予其“现代、动感、亲民”的形象。新标识弃用了西班牙邮政商标传统上使用的黄色。Correos Express将为用户推出3项主打品牌服务:次日上午10点前或下午2点前派送,以及24小时之内派送。该公司的主要业务还包括在48小时或者72小时之内派送包裹。西班牙邮政表示,这些主打品牌服务将给用户“全方位”的服务。Correos Express这一品牌重塑是



由于其竞争对手,如Tourline快递、Seur和FedEx等都在寻求拓展西班牙市场的业务。Correos Express也为客户引入了新的技术解决方案,包括一个具有预设投递时间提醒功能的系统。CM



澳大利亚

澳大利亚邮政引入优惠邮票,使570万低收入澳大利亚民众能够以折扣价格购入国内邮票。新的优惠邮票于3月底推出,价格为0.60澳元(0.56美元),其销售将持续到2017年。这项举措是随着澳大利亚邮政提高国内邮政资费而推出的。澳大利亚邮政为了冲抵信函量下降造成的影响,将国内邮资从0.60澳元提高到0.70澳元。

继澳大利亚国家审计委员会建议政府对邮政经营者及其他国有资产进行私有化之后,澳大利亚邮政或将酝酿重大改革。该审计委员会的报告建议政府在“中期”出售澳大利亚邮政。

芬兰

芬兰邮政的一个新系统将在一天内实现在线商品的投递,从而提升其在电子商务领域的知名度。这个1,000万欧元(1,400万美元)的项目包括到明年内建设完成一个新的仓库。该服务针对的是希望依靠芬兰邮政处理仓储、投递和退货服务的网上商店。

在经历了“非常具有挑战性的”2013年之后,芬兰邮政可能要削减1,200个左右的投递岗位。与之前一年1,410万欧元的利润相比,2013年的利润下滑到770万欧元(1,060万美元),下滑原因是邮件部门收入的下降和4,050万欧元的一次性成本支出。芬兰邮政从1月开始进行裁员谈判,表示希望通过人员的自然缩减和自愿离职实现部分裁员额度。

法国

2013年税收贷款弥补了法国邮政集团的业务收入下降,令该邮政2013年的净利润增长了31%,达到6.27亿欧元(8.62亿美元)。如果没有这项税收贷款,其利润则会下降30%。由于对包裹业务和银行业务的需求较

大,抵消了信函量的下降,整体收入上升2个百分点。

德国

德国邮政DHL车队的替代燃料车辆,包括电动车、混合动力车和生物燃料车辆在过去的一年中迅速扩大,增加了4,000多辆,现在共有10,500辆。投资这些更加环保的车辆是该邮政经营者“走向绿色”(GoGreen)项目的一部分,这一项目的目标是到2020年将其碳足迹(同2007年的水平相比)减少30%。

意大利

意大利邮政尽管2013年信函量下降,但其金融和保险业务收入的增加令其利润得以保持稳定。意大利邮政2013年报告盈利10亿欧元(14亿美元),而其在2012年的利润则为10.3亿欧元。由于保险业务收入大幅增加17%,2013年意大利邮政的收入增加了9个百分点。

由于意大利总理Matteo Renzi为各主要国有公司任命了新的管理者,意大利邮政领导层也发生了变动。Avio Aero的前首席执行官、以意大利“数字议程先生”著称的Francesco Caio取代了Massimo Sarmi担任意大利邮政新的首席执行官和总经理,企业家、欧洲议会前议员Luisa Todini被任命为董事会主席。

泽西

泽西邮政为了弥补成本增加、信函量下降以及2012年对从海峡群岛寄发的产品终止《低值货物免税》等带来的消极影响,最近提高了其邮政资费。重量在100克以下的信函资费上调1个便士,当地邮件资费增加到0.46英镑(0.78美元),寄往英国、其他海峡群岛和马恩岛的邮件资费增加到0.56英镑。

新西兰

电子产品零售商Dick Smith在澳大拉西亚扩展业务的过程中,选择新西兰邮政为自己提供投递和供应链服务。合作协议的伙伴是澳大利亚邮政,新西兰邮政将负责供应链上南奥克兰的仓库,为全国各地Dick Smith的商铺配送货物并为网上购物的客户提供投递。

新西兰邮政出售了提供本地业务信息的网站Localist,出售价格未公开。该邮政经营者表示此次出售Localist是为了将精力集中在自己的主营业务方面。2011年新西兰邮政在奥克兰首次推出Localist网站。

荷兰

荷兰邮政表示,取消周一投递的决定已经帮助其在2014年第一季度恢复了盈利。荷兰邮政本期获净利润为5,400万欧元(7,460万美元),而上年同期则亏损4.1亿欧元。该邮政表示,改为每周5天投递使得第一季度节约成本4,100万欧元。

波兰

波兰邮政引入新的数字服务,用户可以通过该服务以较低的资费收寄国际信件、贺卡和明信片。通过Envelo数字邮件平台,用户可以发送数字邮件,而波兰邮政在投递之前将其转为实物邮件。该服务的目标客户是国内市场,同时也瞄准了希望传递信息回家的国外波兰社区。

新加坡

新加坡邮政将其奢侈品网站Clout Shoppe出售给瑞宝仕(Reebonz),因为新加坡邮政要将业务重点放在为客户提供电商物流服务方面,包括仓储服务、投递服务和退货服务。2011年,新加坡邮政为了

拓展其电子商务业务而推出了Clout Shoppe。但是此后新加坡邮政的战略发生了变化,该经营者表示其现在给自己的定位是电子商务的推动者而不是零售商。

瑞典

2014年第一季度,瑞典和丹麦的邮政经营者POSTNORD AB利润下降45%,降至1亿瑞典克朗(1,520万美元)。该邮政认为裁员重组支出高、邮件量下降以及物流业务价格压力增大是造成利润下降的原因。该邮政今年披露了新的组织结构,旨在提升盈利能力,包括成立一个集中发展电子商务业务的部门。

英国

皇家邮政称将裁掉1,600个工作岗位,预计这一举动每年将为其节约5,000万英镑(6,140万美元)。该公司表示这一裁员将主要对包括总部在内的中间管理层产生影响,而对投递人员的影响较小。裁员不会影响该邮政的欧洲速递业务部门GLS。皇家邮政表示,个人和公司信函量越来越少,因此需要提高效率。

国民西敏寺银行和苏格兰皇家银行的客户将能够在英国邮局有限公司遍及英国全境的支行办理银行业务。英国邮局有限公司与这两家银行建立了伙伴关系,使得这些银行的

客户除了在邮政的11,500个支行进行取款和账户余额查询之外,还能够开展存款业务。

美国

2014年第一季度,UPS的营业利润下降至15亿美元,与上一年同期相比下降了1.06亿美元。UPS认为造成利润下降的原因是美国的“极端”天气和销售增长的放缓,坏天气造成工资成本和除雪费用的上升。公司的国际业务情况较好,由于欧洲内部市场需求旺盛,营业利润提高了12%。

所有文字均由Catherine McLean提供

2020战略着眼包裹

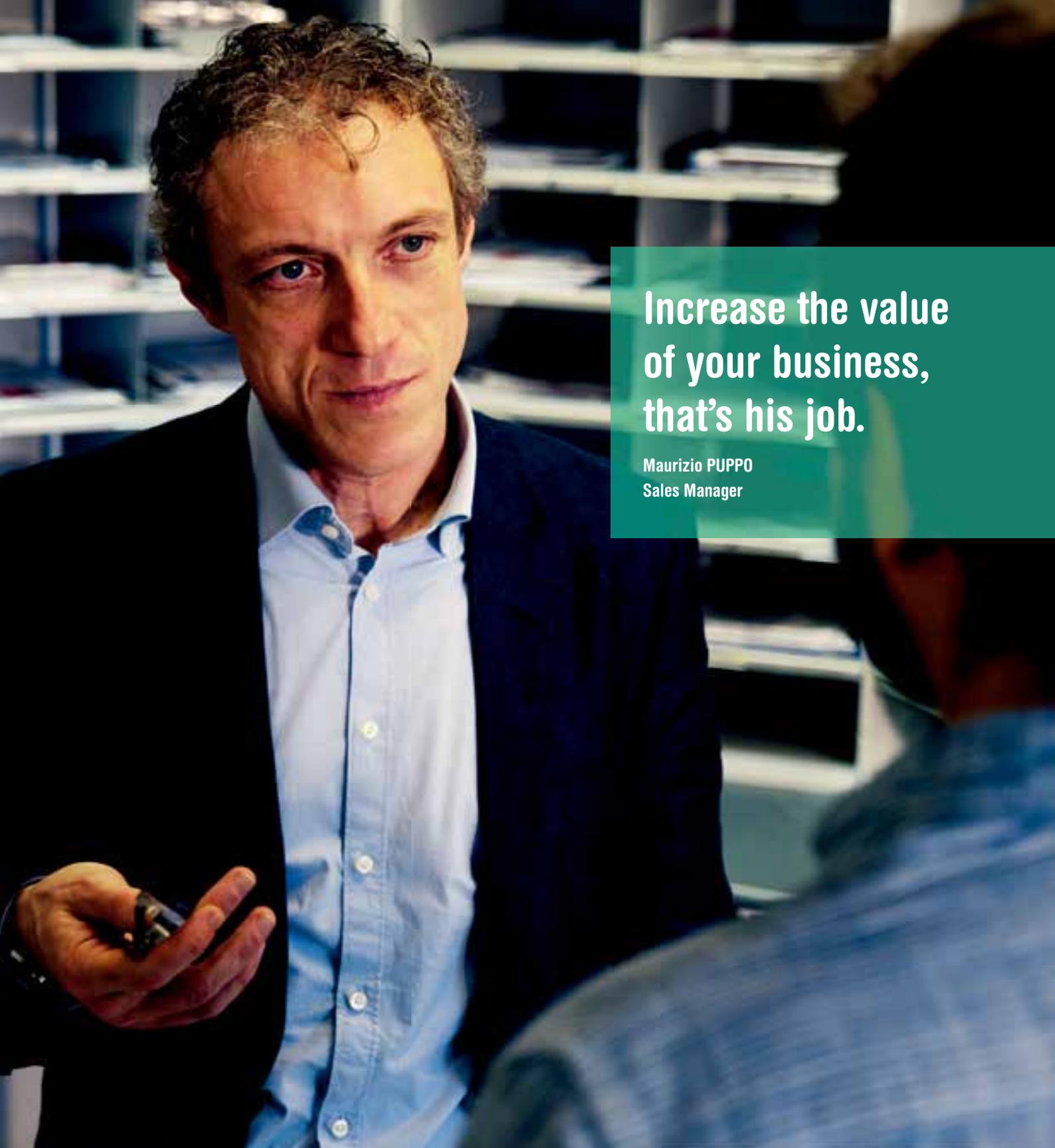
德国邮政DHL(DPDHL)正在德国及其他地区拓展其包裹终端网络,以锁定未来的业务成长。该邮政经营者宣布,计划到2014年年底仅在德国就要增加300个“包裹站”,同时还要进军荷兰和意大利的市场。德国邮政DHL发言人Dunja Kuhlmann表示,公司之所以选择荷兰和意大利的原因是其“发展非常良好的”电子商务市场。

由于包裹业务的重要性不断增加,德国邮政DHL于4月宣布进行业务重组,作为其今后“2020战略”计划的一个部分。公司已经将波兰、捷克共和国、比利时、荷兰、卢森堡和印度的包裹业务从DHL转到以前的“邮件部”,该部门现在已经更名为“邮政电子商务包裹部”。鉴于包裹投递业务的迅猛发展,该公司期待新部门的营业利润能达到

年均3%的增长,并一直持续到2020年。

德国邮政DHL已经推出了相关的新服务:服务德国家庭的包裹存储柜。一个包裹存储柜起价是按月租赁1.99欧元(2.72美元),或者99欧元购买。这项业务的主要卖点是房主可以从自家上锁的终端收、寄DHL包裹,免去前往邮局的不必要奔波。存储柜使用无线射频识别技术,这种无线技术仅允许房主和DHL投递司机打开存储柜。据Kuhlmann表示,自5月业务推出以来,公司每天收到的包裹终端订单超过100个。

德国邮政DHL当前在德国已经拥有2,650个自动包裹储物柜,分布在各个超市和加油站。该邮政经营者表示,“包裹站”的注册用户人数已经超过500万。CM



Increase the value
of your business,
that's his job.

Maurizio PUPPO
Sales Manager

C O N S U L T | D E S I G N | I M P L E M E N T | S U P P O R T | A D D V A L U E

For several years now, SOLYSTIC has been engaged in providing a complete process offering. From upgrading your processing equipment, optimising operational process, enabling the expansion of your service offering and maximising the opportunities we find together along the journey. With careful market analysis, our teams offer strategic solutions tailored to your needs.

With SOLYSTIC, progress through change.

www.solystic.com



Postal and logistics solutions