

# 收购百世入圈淘宝 极兔到底图什么

数年亏损的百世终于迎来了接盘侠。10月29日晚间，极兔速递宣布以约68亿元完成对百世集团快递业务的收购。北京商报记者从多位从业者处获悉，如今极兔速递的件量正迎头赶上同行，短期内不会与百世并网。百世成熟的网络和团队是极兔速递的竞争跳板，也是其在低价打法被叫停后可选择的最快增长通道。更为重要的是，百世所连接的还有众多淘宝商家。从被禁止蹭网，到击败行业老手，极兔这只“兔子”已然进入行业深水区。尤其是在快递企业、资方以及电商企业之间存在诸多壁垒与隔阂时，通过资本运作介入对方领地，或许是实现弯道超车的便捷方式。

## 资源互补，找准空当见缝插针

“双11”期间，北京部分极兔速递的网点将迎来订单高峰。一位网点负责人介绍，目前网点的快递员达20人，日均配送量在300-400单左右，人均派送2-3个小区，预计大促期间将超过400单。上午6点开始分拣，一天两派，下午五六点左右能完工，主要是拼多多的包裹。”他说道。

在走访中北京商报记者了解到，部分极兔速递网点的派费在1.3-1.5元不等，以10000元左右的薪资扩招快递员。从2020年3月正式起网至今，极兔速递可谓策马狂奔。当前，其北京部分区域的网点密度与同行间的差距日益缩小。

例如在朝阳区，根据官网数据显示，极兔速递的网点数量达到32个，而圆通的数量为41个，中通为56个。在北京五环外的城郊区，极兔速递的网点数量甚至超过了一些老牌快递企业。一位居住在平谷区的消费者向北京商报记者表示，若是不在家，她通常会让快递员将包裹放置楼下的极兔速递网点进行保存。

“拼多多的用户集中在下沉市场，极兔速递需要将这些包裹送到，所以低线市场的网点更多，另一方面由于投入成本高，乡

镇区域还存在空白，极兔速递正好能在同行中见缝插针。”一位资深快递从业者如此解释。

不过，以资本运作吞下对手现有物流资源实现快速跃升，极兔速递很难拒绝互联网企业打法的诱惑。10月29日晚间，极兔速递宣布以约68亿元收购百世集团的快递业务，看中的便是百世积累的网络和团队。数据显示，截至2020年12月底，百世快递在全国拥有87个转运中心，超49000个末端网点。其中，以租赁为主的转运中心、车辆资产等占多数。

与此同时，百世近几年美股持续低迷，快递收入逐年缩水，过得颇为煎熬。今年不仅屡屡传出网点异常的情形，快递量在上半年也被顺丰和申通反超。财报显示，2021年二季度，百世净亏损为4.68亿元。

## 独立运作，间接攻入淘系

从目前来看，极兔速递并不想因收购一事影响“双11”期间的业务运转。一位百世的快递员向北京商报记者表示，据他了解，两家品牌是独立运作，在短期内不会进行并网行为；“双11”期间百世仍能正常投递。

历史总有相似之处。以收购汇通快递加速抢占快递市场份额的百世，或许也未曾料



到11年后相似的局面会发生在自己身上。然而，被极兔速递收入麾下能引发业内众议，最核心的焦点仍集中在阿里、极兔速递和拼多多的三角关系上。百世的大股东阿里，也在不断提升权重，截至2020年底，阿里对百世的表决权提升至46.7%。

这也意味着收购百世后，极兔速递有望首次承接淘宝的订单。在此之前，由于其和拼多多的暧昧关系，阿里始终未向极兔速递开放入口，包括末端的菜鸟驿站很多也未与极兔速递进行合作。一位在朝阳区派送的极兔快递员向北京商报记者表示，据他的经历，北京诸多菜鸟驿站不允许投放极兔的包裹，因此他通常选择投放菜鸟快递柜和丰巢，要么就送货上门。

事实上，例如京东未接入申通、百世，或是菜鸟驿站、妈妈驿站不接收顺丰的包裹等等，快递与电商平台，或是快递品牌之间的排

他性有多种因素影响。除了电商与快递间的资本连接站队，同行间的商业机密如面单上的客户信息、物品内容等，也是企业们觊觎和互斥的敏感地带。其次，由于快递与平台间的连带关系，快递时效性、稳定性是电商吸引商家、用户的重要环节。为了平台的整体服务质量，部分电商会优先甚至独家与某一个快递企业进行合作。

因此，当极兔速递的网络逐渐成熟，自然会渴求更多货源，以及更多末端投递接口。连接阿里的百世，便成为一个可突破的标的。这也意味着通达系企业将在淘宝上与极兔速递正面交锋。

## 提高占有率，摆脱低价竞争

“双品牌运作都是策略，百世汇通最后也被更名为百世了。在快递领域，双品牌运作容

易造成资源分散，但不排除极兔能找到一条路径。就像OPPO和vivo一样。”双喜咨询创始人龚福照认为，政策为极兔带来很多不确定性。极兔以低价很快起量快递业务，却被监管部门叫停。在强调高质量发展和行业内部盈利困难的情形下，低价抢市场不再是可持续的策略，收购便成为极兔加快市占率的重要举措。

在今年4月，极兔速递和百世因为涉及低价倾销被义乌邮政管理局点名，叫停两者部分分拨中心。上述资深快递从业者表示，两者低价的目的不同，极兔是为抢市场，而百世则是被逼无奈。百世的业务量被同行抢走，要是没有货，网络就运营不下去了，但低价也只能加剧亏损和网点动荡。”他解释道。

从整治低价无序竞争，到上涨0.1元派费保护快递员权益，快递企业正在调整策略来适应政策环境的变化。北京商报记者注意到，在“双11”前，圆通和中通分别取消或调整了部分指标。例如10月1日起，圆通针对网点的升级投诉、虚假签收、及时揽收等考核项目进行调减优化。而中通浙江省管理中心于10月底发布通告称，取消2021年四季度业务量考核处罚。与此同时，中通官网也进行了改版，更为突出产品差异化。

“今年‘双11’业内不想再进入无序价格战、扩产能的恶性循环，所以开始提价，企业也希望能在旺季保利润和股价，让网点不再为了完成指标去低价抢客户。预计旺季，快递价格也很难像过去般跌到1元以下，会在一定的区间稳一段时间。”龚福照表示。

10月29日，据国家邮政局统计，三季度以来，受末端派费上涨和成本上升等因素影响，快递单价呈现环比上升。其中，同城从7月的5.4元上升至9月的5.7元，异地从7月的5.5元上升至9月的5.6元，国际/港澳台从7月的61.7元上升至9月的63.2元。从地区来看，浙江、广东、河北、福建、河南等地均出现上涨，其中浙江快递价格连续三个月上涨。

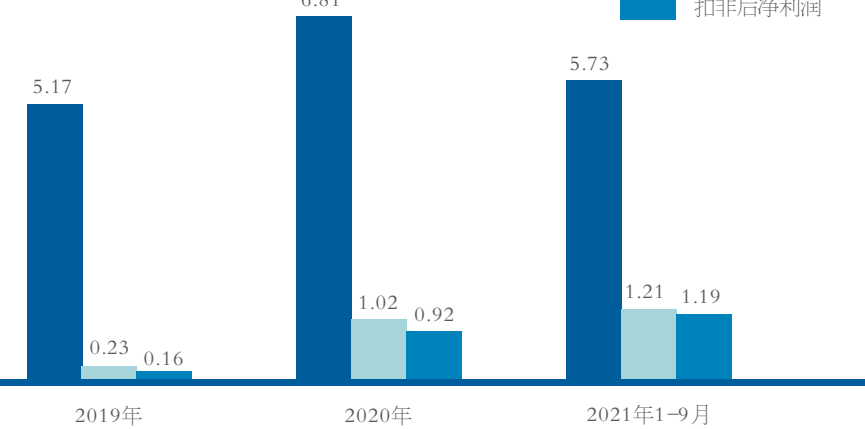
北京商报记者 何倩

# 豪赌游戏资产 蒂花之秀母公司能否再尝甜头

在2020年收购两游戏资产并助力业绩大增后，尝到并购甜头的蒂花之秀母公司名臣健康(002919)继续加码游戏资产。10月31日晚间，名臣健康公告称，公司拟以自有资金支付现金方式收购喀什奥术网络科技有限公司(以下简称“喀什奥术”)100%股权，标的作价2.19亿元。值得一提的是，名臣健康此次收购标的溢价高达1400倍。

名臣健康近两年及一期财务数据一览

(单位:亿元)



## 斥资2.19亿收购喀什奥术

10月31日晚间，名臣健康发布公告称，公司以自有资金支付现金方式收购喀什奥术100%股权。

据了解，喀什奥术成立于2020年12月18日，注册资本为100万元。喀什奥术设立时间较短，目前尚未盈利。主要承接了其母公司广州心源互动科技有限公司的部分游戏开发团队和相关游戏开发项目。目前喀什奥术在研产品主要是《镇魂街：天生为王》(暂定名)、《SS15项目》(产品名称待定，以“SS15”为项目代号)。

股权结构显示，喀什奥术为广州心源互动科技有限公司100%持股的企业。

根据福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司(以下简称“联合中和”)出具的资产评估报告，于评估基准日2021年9月30

日，喀什奥术采用资产基础法评估后的股东全部权益(净资产)评估值为人民币21922.74万元，参考估值结果，交易双方商定喀什奥术100%股权的作价结果为2.19亿元。

北京商报记者注意到，名臣健康此次收购喀什奥术溢价不低。喀什奥术截至2021年9月30日的股东全部权益(净资产)账面值为15.54万元，估值结果较账面股东全部权益(净资产)增值率为140972.97%。

对于标的增值率较高的原因，名臣健康给出两点解释：“一是由于标的公司固定资产增值15.2万元，主要系设备财务折旧年限短于评估所用经济可使用年限，导致有所增值。二是无形资产评估增值21892万元，主要系对被评估单位已签合同权益采用收益法评估后造成的增值”，名臣健康如是表示。

北京商报记者注意到，截至今年三季度末，名臣健康账面上的货币资金约1.76亿

元，不足以覆盖此次收购的全部对价。此次交易的钱从哪里来?北京商报记者致电名臣健康董秘办公室进行采访，但对方电话未有人接听。

## 交易方作出业绩承诺

虽说标的目前暂未盈利，不过交易方作出的业绩承诺口气不小。

据名臣健康公告显示，交易方承诺喀什奥术2021年10-12月、2022年度、2023年度、2024年度、2025年度累计实现净利润不低于21900万元。

名臣健康对于此次收购也寄予了厚望。名臣健康称，交易完成后，喀什奥术将成为公司的全资子公司。公司本次收购旨在扩充产品品类，增加储备产品，培育新的业绩增长点，同时大幅增厚人才储备，与现有游戏业务形成产业协同，为公司长期深耕游戏行业进

一步夯实基础。

在独立经济学家王赤坤看来，未来如标的公司未能如期完成在研产品的开发和运营，或者不能持续开发出有影响力的产品以满足市场需求，则标的公司的业绩可能出现较大波动。

名臣健康亦坦言，此次收购能否对喀什奥术实施有效整合，既保证上市公司对目标公司的控制力，又保持、增强其原有的竞争优势具有一定的不确定性，进而可能影响本次交易的最终效果。

投融资专家许小恒认为，网络游戏行业具有产品更新换代快、生命周期有限、用户偏好转换快等特点。游戏相关企业需要加大技术开发投入，紧跟行业技术发展趋势。若游戏行业的技术、产品等方面出现重大变革，而游戏企业未能跟上步伐，则可能导致产品未能满足市场需求而影响经营业绩；另一方面，用户信息安全和隐私保护也考验企业的管理能力，若出现疏忽，将可能对原有业务的用户体验、品牌形象等造成负面影响，间接影响企业的经营业绩。

## 并购游戏资产尝甜头

据了解，名臣健康成立于1994年，自成立以来一直扎根日化行业，是一家研发、生产、销售健康护理用品的企业，该公司的主要品牌包括蒂花之秀、美王、初萃、盈蔻、高新康效、依采、力效等，产品覆盖头发头皮健康护理、皮肤健康护理、口腔健康护理以及家居护理等，其中蒂花之秀和美王为公司的主打品牌。

随着日化专营店、电商零售、网红带货等

新兴业态发展，加之消费者对品牌黏性降低等不利因素，名臣健康所在的日化行业竞争日益加剧，公司业务发展面临瓶颈。

名臣健康于2020年8月收购海南华多网络科技有限公司100%股权、杭州雷焰网络科技有限公司100%股权，由此切入移动网络游戏行业。此次收购，也让名臣健康尝到了“蜜”果。

数据显示，2020年名臣健康实现的营业收入约6.81亿元，同比增长31.53%；对应实现的归属净利润约1.02亿元，同比增长343.04%。公司于2020年8月份以自有资金收购海南华多网络科技有限公司100%股权、杭州雷焰网络科技有限公司100%股权。自2020年9月起，两家公司纳入合并报表范围，保持了良好的经营态势，较大幅度增厚公司业绩”，名臣健康在2020年年报中如是表示。

今年前三季度名臣健康实现的归属净利润约1.21亿元。名臣健康称，截至目前，海南华多网络科技有限公司、杭州雷焰网络科技有限公司两家公司均为公司带来了可观的收益，2020年9-12月及2021年前三季度累计为公司贡献了合计17961.71万元净利润，已成为公司经营业绩主要来源。

“随着网络游戏行业逐渐进入成熟期，行业竞争日趋激烈。网络游戏以外的各种互联网文化创意细分产业的发展进一步加剧了外部竞争。同时，网络游戏用户不断成熟，用户对产品的品质要求也日趋提高。激烈的市场竞争，将会在产品、市场渠道等方面给公司发展带来挑战”，王赤坤如是表示。

北京商报记者 刘凤茹