

价格战影响延续 多家快递巨头一季报录亏

4 月以来,快递行业似乎不怎么太平。前有极兔、百世因低价倾销被罚,后有龙头大哥顺丰首次出现大幅亏损,股价腰斩。与此同时,申通一季度业绩也亏损近亿元。有分析指出,短期内快递行业的价格战还将持续,但接下来监管部门会加强监管,快递公司将进入寻求出路的盘整时期。快递物流行业的竞争核心也将从低价转移至服务融合能力等创新能力,对于以技术为核心驱动力的企业来讲,也是另外一个重大机遇。

■新快报记者 刘威魁

数据显示,2020 年我国快递业务量完成 830 亿件,而今年,仅用时 83 天这个数据便突破了 200 亿件。截至 2021 年一季度,全国快递业务量累计完成 219.3 亿件,同比增长 75.0%;业务收入累计完成 2237.7 亿元,同比增长 45.9%,行业整体表现强劲。

与之形成鲜明反差的是快递企业一季度的业绩表现。4 月 28 日,申通发布一季报显示,2021 年第一季度营收约 52.62 亿元,同比增长 47.28%,净亏损约 8952 万元。4 月 22 日顺丰发布一季报显示,期内公司实现营收 426.20 亿元,同比增长 27.07%;净利润亏损 9.89 亿元,同比大降 209.01%。一向表现可圈可点的优等生交出如此答卷,是“价格战”下,快递企业这几年来所面临的共同困局。

价格战的影响还直观地体现在上市快递公司公告的月度单票收入中。根

据顺丰、韵达、申通、圆通等快递公司近期公布的 2021 年 1 月快递服务业务经营简报显示,上述四家快递公司 1 月份单票收入均有下降,降幅范围在 20%左右。对比来看,申通快递单票收入降幅最大,达 2.51 元,同比下降 23.94%。

快递行业价格战由来已久,2020 年新入局玩家极兔更是将其推进白热化阶段。今年 4 月上旬,极兔、百世就曾因“低价倾销”被义乌邮政管理局处罚,其在义乌的部分分拨中心也被停运整顿。

业内认为,极兔此次被罚似有“杀鸡儆猴”的意味,是否预示着快递价格战将要告一段落?

“价格战已是行业玩家的普遍行为,想马上停止并不容易。”快递 100CEO 雷中南分析指出,低价倾销被罚说明国家也已经意识到持续低价必然会破坏行业生态。但短期内价格战

还将持续,接下来监管部门会加强监管,快递公司将进入寻求出路的盘整时期。

事实上,随着现有国内市场格局的变化,已然促成了一些新机会。比如,在电商市场竞争加剧背景下,原“通达系”对电商市场的垄断会被打破,给丰网、众邮、极兔等新兴品牌带来了新的可能,此外,在各大互联网巨头入局社区团购的背景下,顺丰控股、丰巢、菜鸟驿站均已纷纷入局社区团购赛道,进而孵化新一代短链配送能力,转变配送模式。

“单纯的拼价格时代终究会过去。”业内人士分析指出,快递物流行业的竞争核心将从低价转移,接下来拼的是服务基准线、内部管理能力、或者说服务融合能力,这给以技术为核心驱动力的企业来讲,也是另外一个重大机遇。

超七成私募持股过节 机构:A 股市场红五月可期

新快报讯 记者涂波报道 4 月 29 日,A 股市场三大股指小幅上扬,全天成交 8222 亿元,沪指日 K 线呈三连阳。来自私募业内最新调查数据显示,超七成的受访私募表示今年五一节可以持股过节。国信证券指出,A 股市场红五月可期。宏观层面经济数据与微观层面上上市公司财报数据均显示出当前经济仍在延续强劲的增长态势,行情向上的趋势未变。

从仓位来看,今年春节前持股的私募整体仓位比例为 89%,而当前私募机构整体持股过节意愿微有下降。据私募排排网最新数据,股票私募整体仓位指数为 81.02%。具体来看,66.76%的股票私募仓位超过八成,仓位介于五至八成之间的股票私募占比为 18.59%,另有 5.22%的股票私募比较谨慎,仓位低于两成。分规模来看,目前 50 亿元规模股票私募仓位最高,最新仓位指数为 90.61%,1 亿元私募仓位指数同样达到 87.64%,10 亿元规模股票私募仓位指数为 79.49%。

对比机构,散户群体对未来行情或许没有太明确的预期。新快报记者随机采访了数位投资者,大都表示基本呈半仓状态,“进可攻,退可守”,预留的资金可以灵活应对节后的五月行情。

近日,市场的信心逐步得到恢复,而一些优质的白马股也已经悄悄地从底部回升 30%以上,甚至像新消费、医美等龙头股已经从底部回升接近 70%-80%。对于持有优质股票的投资者而言,不存在持股还是持币过节的问题。“每一轮大跌都是抄底优质股票的时机。”前海开源基金总经理杨德龙告诉记者,对于价值投资者来说,主要的精力应该放在对于宏观经济、市场大势以及行业公司的研究上,而不是用来日常盯盘。在当前全球低利率环境下,既然很难以低价买入股票,那么抓住每一次大跌去抄底优质股票或者基金,就是成功的一种捷径。

广州发布建设国际消费中心城市宣传片

新快报讯 记者陆妍思 通讯员穗商务宣报道 广州构建世界一流国际消费中心城市,如何建,怎么走? 4 月 29 日,广州市举办“引领消费 服务全球——广州构建世界一流国际消费中心城市圆桌会议”,梳理广州建设国际消费中心城市的优势,解读广州消费闪光点,商界、学界多位行业代表出谋献策。会议期间,广州市建设国际消费中心城市专家咨询委员会成立,广州建设国际消费中心城市宣传片正式对外发布。

据广州市人民政府副秘书长、一级巡视员孙秀清介绍,2020 年,广州 GDP 总额超 2.5 万亿元,人均 GDP 突破 2 万美元,全市社会消费品零售总额达 9218.66 亿元。今年一季度,消费需求进一步释放,全市社会消费品零售总额 2629.57 亿元,同比增长 31.7%,较 2019 年一季度增长 11.9%。

中国中免副总经理王延光在会上

表示,在建设国际消费中心城市的工作中,免税业态也有关键作用,免税消费也成为形成国内、国际双循环新发展格局的抓手之一。免税业作为产业链的一环,在带动上下游的同时,能加快完善购物相关的配套服务设施,助力全面建设国际旅游消费中心。4 月 27 日,中旅集团旗下中国旅游集团投资运营有限公司以 83.95 亿元的价格拿下广州花都区两宗土地,计划与中国旅游集团中免股份有限公司(以下简称“中国中免”)共同建设粤港澳大湾区首个免税商业文旅综合体。

“作为广州本土的商贸企业,在助力广州建设国际消费中心城市的过程中要做好‘四个角色’定位。”广州商控集团总经理江国源表示,一是要做广州商贸业深化改革、创新实践的综合平台;二是要做广州商贸业高质量发展的建设者;三是要做广州现代美好生活、广州品质服务的引领者;四是要

打造广州城市名片的积极参与者和实践者。

百胜中国控股有限公司首席执行官屈翠容则表示,将加大在广州投资布局,在广州引入新品牌、新模式,更好地发展消费新形态和新场景,支持广州成为消费创新的“策源地”。

会上,广州建设国际消费中心城市宣传片正式对外发布。宣传片以“广州包罗万有(Guangzhou, As You Wish)”的主题推介广州建设消费中心城市的核心优势——无论你是谁,包罗万有的广州可以满足任何人的商贸需求、消费欲望、成功目标。宣传片用“商贸广州·与生俱来”“时尚广州·引领消费”“开放广州·汇聚全球”三个篇章,分别诠释出广州打造国际消费中心城市的历史积淀和资源禀赋,粤潮引领和数字经济优势、链接国内国际两个市场的“双循环枢纽”发展态势。短片充分展现了广州消费的实力、特色和未来。

五一假期在广东出游逛街,“云闪付”推出组团式优惠

新快报讯 五一假期来了,您打算如何度过?相信大多数人一定有了自己的计划和安排。不过,无论外出游览还是在广东吃喝玩乐,埋单时如果有优惠享受,岂不是更加开心。记者了解到,“云闪付”就是不错的选择,中国银联广东分公司携手多家商业银行推出了一系列组团式优惠。

在广东,为充分满足“五一”长假期间消费者高涨的旅游、消费需求,同时积极响应国家重大战略部署,为加速形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局蓄势聚能,中国银联广东分公司携手商业银行开启“银联银行伴你游—银联美——夏”主题活动,投入 5000 万元,为广大用户奉上一

系列好玩、好购、好吃的优惠活动。

在广东:吃喝玩乐优惠多

旅游出行方面,五一期间在广州使用云闪付 APP 乘车码可享受 1 分钱乘公交优惠;在一嗨租车、神州租车 APP 使用云闪付支付可享满 100 元立减 10 元优惠;外出旅游通过广之旅 APP、云闪付 APP“旅划算”和“惠游广东”小程序使用云闪付 APP 支付可享 6.2 折 40 元封顶优惠。此外,在广东(不含深圳)中石油、壳牌指定门店通过云闪付 APP 加油可享满 200 元立减 20 元优惠。

购物方面,在天环广场、广百百货、友谊商场、天河城百货等购物商圈使用云闪付 APP 支付可享满 1000 元立减

100 元优惠。在潮汕机场、珠海机场指定商户可享满 200 元立减 50 元优惠。通过云闪付 APP“发现”频道还可找到在广东省内您身边的各类购物优惠。

休闲娱乐方面,五一期间在云闪付 APP“云影票”小程序、金逸影院指定门店购买电影票可享 6.2 折 30 元封顶优惠。在陶陶居、南海渔村等餐饮商户用云闪付 APP 二维码支付可享满 200 元立减 50 元等优惠。

在境外:在澳门刷联名卡优惠低至 7 折

4 月 26 日至 6 月 26 日期间,银联为出行澳门的境内银联持卡人及澳门本地持卡人带来低至 7 折的多重优惠!优惠

商户涵盖护肤美妆、珠宝首饰、酒店出行、餐饮服饰、药品保健等知名品牌商户。

根据携程发布的旅游预订数据估算,今年“五一”旅游人次有望突破 2019 年“五一”水平,达 2 亿人次新高。中国银联联合商业银行和商家开展的五一促消费活动也将进一步提振消费信心,激发消费市场内在活力。

据了解,仅 2021 年一季度,广东银联联合广东辖内银行和商家通过发放优惠券、立减等方式开展各类促消费活动惠及用户就多达 780.5 万人次,直接带动消费 2.8 亿元。在全国消费促进月的倡导下,广东银联将立足便民惠民初心,充分发挥平台价值,联动产业多方促进广东地区消费和经济增长。(范昊怡)