

快递价格战如火如荼 单票价格逼近2元

证券时报记者 陈静 曹晨

快递行业高景气度下,价格战也越发激烈。2019年至今,快递行业经历了一场颇为激烈的价格战,并对相关企业带来了一定的影响。从国内主要快递上市公司前三季度业绩来看,除顺丰控股与圆通速递业绩保持增长态势外,其他快递公司业绩均出现大幅下滑。

证券时报·e公司记者采访了国内主要快递上市公司发现,在快递价格战进入白热化背景下,相关公司在成本管控、数字化建设、战略聚焦等多方面采取了举措。

对于快递行业未来发展格局,多位业内人士向记者表示,目前来看,快递行业竞争持续加剧,业务整体向头部集中,未来行业集中度将进一步提升。

快递价格战持续

在增量市场为行业生态带来新变化的同时,2020年,各大快递企业单票价格持续下滑,价格战依旧如火如荼。

数据显示,今年前10个月,中国快递总数达到643.8亿件,同比增长29.6%,增幅超去年全年。不过,快递数量的增加并不一定转化为收入增长。今年前10个月中国快递业的总收入同比增长16.5%,达到6909.8亿元,但仍然低于去年全年。

2019年5月,针对电商客户,顺丰控股推出了性价比较高“特惠专配”。今年“双十一”前夕,顺丰又推出了加盟制快递网络“丰网”。在顺丰控股推出“特惠专配”之后,依赖电商业务的通达系也开始降低了快递单价,由此拉开了本轮价格战的序幕,以价取量已成为行业共识。

近日,顺丰控股、申通快递、韵达股份、圆通速递等快递公司先后公布

了10月快递服务业务经营简报。

具体来看,10月份顺丰控股快递单票收入17.50元,同比下降14.68%。韵达股份单票收入2.18元,同比下滑32.72%;申通快递单票收入2.25元,同比下降20.21%;圆通速递快递单票收入2.14元,同比下滑23.17%。

与去年相比,上述快递公司10月份单票收入均大幅下降,跌幅范围在两至三成。

老牌快递公司价格战下,新玩家的人局在某种程度上又加剧了这场战争的激烈程度。2020年以来,极兔速递、京东旗下众邮快递、顺丰旗下丰网等三家新加盟制快递网络加入。

对此,申万研究所首席市场专家桂浩明向记者表示,现在快递行业已经进入寡头垄断时期,为进一步抢占市场份额,各大快递公司展开全方位竞争,包括送优惠券等,导致客单价下调,这种状况在现阶段还会延续。

不过,桂浩明认为,从综合成本角度来看,再要大幅度降价的空间已经不大。快递的竞争,应该转为围绕质量、服务、便捷进行,只有这样才能吸引客户,同时也能保证企业有合理的利润。

针对价格战,中通创始人赖梅松近日表示,从趋势来看,特别是从现金流的角度,价格战正在走向结束,行业已经到了可承受的极限,因为所有人都是要盈利的,特别是加盟制的模式,需要总部来保护加盟商,确保最后一公里的派件和收件正常运营。

企业聚焦“内修”

面对行业竞争加剧等诸多因素带来的影响,相关企业通过聚焦或调整相关战略不断提高自身的竞争力。

我们认为长期的价格战对任何人都没有好处,尤其是加盟商对价格



的敏感性,会导致某些市场的价格竞争无法持续。我们正在加快获取市场份额的速度,在维持一定盈利能力的同时,保持了合理的领先优势。”中通创始人赖梅松近日表示。

百世集团董事长兼首席执行官周韶宁近日在公司公布三季报时表示,当前市场环境充满变数,激烈的市场竞争和价格下行压力影响了集团的整体经营状况。百世正积极进行战略调整和组织变革,将重心更加聚焦到以物流为核心的主营业务上。

快递行业以量为王,通过价格战可以获得更多的市场份额,这其中成本优势可以说是价格战比拼的关键。

目前来看,快递企业的主要成本有转运成本、运输成本、包材成本与派费成本。其中,转运与包材是刚性成本,与快递企业的产能和技术相关,派费则属于

柔性成本。

德邦股份相关负责人向记者表示,“收转运派”各环节效率仍有较大提升空间。在收派环节,随着快递货量的快速增加,前端人均收派效率稳步提升,快递业务毛利率逐步修复;运输环节,货量不足时线路对发无法实现,自有车辆成本较高,而货量提升使得公司将部分外请车转为自有车辆,且通过小车换大车等举措有效降低运输成本;转运环节主要通过提升自动化率及产能利用率摊薄房租等固定成本及人工成本。

而精细化管理对快递企业的成功起着至关重要的作用。德邦股份根据业务方向的调整、客户群体的转变以及货品属性定制了精准的应对策略和战略目标。”上述相关负责人称。

圆通速递也为应对今年的业务高峰调整了战略重心。圆通相关负责人对记

者表示,今年公司的两大核心战略为“基础能力建设”及“全面数字化转型”,公司从硬件和软件两方面进行发力。据介绍,今年以来,圆通已对36个转运中心改扩建,上新自动化设备。软件层面,圆通自主研发了一系列数字化工具,提升工作效率。

在韵达股份相关负责人看来,服务质量的提升有助于快递企业进一步扩大市场份额,目前韵达市场份额已达到18%。

“公司近几年对设备自动化、信息化等持续投入,在提高操作效率、提高操作准确率、提升全程时效及持续降低单票操作成本等方面已经形成一定优势。基于此,公司的服务质量也稳步提升。根据国家邮政局公布的10月份数据显示,主要快递企业的申诉率排名中,韵达仅0.003,远低于行业平均水平0.16。”该负责人向记者说。

行业加速整合

中商产业研究院数据显示,2019年,国内前五大快递企业的市占率为70%以上,而在美国,前两大快递公司的市占率就超过75%。

过去中国快递业其实还没有分化,大家的份额差不多,但不可能一直这么均匀。今年头部企业也在分化,市场份额有增加的,有减少的,随着市场份额的分化,综合实力的区别,未来一定会诞生市占率30%的快递公司,这是一个必然的过程和结果。”赖梅松近日在三季报电话会议中表示。

数据显示,今年前10月,快递上市公司韵达股份、圆通、申通、顺丰市场份额分别为17.18%、14.94%、10.63%、9.88%,合计达到52.63%。

赖梅松还表示,美国、日本的邮政快递业也是这么走过来的,价格取决于市场环境,每家企业的产能跟市场释放的体量是有关系的,随着分化的进程,价格战会趋缓,乃至会出现价格拐点。

在企业战略分析师、财富书坊创始人周锡冰看来,未来,快递行业寡头一定会出现。他认为,未来科技水平是快递企业的主要竞争力。首先,通过无人物流、无人派送等手段提高运营效率。第二,融合区块链和人工智能的整套物联网系统,提高自动化水平。第三,通过快递企业自己的物流火车、飞机、汽车等载具进行自动发送,快递员将大大减少,几乎可以做到一个小区仅有一个快递员,或者是多个小区只有一个。

山西证券表示,一方面线上消费潜力不断释放,下沉市场持续为行业提供增量,快递行业规模有望稳定高速增长;另一方面,是快递行业产能出清,行业加速整合,优势企业具备长期投资价值。

在多位业内人士看来,目前快递企业低价格竞争还会持续一段时间,直到形成绝对垄断的市场格局。



让融资更便利
让投资更安全
让财富传承更久远

紫金信托十年
2010 - 2020