

“双十一”终结快递野蛮生长时代 快递拼资本拼模式时候到了

资本逐鹿现端倪

“双十一”前一周,“快递新军德邦挂牌转让股份”的消息传出,并没有引来许多人的关注,这条消息迅速淹没在了“双十一”前疯狂的促销信息中,但因此引发的国内大型物流企业估值排行榜却颠覆了很多人对快递公司的认知。

德邦物流在上海联交所挂牌转让其3.3250%的股份,叫价3.325亿元。根据德邦物流挂牌转让股份的价格估算,德邦物流的估值100亿元,排名第二。排名第一的是顺丰,估值约为320亿元。

早于德邦,估值榜单上排名第四的宅急送于10月16日宣布引入复星集团、招商证券、海通证券、弘泰资本、中新建招商股权投资基金五大投资者,战略融资达10亿元。

这不是资本市场第一次与快递行业传出绯闻。

早在2013年8月,元禾控股、招商局及中信资本等机构以总投资80亿的规模投资顺丰,获得不超过25%的股份。

经历了野蛮生长的10年,快递业在2014年突然成为了资本市场的新宠儿。

早期业务竞争力不足、盈利方式的单一以及口碑上的缺失,让资本市场对国内快递行业在未来的盈利能力并不看好。在快递业快速发展阶段,大部分资本都将目光投向了光芒更为耀眼的电商,导致许多资本错失投资快递行业的黄金期。

红杉中国基金总经理刘星坦言,现在面对一个个年营业额几十甚至上百亿的快递巨无霸,没有单个项目出资上亿元能力的资本是无法拿到入场券的。目前有人场资格的也就中信资本、弘毅、红杉等几家投资机构。

然而在千家快递企业中,获得投资的公司仅寥寥数家。电商网购的持续火热让快递行业的聚集效应加速,快递企业之间的并购与被并购预期放大,规模扩展成为大型快递企业共同诉求。

在这背后,嗅觉敏锐的资本自然蠢蠢欲动。

在资本的支撑下,小型公司有被并购淘汰危险,大中型企业则大肆圈地,投资购买同业股权。2013年,快捷快递以2200万收购城市100快递,随后,2013年即获得红杉入股的中通快递出资上亿控股快捷速递,占股90%。申通早在2012年就购买了天天快递60%的股权。

资本涌入后的择让中小快递企业在繁荣中感受到了忧患。这种忧患同样也有来源于政府释放的信号。

天天快运运营中心相关负责人曾向记者透露,国家邮政主管部门将着手培育3至4个具有国际竞争力的大型快递企业,行业将迎来兼并重组、整合洗牌的关键时期。这也在很大程度上促使天天快递由原来的主营商务件、工业件转做淘宝件。

“在快件量持续40%的增速下,必须赶上同行的发展速度。国家首脑频频到访龙头快递企业,并提起与国际同行的竞争,传达的信号已经十分明显。如果赶上资本大潮也赶不上政府扶持,不能依靠行业中的影响力争取到地方政府在政策上的优惠,在这一轮快递行业竞争中,势必将被淘汰。”该负责人说。

可以预期,在未来的3至5年,在资本、市场、政府的三重作用下,快递行业对发展速度和体量的追求将更加疯狂,投入也将更加疯狂。

闭环O2O和细分市场将发力



在顺丰鲁中区的云呼叫中心,今年双十一高峰期的同时呼叫人数超过了5800人。客服中心通过云计算实时显示并预测来电人数,合理调配客服坐席人数。

本报记者 李虎 摄



本报记者 李虎

6天处理快递5.4亿件,最高日处理量1.026亿件,投递成功率超过94%……

这是今年“双十一”期间快递公司交出的成绩单。“双十一”过后,快递发展的脚步仍将加紧,预计未来5-10年快递行业将继续保持年均40%以上的高速增长。

数字的背后,是一个经历了野蛮生长后正在逐渐步入高速发展的快递行业。

草台班子正在一步一步成长为正规军。随之而来,资本、模式角力下的快递业竞争将要到来。

近年资本介入各大物流公司情况

企业	投资公司	金额	披露时间
人人快递	腾讯, 高榕	1500万美元	2014/11/04
宅急送	复星集团、招商证券、海通证券、弘泰资本、中新建招商	10亿人民币	2014/10/16
爱鲜蜂	清流资本	1000万美元	2014/11/15
小麦公社	红杉	1000万美元	2014/8/27
安能物流	平华投资	5000万美元	2014/6/29
贵通云网	长石资本	600万人民币	2014/6/28
易尚	荷兰汇盈	6.5亿美元	2014/5/29
顺丰	元禾控股、招商局、中信资本	80亿人民币	2013/8/21
华宇天地	中信产业基金	7.5亿人民币	2013/3/29
德邦	鼎晖、瑞荣、新开发创投、平石、钟鼎	2.2亿人民币	2010/11/08

顺丰“嘿客”在布局2000多家门店之后,电商平台也在近期悄然上线。“嘿客”线上平台上线后与线下“嘿客店”瞄准社区生活品类,主要提供生鲜、母婴、家电、家居等。

至此,顺丰已经完成了快递+冷链+电商直供+跨境物流+顺银金融+嘿客门店+嘿客电商的线上线下的O2O闭环布局。

想要布局O2O闭环的不仅顺丰一家。据知情人士透露,圆通未来将围绕母婴类产品做文章,运营类似嘿客的圆通“妈妈店”。韵达则与连锁便利店合作,介入O2O市场。

与电商赔钱建物流不同,快递在低价竞争压力下,收派环节的利润已日趋摊

薄,菜鸟网络、京东等电商自建物流动了快递的奶酪。快递公司也都看到了上游电商的盈利能力。

圆通早在2008年建立了专注于销售农产品的“圆通新农网”;中国邮政与香港TOM集团于2008年创办“邮乐网”。快递电商都集中在生鲜、农产品、百货等领域,避开传统电商的服装、3C等领域。

业内人士分析,当快递企业发展到一定规模后,会逐渐向产业链上下游延伸,形成快递生态的O2O闭环。得益于最后一公里的的优势,相比于传统电商,快递公司更容易实现闭环,一方面通过网络平台减少揽派成本与管理成本占据比例最高,另一方面也能更好地做好质量的管控。

业内人士预计,未来国内大型快递企业向综合物流提供商转型,布局闭环的生态将成为各大快递龙头的首选。而一些中型快递企业向专业化转型,专注于最后一公里末端派送,小型快递企业则向个性化转型,给消费者更多的选择。

细分市场的竞争者早已杀到。1996年成立的北青小红帽以报刊、快递投递为主,现在逐渐发展为社区有址投递最后一公里的解决者。利用报刊、快递寄递形成的固定客户群,进而开拓票务、游戏卡等个性化服务,并为宜家、可口可乐、中国农业银行、中国联通等众多企业提供延伸服务。

小麦公社则将市场定位于校园快递,通过优化快递公司的资源配置,将自己变成一个落地的快递超市。

各种细分快递在最后一公里派送中无一例外从用户角度出发,期望能够为客户提供更加便捷的消费体验。这就对其在最后一公里上布点和收派的合理性提出了更高要求,互联网思维和管理方式的引入都有可能推动快递派送的革新。

业内人士预计,融合了电商及平台概念的快递企业估值上要比单一的实体物流企业要高;自建平台物流企业估值,也不会比打造社会化开放平台的物流企业高。

直营改造陷困局

作为零担物流的佼佼者,德邦涉足快递短短1年多时间就在估值中排名第二,被业界普遍看作是资本市场对未来快递物流化中转型+直营终端派送发展模式的认同。

除了顺丰、德邦、宅急送是直营管理之外,“四通一达”都是加盟模式。快递公司总部负责体系和转运中心建设,末端由加盟站点负责“最后一公里”收派。由于总部对站点的约束力有限,加之加盟商的实力不一样,让暴力分拣、时效延误等问题屡禁不止。

目前“三通一达”都在积极进行直营化改造,但阻力依旧进展缓慢。圆通号称目前国内省会城市实现直营,实际的约束力相当有限。

“加盟制快递公司目前的升级集中在分拨中心上,终端只能靠单一的增加人员来缓解,没有统一执行力终究不是长久之策。”一位快递公司负责人告诉记者,今年“双十一”的快递高速得益于中转能力的大幅提升,在终端派送上仍有很大缺陷,这也导致部分快件被卡在了最后一公里的派送上。

业内人士预计,跨区域性的快递企业进行直营改造最少要投入10亿。一快递公司加盟商表示,加盟商并不是不愿意转型直营,收归直营就好比壮士断腕,也不是每家公司都有这样的实力。

直营化改革进程也是影响快递上市进程的一个重要原因。快递企业在加盟模式下,每一家加盟商为独立法人。在这种情况下财务报表无法合并,直接影响整体上市。为了达到上市公司的财务标准,“四通一达”必须先完成直营化。

今年获得资本市场青睐的多是直营和平台化快递公司,原因之一就是其可控性和整体上的竞争优势。“快递业已经从一个标准的劳动密集型行业,逐渐转变为技术与资本密集型行业。新的竞争格局下,价格将不再是唯一的竞争优势,两种经营模式在资本市场上的受重视程度未来将有可能直接表现于市场竞争上,或将成为快递企业最终能否脱颖而出的胜负手。”业内人士分析说。

(上接B01版)

不只是一家旅行社

在世界互联网大会官方网站“合作伙伴”这一栏,与阿里巴巴等知名企业并列的一家公司LOGO颇让人关注,就是中青旅联科公关顾问有限公司。

对很多人而言,这或许就是个陌生的名字。徐晓磊告诉齐鲁晚报记者,“为互联网大会提供从嘉宾邀请到注册、会务、视觉形象、媒体传播、交通灯全方位的接待服务,本届大会的LOGO也是联科出品。”

据公开资料:联科是提供专业公共关系咨询和品牌传播顾问的服务机构,总部位于北京,另在深圳、上海、香港、南京四地设有

分支机构。基于对高科技、旅游、医药、金融、快速消费品、汽车灯行业的深刻理解和丰富的资源,联科为众多知名跨国公司、快速崛起的本土企业、政府机构及组织提供包括公共传播、营销咨询、媒体关系、危机管理、互动营销、活动管理、商业巡展、学术会议等全面的整合营销服务。

而联科参与承办互联网大会,背后离不开其母公司中青旅会展的支持。

中青旅会展创立于2002年,从最初的18人到当下的700余人,服务区域由北京拓展至上海、天津、成都、广州、深圳、南京等主要会议所在地,下属联科公关、联科广告、联科传媒、联科体育等整合营销服务板块,收入由彼时的2000万至如今的近20亿,业务范围从会议奖励

旅游发展至整合营销。中青旅会展承办过商务部和北京市政府主办的“京交会”,李克强总理出席;承办过联合国世界知识产权组织(WIPO)成员国大会,这是新中国召开的联合国首个缔约大会;承办过国际证监会组织年会,也是此年会首次在中国内地举办;承办某世界500强16500人迪拜年会活动,创下中国会奖活动人数最多纪录。

近些年,中青旅参与并服务了奥运会、世博会、亚运会、青奥会、世界杯等大型赛事活动,在客户分布上,中青旅会展90%以上的客户是世界500强。

而这一切背后的母公司就是中青旅,中青旅2013年年报显示,在职工数量7878人。中青旅由中青旅集团公司控股17.17%,

山东省文化产业投资有限公司目前持有中青旅990万股,持股1.37%,与天弘基金-民生银行-新时代定增1号资产管理计划等另外两家公司并列第七大股东。2013年6月,济宁市人民政府与中青旅签署战略合作框架协议,共同助推文化圣地旅游。

而中青旅也不只是一家旅行社,公司2013年年报也提到,为确保中青旅与控股股东在住宅地产业务方面不存在同业竞争,根据有关规定,中青旅房地产项目仅余控股公司慈溪绿城投资置业有限公司的“慈溪玫瑰园”项目尚未销售完毕。待该项目清算完毕后,中青旅将于2017年12月31日前逐步战略性退出住宅类房地产业务,强化旅游主业业务的发展。