

并购事件上升、集中度提高、行业增速放缓

# 快递市场激战存量“蛋糕”

6月,快递行业迎来量价齐升。A股快递上市龙头企业顺丰控股、圆通速递、申通快递今年上半年净利润均倍增,增长幅度最高的顺丰预计同比增长220%到240%。净利倍增的同时,三家企业上半年的市占率较去年均有所上升。相对应的,全国快递行业集中度也在上半年达到近7年的最高值。

今年,极兔融合百世席卷而来,备受关注。5月,极兔日均单量超4000万力压申通的消息日前不胫而走。紧接着,申通作为“通达系”中唯一一家发布了“618”战绩的企业,称彼时连续数日单量站上4500万。然而,申通的份额在“通达系”中已连续5年垫底,今年1月一度被顺丰追平。另一边,韵达和圆通也在4月展开了少有的行业第二的争夺。

近年来,行业并购事件增多,市场增速放缓,快递企业在份额排位战中寻找着业务新的增长点。有分析认为,市场未来对行业的观察视角会逐步从份额转向可持续提升的盈利能力。

■采写:新快报记者 林广豪  
■制图:廖木兴



## 极兔借百世进攻“淘系”,但“通达兔”一说仍言之过早

“现在极兔发展得的确迅速一点,但是这也不会给下面多吃点的。”广州一位韵达快递员告诉新快报记者。

6月中下旬,有市场消息称,极兔于当月的一场大客户交流会上披露,5月其全网日均票量已超过4000万。按数据来看,极兔已超越当月10.03亿件的申通,次于15.54亿件的圆通、14.85亿件的韵达。在多位快递员看来,这是今年极兔与百世融合的结果。

记者了解到,极兔速递2020年3月于国内正式营业。彼时,极兔以低价策略在国内迅速起网,合作商户常为电商平台拼多多的商家。成立于2007年的百世集团原为国内快递龙头企业之一,但近年来快递主业连年亏损,市占率也日渐式微。资料显示,2020年百世快递市占率为10.29%,2021年中期下滑至8.2%。

记者留意到,极兔与百世的融合在业内一直备受关注。原因是两者为去年行业整治低价倾销的“主角”,竞争的最后结果是极兔于去年10月宣布收购百世国内的快递业务。当时有业内人士分析,两者融合后日均单量能达4500万,登上行业第二,次于中通。

据公开报道,当下,极兔内部方向是,在今年年底收支打平,还希望提升淘宝业务量在整体业务量中的占比。其近中期目标在于追平行业“通达系”第一梯队。

据了解,2020年“淘系”商家产生的快递量约占百世整体快递量的41%。记者从多位从业人士处得知,极兔今年已顺利接入“淘系”业务。首创证券研究发展部交通运输行业首席分析师张功向新快报记者表示,极兔或是想借与百世融合的契机,摆脱“拼多多”的标签,扩大自己的生存空间。

但有业内人士认为,极兔目前尚未威胁到“通达系”的地位。“极兔都是亏着在做。同样是电商的大客户,极兔每件约1.3元,申通每件约1.5元,中通和圆通单价最高。”中通快递一位加盟商告诉新快报记者,“一分钱一分货,又亏钱,服务又不好,极兔怎么撑得下去。”

新快报记者从多位消费者与电商商家处了解到,多数人对极兔的印象为“拼多多的快递商家”“价格低廉”“服务质量难以保证”。一位在拼多多、淘宝平台经营业务的商家向记者表示:“极兔、申通、

韵达价格相对便宜,但有时不派件,或不电话通知直接将快递扔门口,这样会带来很多投诉。”一位曾在阿里1688批发平台经营业务的商户说,极兔和其他小品牌在价格上有优势,“快递需要长期合作,价格便宜但是合作过程中做事一地鸡毛,我还是想找一家服务好一些的”。

记者梳理国家邮政局公告发现,极兔自2021年第二季度成为快递服务满意度调查对象,在其后的三次快递服务公众满意度排名中,极兔均垫底。

一位曾承包多家快递企业业务的加盟商告诉新快报记者,极兔为了抢生意,给电商平台商家的价格偏低。有时极兔还会配送中通、申通不配送的偏远区域,属于“吃力不讨好”。据该名加盟商透露,在整体件量增加后,极兔开始降低快递员的底薪,同时派费也在下降。

低价抢市场的后果在极兔的经营管理上可见一斑。今年“618”期间,极兔于江苏一网点被曝拖欠员工30多万元工资,导致片区快递业务停滞,大量快递积压。

记者留意到,今年以来,“通达兔”的

称呼在业内频频出现。一时之间,似乎极兔在“通达系”中找到了一席之地。

“现在距离‘通达兔’还有一段距离。”快递物流行业专家赵小敏向新快报记者指出,应等到极兔挂牌上市一年后,称呼才有改变的可能性。目前极兔的数据尚未经过市场的考验,“极兔距离‘高端’还是有点远,从模式来看,量是决定性的。”

赵小敏表示,根据极兔的计划,今年是要完成挂牌的,而今年实现香港IPO的时间已很紧迫。“没有挂牌,谈其他东西都有点远。”

张功向新快报记者表示,资本市场关注的是企业的单票成本、利润情况等,极兔现需将其和百世的两张运输网络成本降低,使其单票成本达到“通达系”的水平。因为快递企业的发展需要经历重资产的投入过程,若极兔后续上市成功,作为后投入者的极兔也不会对“通达系”产生很大冲击。

张功进一步指出,近年监管部门已明令叫停快递行业的价格战,也就是说,未来将不会有新“玩家”复制极兔“烧钱”抢份额的方式进入国内的快递市场。

## 申通连续5年“通达系”垫底,被极兔超越成“情理之中”

与极兔这样的新“玩家”不同,“通达系”作为国内电商快递的先行者,此刻更像是“守擂者”。有券商研报指出,“通达系”在电商快递领域拥有的高份额如同筑起了堡垒。而目前申通率先成为了突破口。

市场传出上述申通单量遭极兔超越的消息后,申通似乎显得“焦躁不安”。6月9日,申通官微率先发布今年“618”的第一波战报,称6月前三天,申通快递揽收量相比2021年同期增长超过三成。6月22日,申通再宣布,受“618”大促等推动,其全网近几日单量连续站上4500万单,同比增长达到30%。

值得注意的是,其他头部快递公司并未披露今年“618”数据。有市场人士认为,申通此举或是对5月单量遭极兔超越消息的反击,但由于两个时间段所处的市场周期不同,可比性有限。

“业务量是申通最看重的,对于其他

快递公司来说,业务量可能并不是排在首位。”赵小敏指出,因为申通的基数低,首先要解决量的问题,这样才能解决市场预期问题。

其实从曾经的市场份额第一,到如今的“通达系”尾部,申通已经走过8个年头。华创证券研报数据显示,2014年申通快递市场份额高达16.5%,位居“通达系”第一;2015年,申通份额为12.4%,遭圆通、中通超越;2017年,申通再遭韵达超越。截至2021年,申通已连续5年位于“通达系”尾部。

对此,华创证券认为,申通大加盟商模式成就了过往的份额领先,也同样受其部分制约而导致错失了自动化效率提升推动规模红利的阶段。

今年上半年,申通的份额由去年的10.23%升至11.09%,距离前一位15.78%的圆通相差4.69个百分点,仍居“通达

系”尾部。由此看来,申通被极兔超越似乎是情理之中。

也许因份额连续数年落后,申通开始“大放厥词”。去年12月,申通总裁王文彬在分析行业发展形势后说,申通将坚持稳中求进、坚持长期主义,“我们山顶见!”发布2021年年报时,申通董事陈德军说,申通要重回行业之巅。

据申通官微披露,6月,申通开启了一场总裁的网点“亲听”之旅。记者了解到,申通此次“亲听”过程中持续向基层网点传递信心。

投资者也认识到,留给申通的时间不多了。2019年8月,申通原控股股东德股控股及实控人陈德军、陈小英与阿里巴巴签署了《购股权协议》。协议约定,阿里自2019年12月28日起三年内有权购买协议约定的公司股东股权。2020年9月,阿里间接获得申通快递

10.35%的股份,累计间接持有申通快递上市公司25%的股份。若阿里在今年12月27日前行权并完成相应的股权转让,届时将合计持有申通46.0%股份,成为实控人。

今年以来,投资者平台上对于阿里是否行权的讨论此起彼伏。有人期盼阿里通过整合资源使申通重新坐上“老大”位置;有人担忧申通创始人套现离场,申通将成为下一个百世。

实际上,阿里对申通的渗透早已开始,王文彬原为阿里菜鸟网络总经理,2021年2月“空降”申通。因此许多投资者看来,阿里更加偏向行权。现在较多人关注的是,阿里行权均价为20.8元/股,行权股价过低容易触发全面要约收购退市。7月22日,申通快递报收12.62元,总市值193.2亿元,股价近一年涨幅为66.27%,今年涨幅为38.83%。