

## 财眼

近十一年首遇负增长

## 11月全国快递业务量同比下滑8.7%

新快报讯 记者林广豪报道 12月21日,国家邮政局公布2022年11月邮政行业运行情况,快递行业业务量和业务收入迎来近十一年来的首次同比负增长。分析认为,伴随短期疫情冲击阵痛过后,快递单量有望迎来长期持续向好。

11月作为快递业传统旺季的开端,全国快递业务量、业务收入通常收获两位数增长。然而今年11月,全国快递业务量完成103.5亿件,同比下降8.7%;快递业务收入完成978.5亿元,同比下降

9%。这是2011年以来,快递业务量、业务收入首遇负增长。

快递业的停滞通过龙头企业的经营数据可见一斑。11月,除了申通实现同比增长8.89%外,顺丰、韵达、圆通的快递业务收入分别下降3.24%、4.72%、1.91%。单量方面,韵达和圆通分别下滑21.40%和6.74%,申通和顺丰分别上涨2.15%和2.92%。总体来看,四家公司快递业务收入合计275.72亿元,同比下滑2%,快递业务量为53.73亿票,同比下滑7.9%。

顺丰控股发布公告,国内疫情导致部分网点临时封控,影响了11月部分业务的揽收。双十一电商大促期间业务量同比增长良好,电商退货件量同比增长强劲。

单票收入方面,11月全国快递单票收入为9.45元,同比下降0.3%。其中,“通达系”上涨明显。韵达单票收入为2.88元,以21.01%的同比增幅领涨;圆通、申通单票收入分别为2.72元、2.62元,同比增长5.17%、6.50%。顺丰单票收入为14.87元,同比下跌6.01%。

东方证券分析师刘阳表示,在当前人力较为紧张且临近春节时期,快递价格或有一定上涨,其持续性取决于快递行业件量趋势、从业人员病情进展和全行业成本表现等。

浙商证券研究所交运建筑团队认为,疫情冲击过后,快递单量有望迎来长期持续向好,同时价格政策具备强持续性,重点关注春节前夕网购消费反弹及电商去库存需求推动业务量高增、同时旺季提价带来的量价双升景气抬升。



## 百果园又要IPO 加盟店占比达99%

12月20日晚间,港交所官网显示,百果园已通过港交所上市聆讯。百果园拥有门店5643家,扩张路看似顺利,上市之路却颇为坎坷,甚至错失“水果连锁第一股”的名头。同时,其加盟模式也饱受诟病。针对此次通过上市聆讯,新快报记者多次致电百果园企查网上的联系方式,电话一直处于忙音无法接通。

■新快报记者 张晓茵

## 销售成本占总营收约九成

2020年6月,百果园曾拟于港股上市;同年11月,百果园改道A股,与民生证券签署了上市辅导协议;今年5月,百果园再次绕回港股递表,招股书在6个月后自动失效。而在百果园兜兜转转中,洪九果品抢先一步登陆了港交所,抢下“水果连锁第一股”的桂冠。11月16日,百果园再次递交了招股书,并于12月20日通过了上市聆讯,终于半只脚踏入了港交所大门。

招股书显示,2019年-2022上半年,百果园的营收分别为89.76亿元、88.54亿元、102.89亿元和59.15亿元;经调整净利润分别为2.48亿元、0.46亿元、2.26亿元和2.05亿元;经调整净利润率分别为2.8%、0.7%、2.4%和3.5%。

百亿元左右的营收,净利润率仅3%左右?新快报记者注意到,销售成本居高不下

是重要原因。2019年-2022上半年,其销售成本分别占比总营收90.2%、90.9%、88.8%和88.5%,其已出售存货成本(已出售产品的采购成本)占到了销售成本的95%以上。

百果园称,新鲜水果极易腐烂,大部分水果于采收后短时间内须运输至市场销售,水果采购成本对业绩影响甚大。

## 自营店毛利率为加盟店三倍

百果园毛利率从2019年的9.8%上升到了今年上半年的11.5%。2022年上半年,其自营门店毛利率高达28%,而加盟门店仅为9.1%。在5643家门店中,加盟门店占比高达99.67%,给百果园带来了超八成的营收。

百果园加盟方式一直饱受争议,加盟方式有两种,一种为20多万元的全额投资,一种为8.5万元的合作投资。加盟店运营后,需每月按一定比例缴纳给总部“特许

经营资源使用费”,后者缴纳的费用比前者高。此外,百果园加盟模式还深陷放贷风波。

招股书指出,百果园加盟商及区域代理并非其代理商,而是客户。因此加盟商在接受产品时将会被转移产品的法定所有权及风险,且通常无法退货。有业内人士指出,该模式对企业利好,但对加盟商的保障较为欠缺。

该加盟模式也是一把双刃剑,风险的转移给了加盟商们运营独立性,也给管理带来了难度。百果园坦言,倘若加盟门店提供的产品或服务未能达到质量标准,会对其声誉及业务造成不利影响。

新快报记者注意到,黑猫投诉平台上百果园投诉数量高达1613条,其中大部分投诉针对线下门店,投诉内容包括食品变质、服务态度恶劣、门店宣传误导消费者等问题。

## 民生银行广州分行“一行兴一乡”工作纪实:

## 深调研 广动员 玉汝于成 功不唐捐

为积极贯彻落实乡村振兴战略要求,中国民生银行推出了“一行兴一乡”定点帮扶工作任务安排。根据总行年度工作安排,民生银行广州分行与河南省封丘县结对。为落实有关工作要求,民生银行广州分行主动赴河南省封丘县深入开展实地调研,了解结对单位需求,并充分利用、整合自身资源,成功引入广州FHHY文化投资有限公司(简称“FHHY文化”)为该县两家水果种植社无偿捐赠50万元,用于物流及冷链配套设施改善。

高度重视 携企入豫  
实地调研营商环境

自民生银行总行年度定点帮扶工作方案确定以后,民生银行广州分行高度重视,由行领导亲自挂帅调度指挥,要求把结对帮扶作为分行践行乡村振兴战略要求,履行社会责任的重要抓手,务必统一思想、统一行动,认真筹划组织,严格按照总行要求开展相关工作。

7月份,随着豫豫两地疫情形势的逐渐趋稳,以及在经过前期妥善的组织和周密的安排后,民生银行广州分行党委书记带队,组织党建结对单位及有参与公益事业意向的企业客户等,于12日至14日赴豫开展实地调研。

在封丘县,调研组参加了当地商务局组织的项目对接路演,并在县政府工作人员的陪同下,深入当地水果种植社及部分农户家中进行实地访谈。路演中,当地水果种植、农产品加工、中药加工等行业企业均提出了以增资引资为主的产业对接需求。而通过深入访谈,调研组也了解到物流配送和生鲜仓储是当前制约农户发展的最大瓶颈之一。

有序推进 积极撮合  
努力筛选目标企业

路演及访谈结束后,民生银行广州

分行立即与受邀同行的企业代表进行沟通,了解他们是否能够提供相应资金资助或对接有关项目。但受限于产业类型及跨区域投入等问题,本次受邀随行企业均表示难以进行帮扶,民生银行广州分行“牵线搭桥”推动“产业帮扶”的良好意愿只能另辟路径。

返穗后,民生银行广州分行领导第一时间指示,由公司业务部牵头落实对口帮扶的企业及项目的对接引入工作。分行行长亲自指示,“定点帮扶要借鉴公司业务‘规划指导、分类营销’的推动举措”。时任副行长亲自部署,要求“把产业帮扶嵌入公司客户的综合开发方案,把履行社会责任作为情怀植入银企合作,结合乡村振兴专题,以定点帮扶为切入点提升银企合作黏度”。

分工明确后,民生银行广州分行公司业务部立即成立专项工作组,并将定点帮扶工作纳入条线平衡积分卡考核加分项,鼓励广大经营机构积极参与,调动全行资源寻找目标客户。

结合封丘县“树莓之乡”“金银花之乡”“长寿之乡”的定位,民生银行广州分行公司业务部从区域经济特点及营商环境进行了充分分析,初步拟定了企业筛选的三要素,即“有涉农背景的民企”“企业或企业实控人有曾参与公益事业经

历”“集团化、跨区域、多样化经营且注重品牌宣传”。

通过广泛筛选并结合“一户一策”方案,最终初选了3家意向企业进行进一步的沟通对接。然而在经过长达4个多月的协商沟通后,上述目标客户要么因为我方授信方案未获企业认可而搁置,要么因为我方无法满足客户的附带条件而中止,要么因为跨区域资助对经营发展没有实际帮助而主动放弃。一时间,相关工作再次陷入僵局。

锲而不舍 柳暗花明  
创新方案助推帮扶落地

面对胶着的局面,民生银行广州分行没有轻言放弃,相关工作组总结经验教训、调整策略方法,通过换位思考,结合企业财务管理要求,进一步细化明确了筛选要素。

经过深入学习《企业所得税法》,工作组了解到“企业发生的公益性捐赠支出,在年度利润总额12%以内的部分,准予在计算应纳税所得额时扣除”。工作组判断,该税务政策将极有可能成为撬动目标客户的有力支点。

明确策略后,工作组再次筛选名单,民生银行广州分行战略客户二部推荐的客户——FHHY文化进入了工作组的意向企业名单。该企业是某地方性集团客

户的广州项目公司,首次在南沙自贸试验区进行文化产业相关投资,企业文化与乡村振兴的理念有着较高的关联度。而经过进一步了解,该公司两个股东所属的集团均是跨区域、多行业经营,且实控人常年热心产业扶贫事业并成立了多个公益投资基金。

经过持续宣讲、反复沟通,FHHY文化表示,民生银行广州分行提出的税务政策符合其财务管理需求,且实施定点产业帮扶也有助于其所属集团的品牌宣传。最终,在民生银行广州分行多部门协同的大力推动下,银企双方仅用两周时间即达成合作意向。随后,政银企三方多次沟通协商,最终成功签订捐赠协议,圆满完成专项捐赠。

俗话说“好事多磨”。虽然民生银行广州分行2022年度“一行兴一乡”的产业帮扶工作历经了“一波三折”,但最终取得了圆满成果。而本次业务撮合也为民生银行广州分行以综合服务提升银企合作黏度提供了宝贵经验。未来,民生银行广州分行将继续紧跟总行步伐,在乡村振兴定点帮扶的道路上积极落实各项工作要求,以更高的格局、更大的担当、更深的情怀,扎扎实实落实乡村振兴战略,真真切切履行社会责任,为打造民生品牌软实力贡献力量。