



申通江北分公司内，有很多快件来不及送。

02

自曝行业三大「痛点」

近几年，宁波的快递业单量飞速增长。今年上半年，我市快递服务企业业务量累计完成64894万件，相当于去年前8个月的总量，同比增长39%。暴增的包裹也对我市的快递企业提出了严峻的考验。

据业内人士透露，这份考验主要来自两方面：其一，是运营能力参差不齐。

目前，全市涉及快递物流行业的企业法人有226家，业务收入超过1亿元的企业8家。不过因为目前不少快递品牌是以“加盟+直营”模式，甚至是纯加盟的形式在运营，“加盟商”能力参差不齐，也导致网点运营情况有好有坏，出现网点瘫痪的情况时有发生。

其二，物流快递行业生态有待完善。一名不愿透露姓名的业内人士告诉记者，高额的罚款制度、业内恶性竞争以及人手越来越难招等情况，逼得很多加盟网点生存不下去。“以派送费为例，一般总部给一级网点的派费大概是一件1.05元，网点平均每一件包裹的运输运营费用大概要0.3元，这样一来留给小哥的派送费只有0.75元，但实际上每单要0.9元以上才有人愿派送，这中间就有至少0.2元的差额。”

因为收件价提不上去，为了弥补这一差额，网点必须尽可能多抢件去派送，以换来总部的超额补贴。但其他问题也随之而来，例如网点和网点间的抢件竞争，以及运力匹配问题。

“一旦网点运力出现问题，不能如期送达的件都会被罚款。”这位业内人士说，目前普遍的处理是没有按时派送，一件罚30元到50元，而且会随着天数的累计增加罚款额。如果消费者投诉到相关部门，可能会罚到1000元甚至几千元。

“哪怕运营比较好的网点，每天也要准备一两千元在罚款上。”高额的罚款也成了压倒加盟网点的重要原因。同时，以上种种又导致从业者辛苦风险又高，招人就更加困难，于是就有了恶性循环。

此外，一些新品牌进驻，以互联网企业惯用的“烧钱圈地”模式快速占领市场，也给传统的快递品牌带来了不小冲击。品牌间为了争夺生存空间只能用最简单粗暴的方式：压价来作战。“尽管大家知道这样是饮鸩止渴，但逼得很多网点不得不喝。”上述业内人士说。

03

微利时代，何去何从？

事实上，不仅在宁波，被业内称为快件“产粮区”的浙江、广东、福建、江苏等地，很多网点已经到了生存极限。爆仓、跑路的新闻也频现于各大媒体。在业内看来，目前这样的情况似乎在短时间内并不能有所改变。

从运营管理层面看，运营网点对管理能力、投资力度、资金实力提出更高的要求，但很多网点负责人普遍缺乏驾驭能力。在外部竞争激烈的情况下，特别是市场价格不断走低，派费大幅下调，很多网点措手不及。要改变这一情况，需要长期运营经验的积累和专业人才的培养。

据光大证券调研显示，申通快递2020年快递业务收入213.7亿元，同比下降6.86%，较上年同期增速（35.16%）由正转负；全口径单票收入（注：“单票收入”指的是快递一票的收入，不是对外的快递单价）约2.42元，较上年同期下降22.13%，主要原因是市场竞争激烈，公司下调了快递服务价格。2021年第一季度，公司实现快递业务收入约52.14亿元，同比上涨约47.4%，单票收入约2.44元，同比下降22.8%。

类似的业绩报告也频频出现在韵达等其他快递企业的财报中。专注快递、物流、供应链领域研究的“双壹咨询”认为，尽管快递行业今年即将迈入万亿俱乐部，但是行业已经进入微利时代，行业重新洗牌不可避免。

