

顺丰菜鸟掐架：为“大数据”撕破脸？

每天百万消费者受影响 本土电商：谁帮我，我支持谁

6月1日儿童节，作为电商与物流行业的两家巨头菜鸟与顺丰上演了一场重量级的扳手腕比赛。

6月1日开始，网购用户发现在阿里的平台上，无法查看顺丰的物流信息了。当天下午和晚间，阿里旗下的物流平台菜鸟网络和顺丰都相继发表声明，分别指责对方关闭数据接口，封杀自家产品。

这场互撕暴露了长久以来快递企业与阿里菜鸟间的貌合神离。两方各执一词，真相则扑朔迷离。无论事情的走向如何，当下受害的是广大消费者和商家。

■记者 杨田风

事情：两大佬儿童节开撕

物流巨头的正面角逐，以“数据断交”为前奏。

6月1日，菜鸟发布关于顺丰暂停物流数据接口的声明，称从当日凌晨到中午，顺丰先关闭对菜鸟的数据接口，继而停止了整个淘宝平台上物流信息回传。菜鸟表示事发突然，并建议商家暂时停用顺丰发货，改用其他快递公司。

顺丰却在回应中指出，关闭数据接口并非顺丰先动的手，而是因为6月1日0点，菜鸟单方面切断了丰巢的信息接口。顺

丰认为，这次被“封杀”背后，是阿里方面希望顺丰放弃使用腾讯云改用阿里云。

国家邮政局也注意到了这件事。6月1日晚间，国家邮政局网站发布一则提示，指出受菜鸟网络与顺丰速运关闭互通数据接口影响，导致时下樱桃、荔枝、杨梅、芒果等生鲜农产品寄递业务受到一定影响。邮政局还表示已经和当事双方沟通，“切实维护市场秩序和消费者合法权益，决不能因企业间的纠纷产生严重的社会影响和负面效应。”

影响：每天百万消费者受影响

对普通用户来说，这种争执本身并不值得关心，因为很难获知真相，他们最关注的是寄送包裹是否受影响，菜鸟方面称，顺丰关闭了整个淘宝平台物流信息的回传，“大概每天会影响100万消费者”。“前天在天猫下单了一箱芒果，今天收到还是由顺丰配送的，只不过在购物平台上无法跟踪商品的实时信息，商家特地通过电话短信提醒我到顺丰官方网站或微信公众号跟踪查看。”长沙网购用户肖和友告诉记者。此时，一端是突然被告知无法查询的用户，另一端是发了货没有物流信息的商家，成千上万的包裹，如同断线的风筝一样。尤其炎夏之际，做生鲜水果生意的商家更为焦急。

湖南本土电商搜农坊最近的樱桃正卖得火热，顺丰菜鸟之争就给搜农坊增添了麻烦，“接口关闭使得已经发送的顺丰包裹的物流详情无法正常回传，消费者跟踪不到物流信息，我们也无法确定买家是否已经收货，只能逐一打电话和顾客进行沟通。”搜农坊相关负责人汤达亮告诉记者，麻烦还不只于

此，因为数据关闭的问题，仓库的进存销系统无法使用，只能由电商事业部从销售平台手工填单发货，再电话通知买家，“工作量增加了不少，也打乱了公司分工，最关键的是消费者体验受到了影响。”汤达亮表示，作为商家，他们也很无奈，只希望两家早点协调好，不要再伤及消费者和商家。

尽管阿里建议商家暂时停用顺丰发货，改用其他快递公司，事实上，由于顺丰在国内中高端物流市场一家独大，许多中高端商品卖家很难抛弃顺丰。

再过10来天，怀化靖州的杨梅就将进入开摘季节，顺丰和淘宝的分歧会影响靖州杨梅的“走出来”吗？湖南惠农科技承担组织靖州杨梅的宣传推广和采购推销工作，公司总裁申斌一大早在微信朋友圈发了一条“谁帮我运杨梅我支持谁”的信息，也委婉地对顺丰菜鸟事件做出了表态：“杨梅太娇嫩了，既要冷链配送，对时效也有要求，国内最好实现这两点的快递企业就是顺丰。从靖州杨梅近些年的电商销售数据看，其中80%的订单量是通过顺丰来运输的。”不过，申斌也表示，对于其他常规产品，肯定还是会选择普通快递。



6月1日消息，今天凌晨，顺丰突然宣布关闭对菜鸟的数据接口。截至中午，顺丰已经停止给所有淘宝平台上的包裹回传物流信息。

趋势：共享信息现利益博弈

电商分析师李成东表示，阿里本身就是想做大物流，而顺丰是其中的重要环节之一，所以必然想将其整合进来。但数据对任何公司来说都是最核心的东西，顺丰不可能向阿里让步，因此顺丰的退出属于自我保护行为，也是合理的。

记者注意到，以2016年快递企业的收入数据来对比，顺丰的营业收入约为574.83亿元，而“通达帮（其中圆通为前三季度数据）”营业收入加在一起约为385.26亿元，这一数字总和是顺丰的2/3。净利润方面，顺丰约41.8亿元，“通达帮”总和为54.66亿元。

快递专家赵小敏认为，此次纠纷事件只是一个开始，实际上所有接入菜鸟网

络的快递日后都将面临共享的博弈，不过由于“通达帮”主要流量来自阿里系，他们的选择立场与顺丰不完全相同。在短期看来，顺丰的退出涉及到话语权问题，而顺丰不会轻易让出话语权，但从中长期来看，双方的部分合作还是会继续的。

中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平对记者表示，在企业发展的不同阶段，开放或关闭合作的一般规律是，在自己的平台形成规模前，会比较开放包容的姿态接纳对手，一旦双方形成竞争，就选择封闭路线，待胜负分出后又会选择开放战略。在当前背景下，腾讯的微商与阿里的传统互联网电商有明显的竞争关系，而物流属于第三方平台，双方的结合对商业模式间的竞争有关键性影响。

背后：争论之下的数据博弈

就在5月29日，顺丰、中国邮政、EMS等15家邮政快递企业刚刚与菜鸟网络签署了战略合作协议，各方将进一步推动数据开放连接，深入运用大数据能力来提升服务品质。没想到两天后就发生了这次互相“封杀”的事件。顺丰和菜鸟之间的微妙关系由此可见一斑。

实际上，顺丰和菜鸟的貌合神离很早之前就已出现端倪。2015年6月，顺丰联合申通、中通、韵达等共同投资创建深圳市丰巢科技有限公司，通过运营“丰巢”智能快递柜，以提供平台化快递收发交互业务。然而不仅是丰巢意图布局终端快递网络，菜鸟的驿站也已经布局了这

一市场。而正是双方无法在丰巢的数据共享问题上达成一致，才导致了这次顺丰和菜鸟“开撕”，而双方自证清白的出发点都是“信息安全”。

对此，DCCI互联网研究院院长刘兴亮一针见血地指出，“从明面上看，两家都说是为了用户信息安全。而实际上，两家争抢的是数据，是大数据。”刘兴亮认为，未来，数据将成为主要的能源，如果离开了数据，任何组织的创新都基本上是空壳。

数据在整个行业的利益分配中也正在扮演越加重要的角色。实际上，在菜鸟顺丰你来我往的声明态度中，对于用户数据的安全或者界限反复被提及，也足见大数据的重要性。

声音

“3Q”大战的翻版

两家公司对于用户数据“寸土不让”的态度，让一位业内人士感觉这场战争的平息可能还得靠监管层的协调。一项普通的商业合作发展到这个地步，体现出了当事双方的任性。同时也预示着这两家公司的矛盾公开化，未来的物流行业竞争会更加激烈。

菜鸟网络与顺丰以外的快递公司达成的协议如何外人无从知晓，但与通达系相比，顺丰显然有更多的底气。有数据显示，目前“三通一达”有70%的订单都来自于电商平台，其中绝大多数来自阿里系；而顺丰来自阿里平台的订单只占20%左右。顺丰并不依赖于阿里，但阿里系的许多中高端商品卖家却依赖于顺丰提供的快递服务。这也许正是顺丰敢于公开向阿里叫板的原因。

只不过，双方都以用户信息安全为由，做的是损害用户权益的事情，且商业目的明显，如此说来，这场战争和当年的“3Q”大战并无二致。

最新

京东腾讯云力挺顺丰

在这场战争中，阿里竞争对手京东创始人刘强东旗帜鲜明地支持顺丰，京东也于6月2日宣布全面接入顺丰旗下的丰巢自提柜。

同样在这波纷争中亮相的腾讯云，也通过一条微博力挺顺丰，“无论多么重视顺丰的数据与业务安全都不为过。”倒是与菜鸟网络、顺丰之间利益关系错综复杂的“通达系”快递公司角色尴尬，对事件也不予置评。

对于菜鸟顺丰之争，菜鸟总裁万霖2日下午发出最新声明表示：保护消费者数据安全是菜鸟的底线，相信菜鸟和顺丰应该有能力与胸怀达成共识。但鄙视有人借正常商业冲突挑拨中伤谋一己私利的行为。