

快递业的竞争焦点变了？

“双11”还没到 快递已经涨价了

从价格竞争到价值竞争

去年,伴随着极兔快递的杀入,整个快递行业掀起了一场惨烈的价格战。

网上报道显示,极兔每单价格比通达系低1至1.5元,部分长途订单甚至低2至3元。极兔在国内快递量最大的城市——义乌,甚至直接把单票价格打到1元以下,要知道当时行业平均成本都要1.4元左右,这种操作完全是亏本刷量。

后来,极兔又推出“8毛发全国”,直接击穿行业价格底线,加速了行业价格战的激烈程度。

有从业者指出按每一个轮次价格战降0.1至0.2元计算,整个市场上就要降0.5至1元,结果是整个行业为“价格战”买单。该人士将价格战称为“绞肉机”,称所过之处“无一幸存”。

百世快递率先在这场价格大战中出局,2020年一年百世快递就亏损了超过20亿元,市场份额更是急剧下跌,最终以68亿的价格“卖身”极兔。

其他头部企业也没能幸免,过低的快递单价直接导致公司经营业绩下滑。行业老大顺丰控股2021年归母净利润增速为-41.73%,同行申通快递更惨,同期归母净利润增速为-2603.16%。

如今看来,这场价格战的深层原因是整体市场的萎缩。

2021年,全国整体快递量就开始下滑,这一影响一直持续到今年一季度前后。根据国家邮政局的数据,今年4月份,全国快递服务企业业务量完成74.8亿件,同比下降11.9%;业务收入完成740.5亿元,同比下降10.1%。作为对比,2021年4月份,全国快递服务企业业务量完成85亿件,业务收入823.9亿元。

据报道,今年1至6月韵达、申通、圆通三家通达系快递公司发布的月度数据显示,快递单票价格再次出现持续下降趋势。

以申通为例,尽管6月有“618”大促加持,一定程度上拉高了单量,但6月份单票价格仍比1月份低了8分钱。有业内人士指出,在业务量整体放缓的大背景下,通过价格战抢跑存量市场又是必要的,此外极兔6月份宣布日均单量已经突破4000万,对于通达系老大哥是一种挑战。

圆通速递总裁潘水苗曾说,“以前的价格战是行业落后的人利用价格战来获得更高的份额,是追赶行业领先者的一种手段,但现在的价格战则是行业领先的人主动发起,可以加快实现行业分化、行业洗牌。”

不过随着平稳度过8月淡季后,快递业在随后的中秋节和国庆节迎来快速恢复,加之四季度传统旺季开启,行业也逐步进入增长

通道。

从数据上看,据国家邮政局公布的《9月中国快递发展指数报告》显示,9月中国快递发展指数为353.1,环比提升13.5%。其中,9月快递发展规模指数为385.5,环比提高6.3%。从分项指标看,快递业务量同比增速预计约为2.6%,业务收入同比增速预计在1%左右。

再加上快递物流行业持续受益于政策面利好。国务院常务会议近日指出,确定强化交通物流保通保畅和支持相关市场主体纾困政策,支撑经济平稳运行。其中,在第四季度,将收费公路货车通行费减免10%,对收费公路经营主体给予定向金融政策支持,适当降低融资成本。有分析认为,通行费成本是快递企业运输成本中的重要组成,此次通行费减免使得快递公司有望降低成本。

而在价格逐步稳定的同时,服务质量也得到进一步提升,上门快递受到全行业重视,末端交付场景进一步重构。

国内首部快递地方法《浙江省快递业促进条例》就明确要求末端投递需按消费者要求执行,处罚未按要求上门投递的情形,本质上还是重视消费者快递选择权和服务质量。

为什么《浙江省快递业促进条例》会提出这样的规定,因为我国快递上门率仍处于较低水平。

2020年BCG《90后快递生活报告》显示,我国“95后”消费者使用代收服务(菜鸟驿站代收、快递柜代收、保安室/收发室代收、超市等其他店铺代收)比例高达64%,上门投递比例约36%;其他年龄消费者代收比例均为59%,上门投递比例约41%。综合来看,我国快递上门投递比例只有40%左右。

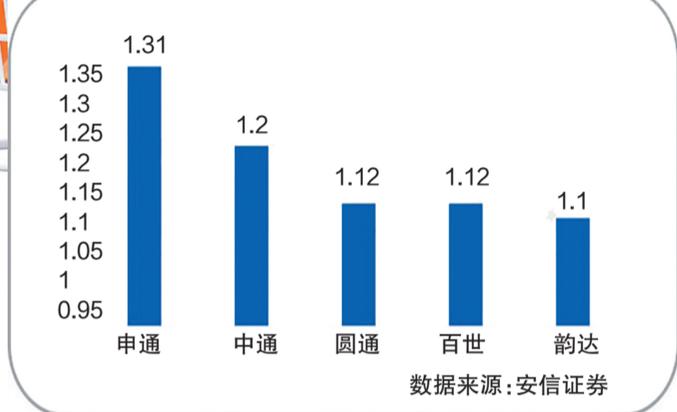
“00后”女孩肖雪老家在山东,目前在北京上大学。据她吐槽,自己放暑假在老家时收到的快递多数都被直接放在了快递柜里,快递小哥通过打电话、发短信的形式告知她,她再去快递柜取件,总体感觉还好。在北京的校园里,出于安全考虑,快递小哥会直接把快递放进快递柜,再通知同学们来取。

根据消费维权新媒体联盟联合各地消协消保委组织共同开展的智能快递柜寄递服务意愿调查,80%以上的消费者有暂存快递的需求。艾媒咨询调查也显示,67.9%的消费者偏好将快递放置在快递驿站、快递柜、代收点等存放点。

若未来上门投递比例提升,则可能对快递员派送效率、快递企业成本产生负面影响;另一方面,快递服务体验将会优化的同时,成本也可能转嫁至客户身上。



通达系快递企业2022年H1派费情况(元)



提价正在路上

随着整体业绩加速提升,快递公司单票价格不断上涨也成为必然。

业内人士分析认为,快递行业正处于从成长竞争期向成熟发展期过渡的关键阶段,行业逐步从“价格战”后的利润修复走向盈利能力的持续提升。从中长期看,国家政策指引快递产业迈入高质量发展阶段,推动行业拓展服务地理与内容边界。

为了修复利润,今年以来,多家快递上市公司的单票收入已较2021年同期普遍增长。财报显示,2022年前半年中通快递单票综合归母净利润0.24元,同比提升0.06元;圆通速递单票综合归母净利润0.22元,同比提升0.13元;申通快递单票综合归母净利润0.033元,同比提升0.06元;韵达股份单票综合归母净利润0.064元,同比提升0.01元。

下半年提价进一步加速,以8月份为例,顺丰控股单票收入15.61元,位居行业第一,同比增长1.23%;圆通速递、韵达股份和申通快递单票收入分别为2.52元、2.62元和2.42元,均同比增长20%左右。

9月,多家快递公司进一步提价,三通一达及百世五家公司均宣布自9月1日起全网末端派费每票上涨0.1元。

据了解,此前很长一段时间,在快递行业大打“价格战”的背景下,为获得更高的市场份额,快递员派送费一度低于1元/件,盈利空间减少导致快递末端网点稳定性受到较大影响,快递员流失、网点承包商出走和快递滞留“爆仓”等现象时有发生。

随着监管部门的大力整顿和快递公司认知的转变,推动快递行业高质量发展已成为行业共识。业内人士分析指出,快递市场秩序整顿已取得初步成效,低价竞争现象明显减少,工资标准也得到了进一步提升。

以江苏省苏州市为例,根

据苏州市快递协会和快递行业工会联合会日前签订的《苏州市快递行业集体合同》,在苏州市快递行业最低工资标准中,全日制计件工资制岗位按照3500元/月执行;一线快递员投递普通件获得的派送费每件不低于1元。

据不完全统计,今年以来全国已有至少20座城市签订了当地首份快递行业集体合同。安信证券统计的数据显示,今年上半年通达系快递企业的派费均已高于1元,其中申通最高为1.31元/票,韵达最低为1.1元/票。

在北京工作的顺丰快递小哥小林表示,自己负责石景山杨庄地区3个小区30多栋楼的居民快递配送,同时自己辖区内还有北方工业大学的两栋学生公寓,一般每天会集中配送3次,平均每天要送各类快件100件以上。

小林说,顺丰快递送件平均票价1.5元,收件平均票价2.5元,由于自己的片区居民较多,一天送100票收20至30票是很正常的,差不多每天可以稳定赚到260元左右,扣掉社保和个税等,每月能到手7000元左右。如果遇到“双11”“双12”和各种节假日可能会很忙,9月份学校开学的那几天,自己能忙到半夜,最多一天送出了300多件,虽然有点累但那个一个月一下子多赚了3000元。

国泰君安证券指出,年初以来,虽有疫情阶段影响,但头部企业价格策略稳健,单票收入中枢保持平稳。当下头部企业四季度盈利目标明确,有望在10至11月逐步针对“双11”大促期间进行积极的季节性提价,以对冲旺季临时性成本上升。

中邮证券认为,自去年监管政策出台以来,快递行业价格战明显趋缓,今年虽受到疫情复发的扰动,但行业“价增量升”的复苏格局依然未变。

本报综合