

速递易寻接盘侠 中国邮政态度渐冷

近日,成都三泰控股集团股份有限公司(以下简称“三泰控股”)发布公告称,公司确定谋划中的子公司股权转让及增资事项构成重大资产重组。结合三泰控股近期发布的一系列公告来看,这个谋求重大资产重组的子公司应是速递易。业内人士对北京商报记者表示,中国邮政正打算入股速递易,但目前中国邮政态度逐渐冷淡。



入股被指鸡肋

2016年三泰控股发布的业绩报告显示,三泰控股因速递易等业务亏损超12亿元,亏损额同比扩大3245%。速递易方面表示,2016年因加大了对自身社区生活服务的宣传,占用了部分广告资源,同时由于探索新的广告运营模式,预留了部分广告资源,才导致广告收入减少;由于市场竞争加剧,为增强用户黏性,速递易在寄派件业务方面实施了优惠营销策略,收入也相应减少;由此造成速递易业务整体收入较上年同期减少。加之线下网点规模较大,整体设备折旧及运营费用增加,导致营业成本和费用较上年同期上升较大。

有业内消息传出,中国邮政正在洽



谈入股速递易,交易额约20亿元左右。有分析认为,中国邮政作为老牌国家队,接手同时有能力弥补亏空,但有一位接近该事项的业内人士对记者表示,目前有多家企业洽购速递易,但中国邮政方面的洽谈并不顺利,中国邮政态度逐渐冷淡。

如果中国邮政真的接盘速递易,那快递柜行业将会变得微妙,目前快递柜行业几大巨头显现,包括速递易、丰巢等,中国邮政旗下也有易邮柜。但由于前期投入较大,这些企业还都在投放布局阶段,快递柜收益甚微。中国邮政的介入可以使速递易弥补快递业务的短板,将来或许还会进行行业整合。

但快递专家赵小敏认为,“中国邮政自己已经铺设了足够多的快递柜,可以解决自身网点不足的系列问题,速递易对中国邮政旗下已有的资源而言属于重复业务,同时还需要额外填补多达12亿元的亏空。因此无论是入股三泰控股还是收购速递易,对中国邮政来说都不是好的策略,所以中国邮政完全不需要做这件事”。对此,北京商报记者联系中国邮政方面,截至记者发稿前,对方暂未做出回复。

盈利模式单一

三泰控股旗下拥有多个业务板块,而公众最熟悉的还是速递易,从2013年三泰控股加码快递柜业务开始,三泰控股的股份就从4元/股涨到40元/股,市值更是突破400亿元大关。作为最早介入“最后一公里”的公司,速递易一度成为快递柜行业的霸主。但好景不长,速递易单一的盈利模式也为它带来巨大亏损,据了解,速递易核心业务的盈利模式仅仅来源于广告收入。

2015年,速递易曾推出向快递员收取使用费的方案,但造成业务量的下滑;而2016年速递易曾尝试过向用户收费,不过收到了大量投诉。

事实上,智能快递柜的盈利模式成为行业痛点,很多快递柜企业都处于赔钱的状态,所以盈利模式也成为快递柜行业必须突破的瓶颈。据了解,目前一个智能快递柜的铺设大约需要3万-4万元,因此企业大面积铺设快递柜需要大量的资金。但中国用户对于额外交费认同度不高,快递柜企业还未能找到可行的盈利模式,不利于长远发展。丰巢负责人表示,丰巢在年初融资时设想的方案是通过快递柜业务

打造更多社区服务,就目前来说,丰巢也是通过基础业务以及广告售卖实现盈利。

赵小敏认为,目前快递柜行业还未形成一个良好的规模,大部分智能快递柜企业都处于严重亏损的状态,按照现在的规模,短时间内快递柜企业应该很难实现盈利。根据目前中国快递柜发展情况,直接向消费者收钱是很难实现的,需要跟快递企业、社区物业、金融机构、房地产公司和广告商等形成联盟的合作模式,才是较为长远的发展路径。

扩展功能是关键

赵小敏表示,快递柜行业发展前景无限,但不是一般的小企业可以涉及的,需要上下游产业链联盟打通。据相关机构统计,2014年我国智能快递柜的行业规模达到50.1亿元,并且根据2009-2014年数据,估算出2016年市场能达到近百亿元规模,而2017将大概率超过100亿元。

但智能快递柜在发展过程中也面临不少问题,例如此前报道的快递员霸柜占柜行为;部分小区在公共空地不予开放等。有业内人士曾建议,快递柜的发展方向应该是智能化的综合服务平台,功能应该走向多元化,例如可以通过快递柜订购火车票、飞机票、代缴水电物业费等,这样可以提升快递柜的使用价值。

赵小敏认为,如果快递柜将来都可以将收件业务扩展到寄件就可以解决部分问题。其实,各大快递柜企业也在努力将快递柜的功能从收件拓展至寄件。目前丰巢智能快递柜已经实现寄件功能,据了解,在寄件时,寄件人可以在手机上填写寄件人、收件人、双方地址等详细信息,并选择快递公司、物品类型、物品数量等参数,用户付费后,即可使用特定的隔间存放准备寄送的物品,但丰巢智能快递柜是按照体积算钱的价格较贵。

快递柜的发展还面临一个不容忽视的问题,那就是快递代收点。现在很多小区超市都开放了快递代收业务,为超市增加业务量;加之菜鸟驿站等平台的冲击,快递柜还有很长的路要走。

北京商报记者 吴文治 实习记者 陈韵哲

纯色技术让画质更纯正,创维推出新品电视Q7

历时两年,创维终于打造出迄今为止最接近OLED的液晶电视:AIR系列的Q7。这款新品搭载最新的纯色技术,既提升了色域,同时又能滤除杂光,保持色彩画质的纯正,让画面更真实。

全面屏、高亮黑、全金属

创维Q7工业设计上一大特色是颠覆传统视觉体验,采用了无框无缝的全面屏设计,使得屏占比相比普通电视扩大了许多,几乎感觉不到边框的存在,让视野不受限。同时,Q7采用全金属机身薄而坚韧,再加上背板鲨鱼鳍设计、中框钻石切割工艺,总体给人的感觉既精致细腻又沉稳大气。

真实画质:纯色技术

创维Q7配置LG Display原装4色4K屏体,支持HDR技术,而且是最高等的Dolby Vision。此外还具有4K MEMC+



运动画面防抖技术,有效解决4K运动画面不连贯的问题。

极速体验: 酷开系统5.8、DDR4内存

创维Q7采用酷开系统,专为电视研发,特点是速度快。酷开系统5.8版本在5.5版本的基础上,优化了系统架构,占用内存减少,配合全新的DDR4内存,进一步提升整体运行速度,为用户带来极致的操作体验。Q7的芯片是行业顶配的

30核,但这还不够,决定电视运行速度的还有内存,Q7用的是第四代内存DDR4,运行速度是第三代内存DDR3的2倍。

国际音质: JBL、智能三分频、超大腔体

创维电视中高端机型以配置JBL音响著称,Q7自然也不例外。而且Q7特别设计了超大的腔体,为普通超薄电视的2倍,腔体大声音才立体,声音更具立体感,使听者身临其境。Q7的JBL音响还采

用了发烧级音响才会使用的智能三分频技术,根据频段分别匹配高、中、低音扬声器独立发声,高音细腻丰富,中音清晰,低音震撼,各部分绝不混在一起,听起来更清晰立体。

赠送影视双VIP

创维Q7影视资源相当丰富,最惊人的是赠送了双VIP会员,价值498元的一年酷开影视VIP,以及价值198元的一年爱奇艺黄金VIP。VIP五屏通用:电视、手机、电脑、iPad、酷开VR端均可使用。资源海量且内容新鲜,想看《射雕英雄传》、爱奇艺自制剧?Q7的会员让你可以抢先看4集。而且会员可享专属网络,无需缓存高峰期也能流畅观看。

创维北京分公司总经理田书长表示,北京所有终端布局完成Q7新品上样,用户可以在终端完美体验超高清画质,目前已经开始接受终端销售,其中65 Q7售价11999元,55 Q7售价7999元,同步发售的新品Q8“中国梦”系列,更是拥有高品质4色HDR旗舰产品,欢迎广大消费者莅临全市各大家电卖场、专卖店选购。咨询电话:95105555