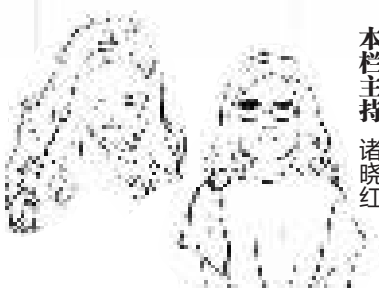
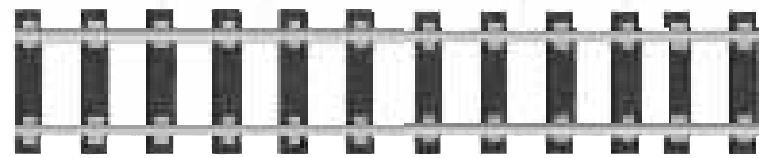


撰稿人
史旻本栏主持
诸晓红

他把铁路货运这门老生意玩出了新花样



双十一将近，国内的各个物流环节都进入了“紧张备战”状态。在“马爸爸”的宏才伟略设计之下，这个节日已经不仅仅是国人的购物盛典，世界各地都仿佛陷入一片“剁手”狂欢之中。

一辆西行的列车已经载着满满的货物从我国内陆腹地重庆提前整装出发，途经新疆，绕开波兰，取道乌克兰和斯洛伐克进入欧洲腹地，这辆列车上的咖啡将经由欧洲的经销商，出现在无数欧洲人的马克杯中……这已经是铁大大运行的第四个年头了，“有条不紊”始终是其区别于其他货运模式的重大标签。

在海运、空运一度使铁路运输处于“不上不下”尴尬地位的背景下，过去的一年，铁大大已经承运了3950个集装箱，拼箱数量达到六万立方，营业收入达到了1.2亿人民币。

这个成绩让人不得不重新开始审视这个“没落”的货运模式，当然也少不了对幕后运营“鬼才”的好奇探究。

11月10日（本周六），邵一峰先生将受邀在东南商报第37期创业分享会上作分享，欢迎创业者及对物流行业感兴趣的读者前来参加。

带着无数祝福声进行的创业



铁大大网的总裁邵一峰毕业于宁波大学外语系，受宁波这个港口城市的熏陶，曾经“因地制宜”地从事了12年的海运贸易。之后又辗转到了台湾上市公司中菲行从事海运和空运方面的工作。由于业绩突出，被世界五百强之一、全球最大的物流公司DHL招募做了宁波分公司总经理。

铁大大的创立显然与他航货运代行业长期的投入密不可分，用他的话说就是“在给人打工时就始终以创业思维不断历练自己”。

在之前，邵一峰就深感货运模式的单一，作为世界第一大空运货代的DHL，承接了不少模具出口到欧美的生意，那么多铁疙瘩飞上高空穿越千山万水到大陆的另一端往往意味巨额的运输费用，而受到天气、发货期等多种因素的影响，稍稍缺乏幸运眷顾，就意味着“微利就会变巨亏。”

所有的质疑都在邵一峰这一次代理货物延期之后爆发，因为慈溪一些采购服装发货人延误了发货期，他不得不把整个集装箱改成空运，“太憋屈了，这样的模式肯定要转思路！”对当时的无可奈何，邵一峰记忆犹新。

十多年的国际货运经验让他肯定现有的长距离运输有明显的问题：现在的成熟运输方式只有空运和海运两种，空运快速但是费用不菲，海运费用低廉但耗时间又太长。而费用不高、时效还不错的铁路运输一直没有得到重视。

挖掘铁路运输的潜力就成为了邵一峰的钻研方向。

2013年，邵一峰接触到了DHL在苏州的苏满欧铁路产品搭建项目，他的职业敏感告诉自己：机会来了——市场缺乏的中间物流产品，而中欧班列极有可能为这片空白填上一幅优异的答卷。此时渝新欧和蓉欧快线初出茅庐，似乎已经隐隐散发出了铁路货运新时代的信号。

磨刀不误砍柴工，摆着学习和更深入了解中欧班列的想法，邵一峰在2014年前往马士基集团丹马士物流就任全国产品经理，接触到了当时的班列“网红”郑欧班列，在这个岗位上，他们服务了微软和诺基亚等知名企业，甚至尝试了中越跨境运输的模式，后来又和汉欧班列合作，服务了迪卡侬和耐克等公司，均获得一致好评。

于是，在积累与酝酿之下，2014年，邵一峰开启正式的创业之路，宁波西铁供应链管理有限公司应运而生。