

# 熬过一季度的快递企业如何补血

随着5月28日百世交出一季度成绩单,国内6家快递头部企业今年开局的经营情况逐一亮相。在疫情影响下,一季度,通达系企业均呈现出营收与净利润下滑的态势。而逆势上扬的顺丰,净利润也同比下跌28.16%。分析人士认为,目前,物流头部企业一边处于打价格战谋规模的状态,一边又处在向数字物流换道的关键阶段。2020年下半年,快递企业将去向何方?

## 进入恢复期

据百世集团5月28日发布的2020年一季度未经审计的财报显示,其当季营收为54.66亿元,同比下降20.5%。净亏损为7.508亿元,与去年2.334亿元相比扩大超5亿元。百世对此解释称,一季度收入的下降主要是业务受新冠肺炎疫情影响,以及单票价格在疫情期期间内变化导致。

百世集团首席财务官樊倩怡也提及疫情带来的经营压力:“由于疫情期间的停工和出行限制,给快递、快运的业务开展以及相关成本开支带来了压力。”此外,恢复网络运营的费用,以及免费承运抗疫救援物资等举措也拉低了企业一季度的业务收入。

同样的情况也在其他快递企业的财报中反映出来。数据显示,通达系物流企业在一季度均呈现出营收与净利润双下滑的情形;营收下降均超过了10%,而净利润则均跌出了25%。相较之下,虽然顺丰在一季度实现营收335.41亿元,同比增长39.59%,但净利润也同比下跌了28.16%。

尽管企业们同样经受疫情考验,但从数据来看,2019年市场占有率前三位的中通、韵达和圆通在今年一季度中相比之下较为稳健。韵达与圆通实现了超50亿元的营收。净利润方面,圆通下滑幅度最小,为25.74%。而市场份额排名第四的申通则面临较大压力,净利润同比下滑85.6%。

同时,头部企业也展现出较强的恢复能力。据财报显示,中通一季度实现业务量23.7



亿票,市场份额同比去年提升0.3%。而韵达份额同比上升0.5%。在进入4月后,申通与圆通实现快递营收回正,业务量同比分别增长31.61%和40.89%。

而从国家邮政局给出的数据来看,4月,全国快递服务企业业务量完成65亿件,同比增长32.1%,远超去年同期。

## 撬千金换赛道

然而,迅速攀升的业务量没有完全消解企业在2020年盈利上的压力。5月初,通达系企业发布调整价格的公告后,又集体改口,有的删去“全国恢复高速公路收费”这一理由,

有的干脆撤销了公告。

一场无疾而终的试探,曝露出行业幕后价格战的胶着状态。从4月的快递单票收入来看,圆通、申通和韵达均同比下跌超20%,在2元附近徘徊。而顺丰单票收入同比下滑20.79%,为18.82元。一组来自国家邮政局的数据显示,从2007年至2019年间,快递单价从28.5元/件,下滑至11.8元/件。

以规模换盈利的阶段还未结束,企业间的差距却已出现了分化。盈利能力方面,顺丰与中通的距离越拉越小。2019年,顺丰归属于上市公司股东的净利润为57.97亿元,同比增长27.23%。中通净利润为56.71亿元,同比增长29.2%,剔除一系列投资收益影响后,调整后净利润为52.92亿元,同比增长26%。

而圆通、申通、韵达在2019年净利润上出现了不同程度的下滑。以申通为例,2019年净利润增速为-31.27%,出现上市后首次负增长。

那么,物流企业的钱花哪儿去了?

财报显示,2019年全年,申通仅研发费用便投入了1.04亿元,同比增长137.66%。不过,相较之下,顺丰和中通在技术上的投入更是一掷千金。2019年,顺丰的科技投入高达36亿元,同比增长34%,占营业收入的3.26%,其中研发投入为25.65亿元。而中通的财报显示,仅在2020年一季度,其他投入中包括IT信息技术应用和研发投入等就达到了4.72亿元,同比增长10.6%。

“目前,头部企业一边处于打价格战谋规模的状态,一边又处在向数字物流换道的关键阶段。”中国物流学会特约研究员杨达卿向北京商报记者总结道。

## 激活新引擎

尽管由服务升级、技术迭代产生的各项成本拉低了成绩单的“颜值”,但在部分业内

人士看来,这却是必经之路:“产品、网络、产业的服务升级由于需要投入大量成本,又难以在短期内看见成效,这让很多企业犹豫不决。但是从长远来看,将助力企业未来的竞争力和发展。”快递专家赵小敏说道。

可以看到的是,曾经花重金耕耘的业务,已经成为拉动企业营收的新引擎。以顺丰的财报为例,其冷运等新兴业务在总营收中的占比已经出现上升。2019年其快运业务实现不含税营业收入126.59亿元,同比增长57.16%,营收占比从2018年的8.9%上升到11.3%。而冷运及医药业务整体营收达50.94亿,同比增长32.54%,营收占比上升到4.5%。

顺丰表示,收益的增长主要得益于2019年下半年特惠专配产品的推出带动经济板块业务量增长,以及快运、冷链等新业务的发展。

2018年,德邦以大件快递寻找突破口,取得明显成效。数据显示,2019年其快递业务收入占总收入比重已提升至56.58%,快递业务保持高速增长。不仅如此,在赵小敏看来,德邦联姻韵达资源互补的举动,和其过去十年的经营路线也较为不同:“无论是德邦还是韵达,都变得更为开放。两者将在未来诉说更多‘新故事’”。

而百世则在国际业务中寻找新的增长点。据其2020年一季度财报显示,国际业务收入为1.2亿元,同比增长182.8%。百世表示,未来公司将持续在东南亚主要国家搭建快递网络,在泰国、越南建立业务优势后,今年还将拓展到其他东南亚国家。

第二个季度,似乎才是企业们真正秀出“肌肉”的时刻。百世集团董事长兼首席执行官周韶宁表示,进入二季度,百世所有业务均已恢复至正常水平。伴随着电商物流的持续增长,百世将专注于提升运营效率,精简营销和管理费用,从而巩固基本面,提高今年的盈利能力。北京商报记者 王晓然 何倩

## 餐企期待垃圾分类执法标准统一

北京生活垃圾分类条例正式实施已近满月,北京商报记者对不同业态的餐饮企业进行了走访。记者了解到,目前所有受访企业均已开始加大门店垃圾分类管理力度,但企业对于目前垃圾分类的具体措施仍存在不少困惑,成本压力与执行标准仍是政策实行过程中亟待解决的问题。

### 响应新政

北京商报记者在走访中发现,新政实施近一个月以来,不少餐企都做到了积极分类。不过,不同业态餐饮企业的垃圾分类难易程度并不相同,以堂食为例,快餐、咖啡、饮品店的垃圾分类难度较大,反而是更侧重服务、环境的正餐门店垃圾分类难度更小。

星巴克环宇荟店目前已经完成了垃圾分类的准备工作,对门店的垃圾桶进行了详细分类。原有的内藏式垃圾桶已经改成了“其他垃圾”,并且新增外摆了“可回收垃圾桶”“厨余垃圾桶”。

该门店负责人在接受北京商报记者采访时表示,“星巴克门店产生的厨余垃圾主要包括咖啡渣、茶叶等,但消费者基本接触不到这些。因为现在还是比较早期的阶段,关于星巴克使用的杯子、吸管、餐具应该怎么扔,很多消费者会产生疑问,所以现在每天还会有店内的工作人员对其他垃圾做进一步分类”。

在旺顺阁大望路店记者也看到,该店已经更换了垃圾房的垃圾桶,但其门店大厅内没有设置垃圾桶,店内堂食产生的垃圾全部由工作人员做垃圾分类。

旺顺阁大望路店店长张林林在接受北京商报记者采访时表示,旺顺阁从今年初起已经将外卖产品的包装从塑料餐盒换成了锡纸餐盒,塑料袋换成了纸袋,以减少塑料包材的使用,垃圾分类条例实施后旺顺阁也减少了外卖一次性餐具的提供,目前的重点在于门店员工的培训和流程优化方面。在垃圾清运方面,旺顺阁也已经做了相应的分类外包:“我们找了专门接收厨余垃圾的第三方每天清运门店产生的厨余垃圾,可回收的纸盒子、啤酒瓶也有专人进行回收,其他垃圾则根据相关规定进行统一清运。”张林林说道。

### 成本上涨

尽管垃圾分类实施效果显著,但许多餐饮企业对于垃圾分类、垃圾减量仍然有很多困惑。

首先是由垃圾分类产生的设备、人工等成本上涨的问题。一家在北京约有100家门店的餐饮企业告诉北京

商报记者,对于西式快餐来说,消费者来源涉及面广、文化层次千差万别,在大堂区域,消费者不能做好垃圾分类,给分类工作带来很大难度。在高峰时段,客流量大的情况下,如果每个垃圾桶旁都设置分类员,企业员工工时成本也会有所增加。

不少餐饮大型连锁品牌也有一定运作困难。一家在北京拥有97家门店的餐饮品牌表示,在疫情期间,餐饮企业在经营上存在一些压力,垃圾桶等垃圾分类设备是进行集中采购,做工和价格比较高,企业花销不小。

### 明确执法标准

另外,北京商报记者在采访过程中发现,不少餐饮企业在进行垃圾分类工作时,在执法标准、设备规格等方面还比较模糊。一家餐饮连锁企业表示,公司会对门店进行垃圾分类操作的培训,以便统一管理。但是在执法中遇到各地要求不统一,无法进行统一管理的问题。例如,近期垃圾分类检查时,有个别属地部门对目前餐厅使用不同颜色垃圾袋分类有异议,要求在大堂区域连接摆放四色大垃圾桶进行分类,此种摆放对于品牌风格、消费者用餐环境体验以及大堂空间狭小、食品安全方面均有较大影响。

一家连锁餐饮企业的相关负责人告诉北京商报记者,此前企业与相关部门沟通了解到,关于现有垃圾桶是否需要更换成新的四色垃圾桶的问题,得到的回复是可以继续使用现有的,然后陆续更换成四色的垃圾桶,对于在餐厅内摆放的垃圾桶规格没有要求。但是自从“五一”执行后,相关部门检查时则要求更换四色和120L的垃圾桶。

在处罚方面,某西式快餐品牌相关负责人表示,目前对于未按规定分类的企业进行处罚的具体金额并不知晓,如果企业在首次检查未合格,是否应该给予企业一次调整的机会?

另据一位西式快餐品牌相关负责人表示,餐饮企业目前仍然未能从疫情中恢复过来,企业面临着较为艰巨的恢复经营的压力,因此希望相关监管部门能够分阶段加强监管及处罚力度,让企业能将更多精力集中在疫后复苏方面,减轻企业的压力。

针对执法标准的问题,不少餐饮企业希望相关监管部门能够针对餐饮行业组织相应的座谈会,让企业参与到标准的制定,争取尽快确定制定适用于餐饮行业的执法标准、培训资料,帮助餐饮企业更好地落实垃圾分类的相关规定。北京商报记者 郭诗卉 郭缤璐

广告

# FCC 25周年庆典

## 中外企业文化

社庆特别报道:

故友新朋 话廿五情长; 朝花夕拾 著百年文章

为企业发展服务 —— 与企业成长同行

1995 | 2020 | Future...

微信公众号