

亚马逊疑擅闯UPS和FedEx的补丁

产品名称	亚马逊疑擅闯UPS和FedEx的补丁
公司名称	广州感恩有你跨境电商服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市南沙区丰泽东路106号（自编1号楼）X1301-C3912(集群注册)(JM)（注册地址）
联系电话	18802047504

产品详情

亚马逊已经宣布，它希望让小型配送公司参与到最后英里。亚马逊是否正在寻求与交付巨头UPS，FedEx和USPS竞争，还是有更大的动机？Marek Różycki（最后一英里专家）和Ian Kerr（邮政中心播客）分析了这一发展。

亚马逊已经宣布，它希望通过向小公司承诺最后一英里的交付来建立其交付能力 - 这是许多邮政和包裹运营商几十年来一直在做的事情 - 并且正在发展自己独立运营的潜力。

亚马逊表示，它需要更多的产能才能满足美国不断增长的交付需求。这是否意味着亚马逊对其现有的合作伙伴 - UPS，联邦快递和USPS - 缺乏信心，以满足未来的增长需求？或者亚马逊是否正在寻求改善其与交付巨头的讨价还价地位？这一切都是为了改善客户体验吗？

这个概念

亚马逊正在推销这种送货公司模式，适合任何人，甚至没有交付经验的人。分包商将能够使用亚马逊的技术和流程来设置和运行他们的交付业务。

亚马逊表示，它将在帮助人们建立业务方面发挥“积极作用”。根据亚马逊的说法，成功的业主每年可以获得高达30万美元的利润，运营多达40辆运输车辆。这些承诺会回来困扰亚马逊吗？

毫无疑问，亚马逊一直在学习Amazon Flex和亚马逊物流的经验。新的交付车队将测试亚马逊的培训，包括其互动应用和视频。如果培训以一致的包裹数量和可靠的报酬备份，那么亚马逊应该有快乐的交付承包商，尽管迄今为止的实践已经变化。

黑色车辆将拥有亚马逊品牌。与采购经典的白色货车相比，这为分包商带来了额外的成本要素，这是亚马逊似乎没有学到的教训。

经过试验，亚马逊计算出最佳规模的企业拥有20至40辆货车，拥有所有者/运营商模型。鼓励企业拥有多辆车/司机可能还有另一个动机 - 司机声称员工身份的可能性降低。

这会伤害大运营商的感受吗？

亚马逊表示“对每个人来说都绰绰有余。”亚马逊重新进入最后一英里可能不会影响短期内主要运营商的扩张和投资计划，但如果亚马逊物流成长为具有全国性能力的独立运营商，那么与众不同。

亚马逊会提供非亚马逊包裹吗？

如果有足够的容量，亚马逊很可能会向非亚马逊地块开放其交付网络。它自己的交付优先。

真的是那么新吗？

交付服务合作伙伴并不是一件新事物，并且已经成功使用，因为几年前Marek负责欧洲的Amazon Last Mile。新的和有趣的是亚马逊可能真正进入商业运营商（和USPS）的地盘，因为需要在某些地区优化线路运输和路线，因此从“非亚马逊”市场虹吸包裹。

大多数人会问的关键问题是：这真的在卡片上吗？这是对其他航空公司的真正威胁吗？这对消费者意味着什么？

反过来回答他们，与我们迄今为止比较保守的回答相反，前两个问题的答案是肯定的。至于最后一个，由于亚马逊对客户体验的痴迷，这必然是个好消息，但只能达到竞争被扼杀的程度。如果亚马逊变得如此占优势，以至于没有直接的竞争对手？谁知道贝佐斯先生会做什么。