

SWOT Analysis of High Speed Railway Express

Zebang Xing¹, Yu Wang², Bohao Li¹

¹School of Transportation, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang Hebei

²Xiangyang Railway Industrial Vocational School, Xiangyang Hubei

Email: 862927282@qq.com

Received: Jan. 16th, 2020; accepted: Feb. 3rd, 2020; published: Feb. 10th, 2020

Abstract

As e-commerce has entered a period of explosive development in China, the volume of goods transportation has also increased greatly, and the golden age of the development of express industry has come. As a major mode of freight transportation in China, in order to further release the transport capacity of the railway, make high-speed rail express develop better in the market, and achieve greater share to improve competitiveness. Based on the current situation and development trend of high-speed rail express, this paper makes an overall analysis of high-speed rail express from a deep and new height by using SWOT analysis method, taking advantages, disadvantages, opportunities and threats as four benchmark points, analyzes the main factors affecting the development of high-speed rail express in an all-round way, and puts forward the development suggestions suitable for high-speed rail express through the analysis of the strategic combination of SWOT.

Keywords

High Speed Rail Express, Freight Transportation, SWOT Analysis and Development Suggestions

对高铁快运进行SWOT分析

邢泽邦¹, 王雨², 李博豪¹

¹石家庄铁道大学交通运输学院, 河北 石家庄

²襄阳铁路工业学校, 湖北 襄阳

Email: 862927282@qq.com

收稿日期: 2020年1月16日; 录用日期: 2020年2月3日; 发布日期: 2020年2月10日

摘要

在中国, 由于电商进入了爆炸式发展的时期, 所以产生的货物运输量也大大的增加, 快递行业的发展的

文章引用: 邢泽邦, 王雨, 李博豪. 对高铁快运进行 SWOT 分析[J]. 现代管理, 2020, 10(1): 43-48.

DOI: 10.12677/mm.2020.101005

黄金时期到来了。铁路作为我国货物运输的一大主要方式,为了能使铁路的运输能力得到进一步的释放,使高铁快递在市场中更好的发展,实现更大的市场占有率以提高竞争力。本文以目前高铁快递的现状和发展趋势作为分析基础,运用SWOT分析法,从深层次新高度对高铁快递进行整体分析,以优势、劣势、机会和威胁作为四个基准点,全方位剖析影响高铁快递发展的主要因素,紧接着,本文对SWOT的战略组合进行了分析并提出适合于高铁快递的发展建议。

关键词

高铁快递, 货物运输, SWOT分析, 发展建议

Copyright © 2020 by author(s) 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. 高铁快递的发展状况

自 2002 年起,随着高速铁路的大量建设,高速铁路的路网已经将大多数城市连接起来,在城市间提供着巨大的客货运能力。高速铁路所提供的巨大的客货运能力具有安全、稳定、便捷的特点,这些特点体现出了高铁快递的时效性和经济性的特点,而这些特点又很好的满足了现代物流的要求[1]。

高铁快递是中国国家铁路集团有限公司利用高铁动车组列车、高铁车站等铁路运输资源,提供时效高、标准高、价格低、品质优的快递运输服务。以目前情况和未来的发展趋势而言,铁路部门利用高覆盖率的高速铁路路网和电子商务飞速发展的影响,高铁快递业务得以实现不断的快速增长。

2. 对开行高铁快递进行 SWOT 分析

2.1. 优势分析(S)

S(1) 发达的高速铁路路网规模

自 2002 年开始发展高速铁路,经过了 17 年的时间,我国高铁在营运里程和在建规模上,在世界上排在了首位。到今年,我国的高速铁路总里程达到 29,000 公里,比世界总高铁里程的三分之二还多,世界排名第一[2]。在发改委的《中长期铁路网发展规划》中指出的:到 2025 年,高速铁路营业里程将会达到 38,000 公里左右。

高速铁路将会有如此高的城市覆盖率和长度非常大的运营里程[3],这对开展高铁快递、实现“门到门”服务提供了必要的保证。这种高度发达的路网规模,有助于设置更多的高铁快递的网点,可以使客户更加方便的使用高铁快递的业务,有助于业务的开展和扩大。这种高度发达的路网规模,使得“高铁一日达,快运到您家”可以在全国大多数地区实现,而不是仅仅停留在口号阶段,真正的提高人民的生活服务质量,服务于人民。

S(2) 货运动车组的时速

在 2018 年 9 月 24 日,中国中车发布了首款最高时速可达 350 km/h 的货运动车组产品,此货运动车组产品常规速度可以达到 250 km/h。以这样的时速,基本上可以实现以北京为中心,到达我国各省的省会(地处偏远的省会除外)和直辖市的时间都在 9 个小时以内,而且相邻的两个省在这个速度下 2 个小时之内就可以到达。如果将北京市作为起点站,成都市作为终点站,航空运输的加急件也需要 6 到 7 个小时才能到。但如果使用货运动车组列车进行加急运输,只需要不到 8 个小时就可以运达,时间上不逊色于航空运输,而且天气对于高铁快递的影响也非常小,所以准时率非常的高。在我国邮政行业,对于快递

的时效性有着严苛的规定，由行业标准(YZ/T0128-2007)《快递服务》可知，同城快递的最长 24 个小时要到达客户手上，国内异地快递最长 72 个小时要送达客户手上。货运动车组不仅时速高，而且均有运输能力大、准时性高和安全性的特点，因此在实际的快递运输中，高效率的高铁快递业务越来越受到消费者的青睐。

S(3) 碳排放量低，支持可持续发展

“金山银山，不如绿水青山”，货运动车组对于环境的影响低，对大自然的污染程度低。在能耗方面，以铁路，公路，航空为运输方式为例，公路运输一天的能耗是铁运输的 11 倍左右，航空运输的能耗是铁路运输的 8 倍左右，由此可见在二氧化碳的排放上铁路运输是最少的。

在土地资源的使用上，铁路运输占地量相对最少，修建复线铁路所占用的宽度为 20 m，而修建四车道的高速公路所占用的跨度为 26 m，修建航空运输的机场占地高达 20 km²，而且航线距离较远的话，则至少还要额外修建多个机场。

2.2. 劣势分析(W)

W(1) 货运动车组起步较晚

直到 2017 年，国家重点专项才将货运动车组纳入进来。到 2018 年，我国中车研制出为满足铁路快捷货运发展的第一批货运动车，此批货运动车的最大时速为 350km/h，高速货运动车组投入使用时间较短，客户群体的认知度较低。

W(2) 开展高铁快递的配套设施不全

对于这个为威胁，是因为在我国高速铁路飞速发展的时期，对于货运的需要考虑不足，在所存的高铁站，没有预留出来行货运作业的位置，而且高铁站台也没有进行加固硬化的措施，无法承受重载汽车或是一些其他机械设备，导致货运作业无法正常开展。若要对现有的高铁站进行改造，则需要花费大量的资金和人力。

W(3) 需要对终端服务环节进行改进

目前虽然高速铁路网已经覆盖了全国绝大部分城市和地区，但是在所覆盖地区的高铁快递的营业网点较少，客户不能很便捷的享受到高特快递的服务；就目前而言，高铁快递的配送服务的范围十分有限，只有部分市区可以实现“门到门”的配送服务，与国内一些现有的大型的快递公司的服务来比，高铁快递的最后一公里的服务亟需改善。

2.3. 机会分析(O)

O(1) 国家政策

《铁路“十三五”发展规划纲要》中在“改善铁路运输服务”中指出：要扩展铁路的货运市场和发展铁路的现代化物流，大力发展集装箱、铁路快运、冷链运输等业务，构建快捷货运班列网络，加强铁路物流园区，货运站场及物流信息平台的建设。而高铁快递非常符合“纲要”的要求。

O(2) 运输市场的需求

国家邮政局官方网站显示，2016 年全国快递的业务总量突破 300 亿件。在网络购物飞速发展的今天，预计在 2020 年我国的快递总量会突破到 500 亿件。而国内现存快递公司，如顺丰，的全货机有 39 架，合计载重为 950t，但是单编组的货运动车载重约为 120t，全货机与货运动车相比，全货机的运能严重不足，无法满足国内快递业务的需求。

2.4. 威胁分析(T)

T(1) 国内其他主要运输方式的竞争

公路运输、航空运输和铁路运输三种方式是我国快递行业的主要运输方式。

到 2018 年,国内公路的总里程为 484.65 万公里,高速公路达到 14.26 万公里,高速公路总里程位居世界第一,并且公路密度达到了 50.48 公里/百平方公里。

到 2012 年,国内颁证的运输机场有 183 个,在所有快递公司中,在册的民航运输飞机有 1941 架,其航线里程达到 494.88 万公里。

T(2) 市场经验不足

铁路作为国内作为最主要的远距离出行的交通工具、国家最重要的基础设施之一,铁路企业一直以来都是以国家重点保障企业存在的。作为我国重点物资运输的保障和在特殊期间疏散人群的主要手段,完善的在各种情况下可以保障安全高效的运输的方案是铁路企业所拥有的,但是在市场竞争中,缺乏竞争经营的经验是铁路企业存在的一项重大问题[4]。换言之,在市场资源配置发生变化后,铁路企业对于此变化在竞争市场的影响感知不够明显,无法准确把握住客户群体的表面需求和潜在需求,也无法准确地把握住资源配置变化后对企业有什么影响。所以,当经营目标变为以获取企业效益为主的时候,铁路企业落后于民营的企业,很难取得市场先机。

T(3) 国内快递企业的竞争

最近这些年,很多国内的民营快递企业发展迅速,例如顺丰、中通等,并且这些民营企业在国内的市场占有较大的份额,形成了一个以企业的核心价值观为特征的品牌价值和客户服务机制。但是高铁快递作为国内新兴起的快递服务,与这些民营企业相比,缺少客户基础,品牌价值和影响力都有所欠缺,在客户的心中高铁快递这个选项感还是相对薄弱的。

3. 高铁快递的发展对策

随着现代生活水平的不断提高,对于商品的选择价格不再是消费者的唯一标准,服务质量已经慢慢的变成人们选择产品的重要因素之一。高铁快递相比于航空运输具有更大的运输能力,更高的准点性,更便宜的价格等优势。相对于公路运输,运输速度是高铁快递所具有的优势。综上所述,高铁快递凭借其中途运输的服务质量和速度优势,所以目标客户定位是中高端消费群体。然而,相对于其它客户群体而言,中高端消费群体对于价格的敏感性较低,但是在服务质量方面要求较高。基于上述的 SWOT 分析,提出以下发展建议:

3.1. 对于高铁快递作业场所的建设

1) 对于正在建设的高铁站

对于正在建设的高铁站,应该提前把货运动车组的作业场所预留出来,对其进行专门的修建成为最适合货运动车组的装卸搬运的场所。而不应该在建设完高铁站以后再对其进行改建。

2) 对于既有高铁站的改造

a) 一般中间站的“站台作业”模式

对于运行线路上的一般中间站,想要进行高铁快递的业务,可以对既有的旅客站台进行改造,如加宽站台、增设快递作业快线地道,把旅客的行包房的一部分改造成为高铁快递的仓库,高铁快递可以以旅客行包作业方式进行装卸搬运作业。

b) 大型客运枢纽的“特殊区域作业”模式

大型的客运枢纽,一般人口流动量非常大,站台的利用率也是极高的,因此货运动车组的作业无法在站台进行。对于这些大型客运枢纽会有与之规模相对应的动车所,动车存车场等,可以对这些场所进行改造,在这些改造好的场所里进行装卸搬运作业[5]。

3.2. 解决高铁快递“最后一公里”问题

目前我国的高速铁路路网覆盖率已经非常高了，但是高铁快递的网点却非常少，使很多客户不能很便捷的享受到高铁快递所带来的高质量的服务。由于营业网点的稀少，导致高铁快递的可以配送服务的范围就非常有限，无法实现“门到门”的快递服务。

3.3. SWOT 战略组合分析

SWOT 战略组合分析矩阵如表 1 所示。

Table 1. SWOT analysis matrix

表 1. SWOT 分析矩阵

SWOT 战略组合	<p>优势 S</p> <p>(1) 发达的高速铁路路网规模</p> <p>(2) 货运动车组的时速</p> <p>(3) 碳排放量低，支持可持续发展</p>	<p>劣势 W</p> <p>(1) 货运动车组起步较晚</p> <p>(2) 开展高铁快递的配套设施不全</p> <p>(3) 需要对终端服务环节进行改进</p>
<p>机会 O</p> <p>(1) 国家政策</p> <p>(2) 运输市场的需求</p>	<p>OS</p> <p>(1) 将国家对于物流发展的优惠政策和现有的高铁路网相结合，使之产生 1 + 1 > 2 的效果。</p> <p>(2) 目前阶段市场的需求是非常大的，发展货运动车组要发挥其优势，抓住市场需求进行发展。</p> <p>(3) 要利用好“走出去”这一机会，使我国的货运动车组不仅在国内市场发展，还要使货运动车组与国际上其他快递公司进行业务合作，加速自身发展。</p>	<p>OW</p> <p>(1) 货运动车组要搭上国家政策的顺风车，可以加快其发展速度和进程。</p> <p>(2) 需要对货运动车组的服务终端进行优化，增加对市场顾客群体的吸引力。</p> <p>(3) 要借鉴国外货运动车组的一些配套设施的研究，开发出适合我国货运动车组的配套设施，提升运输效率。</p>
<p>威胁 T</p> <p>(1) 国内其他主要运输方式的竞争</p> <p>(2) 市场经验不足</p> <p>(3) 国内快递企业的竞争</p>	<p>TS</p> <p>(1) 由于货运动车组属于国家，利用国家优势、产品优势、科技研发力优势，提升竞争力。</p> <p>(2) 借鉴国内其他快递公司的运营经验，取其精华去其糟粕，发展自身。</p>	<p>TW</p> <p>(1) 大力发展国家的科技研发力的优势，加大对货运动车组的研究，突破技术壁垒，使产业持续升级。</p> <p>(2) 可以与国内其他快递企业形成快递联盟，以更高的组织化模式为国内市场进行服务[6]。</p>

4. 结束语

对于高速铁路强大的货运能力的利用，目前我国还只处于探索和实践阶段。拥有世界上最大的高速铁路的路网规模和地区辐射能力，是我国发展高铁快递的先决条件和巨大优势。发展高铁快递，不仅可以加大铁路企业的业务宽度，还可以加强铁路在运输行业的竞争力，也完全适应绿色环保的可持续发展战略，对社会、经济和环境具有巨大的效益。

大力发展高铁快递应该转变铁路企业原本的经营理念，使优势更加突出，使劣势逐渐地改善，通过不断创新自身的服务、技术和管理，使高铁快递这项业务快速融入市场，提高其市场占有率，打造铁路企业自身的高端快递品牌。

参考文献

- [1] 张泉. 高速铁路货运动车组开行可行性研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 华东交通大学, 2017.
- [2] 周禹初. 基于 SWOT 分析的高铁快运发展研究[J]. 铁道货运, 2018, 36(2): 20-23.

- [3] 阴悦. 我国高速铁路对社会经济发展的影响研究[J]. 现代商业, 2015(23): 143-144.
- [4] 陈宝振. 南宁铁路局货运业务营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 广西大学, 2017.
- [5] 刘天增. 快速货运动车组开行条件及开行方案研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京交通大学, 2014.
- [6] 孙秋高, 李佑珍, 宣玲玲. 国内外中小物流企业发展环境比较及启示[J]. 浙江交通职业技术学院学报, 2010(2): 46-49.