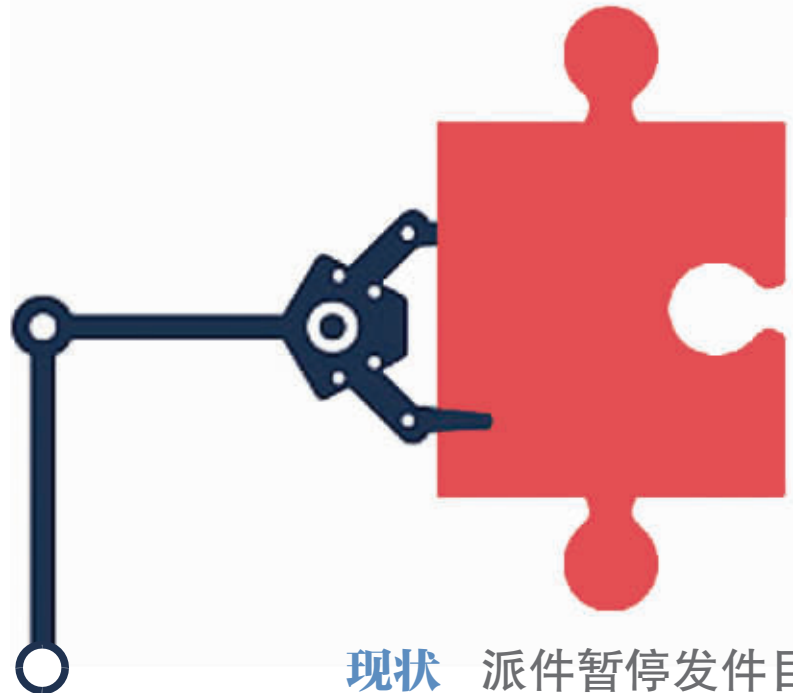
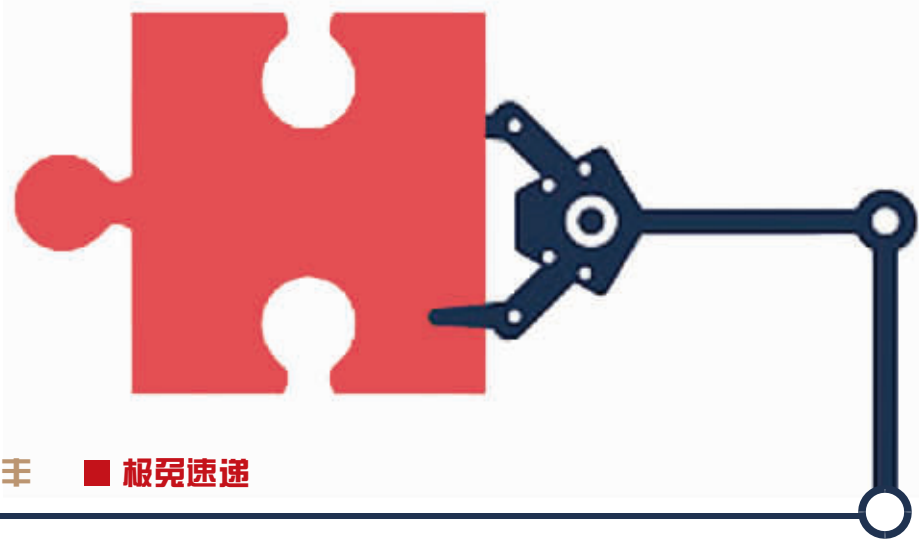


被卖的丰网：顺丰一把未刃即弃的刀



在顺丰宣布以11.83亿元将加盟制快递业务丰网速运卖给极兔速递后，5月14日，北京商报记者从多位丰网速运加盟商处独家了解到，全网加盟商派件业务自5月13日零时起暂停，由顺丰转接，但加盟商可以正常发件。

经营丰网速运这三年，顺丰始终摇摆犹豫在成本和盈利之间，难啃通达系快递擅长的电商小件市场。被收购的丰网速运将迎来怎样的命运？无论如何，当下顺丰和极兔必须解决的是如何转接加盟商资源以及网络与业务平稳融合的问题。



现状 派件暂停发件目前正常

一则从天而降的收购通知，让许多丰网速运的加盟商措手不及。5月14日，丰网速运江苏地区的二级加盟商王国庆（化名）向北京商报记者表示，5月12日晚间，他接到消息，5月13日起所有网点不再派件，但出件保持不变。同时，公司已经把快递单号回收了。

而根据一位加盟商发来的深圳丰网速运有限公司的通知截图，北京商报记者了解到，自2023年5月13日零时起，丰网速运的全部派件均由顺丰负责，来保障期间丰网速运网络的整体稳定性。加盟商可以按照丰网速运制定的相关出件计划进行出件，此期间网络所有出、派件的快件售后及客服，均由丰网速运进行有效保障，确保丰网速运网络的服务连贯性。

“派件暂停主要是公司怕加盟商扣下快件，丰网速运发件可以发到6月底。”另一位丰网速运加盟商李林

（化名）向北京商报记者称，据他了解，公司会退还加盟商的押金，可能会退还加盟费，但前期的投资也就打了水漂。

5月12日晚间，顺丰发布公告，下属控股子公司深圳市丰网控股有限公司（以下简称“丰网控股”）与极兔速递下属子公司深圳极兔供应链有限公司签署了《股权转让协议》，丰网控股拟以11.83亿元转让全资子公司深圳市丰网信息技术有限公司（以下简称“丰网信息”）100%股权。

而丰网信息下属全资子公司深圳丰网速运有限公司（以下简称“丰网速运”）便是业务的运营主体。天眼查信息显示，丰网速运成立于2020年4月。有意思的是，就在同年3月，极兔速递正式在中国市场起网运营。

很少有人料到，三年后，两家毫不相关的公司将通过“大鱼吃小鱼”的方式产生命运交集。

由来 要做加盟制快递的“鲑鱼”

若是回头看，丰网速运与极兔速递也有相似的地方，两家都是带着明星光环出生的。据过往媒体报道，丰网速运在2020年6月就获得了国家邮政局颁发的《全国快递业务经营许可证》，并在同年9月正式起网，提供快递服务。

这家以加盟制为特点的快递新品牌在招商时也被很多从业者视作香饽饽。《快递观察家》一篇写于2020年12月的报道称，丰网速运在福建的市级加盟费已经炒到50万元，县级加盟也炒到20万元左右，“就像追涨楼市的资本一样，越高越有人入局，并且一票难求”。

“有的区域投入了好几百万加盟费，差的也有几十万。”李林向北京商报记者说。加盟商抱着钱到处咨询丰网速运的招商人员，主要是被品牌溢价吸引。顺丰作为直营系的头部快递企业，网络管理和服务质量具备一定实力，又是首次在快递市场开放加盟，这很难不让加盟商动心，希望能跟着顺丰再赚一笔。

紧接着，加盟制快递品牌极兔速递裹挟着舆论风雨出现，其创始人李杰的OPPO工作背景，叠加幕后大佬段永平与拼多多创始人黄铮的微妙关系，使这家企业迅速挤入了公众视野。尽管无从得知丰网速运的出现，是否是顺丰迫于更多竞争对手压力所采取的防守策略，但业内人士普遍认为，丰网速运的使命就是成为顺丰插入中低端电商小件市场的一把尖刀，在通达系快递中再撕开一道口子。

在2020年的年报中，顺丰如此坦言两类模式的差异性：针对中高端电商市场，顺丰以直营优势，全面提升电商件时效及竞争力，提升客户体验。针对中低端电商市场，以加盟制网络的运营模式提供高性价比的产品服务，逐步扩大下沉市场份额，推动产能快速爬坡，降本增效。

丰网速运确实在抢夺低端市场起了一定效果。2019—2020年，顺丰的经济快递业务收入增速从32%跃升到64%，并在2021年还保持在54.7%。

历程 难敌长线价格竞争

王国庆加盟丰网速运快三年，他在江苏拿下了两块区域。“起网第一年，生意还不错，客户毕竟认可顺丰。”王国庆说，一级和二级网点的押金大约要50多万和20多万。

“顺丰的服务，通达的价格。”在发展初期，为了招揽商家合作提升业务量，不少丰网速运的加盟商将这句话挂在嘴边。一些商家也会在淘宝等商品页上特意把“顺丰发货”放大，又为了少花运费，用丰网速运发货。结果，矛盾出现了：很多用户在黑猫投诉上反馈顺丰发货时效慢、不送货上门、服务态度糟糕，但少有人清楚，自己手中的包裹是丰网速运承接的。

2020年股东大会上，顺丰董事长王卫也表达出委屈。他认为，电商客户选用的是顺丰特惠专配产品，而收件消费者并不清楚商家的选择，对这张快件的服务和时效仍抱有较高期望，“最后消费者骂我们”。

丰网速运对外称自己是一家独立的第三方品牌，与顺丰有深度协同，但在业务开展和市场运维等方面保持独立。可顺丰也忧虑于产品差异对中高端服务形象的连带影响。于是，经营一段时间后，北京商报记者注意到，丰网速运发出了一则《丰网寄件规范须知》，要求网点禁止收寄借用“顺丰包邮”名义下单的客户订单，网点接单打印不允许出现“丰网速运”“顺丰”“顺丰丰网”以及SF LOGO字样。

价格、成本与服务很难同时兼顾，丰网速运成了

顺丰掣肘中低端市场的一个典型案例。为了降低经营成本，丰网速运采取加盟制，也没有在中转和末端环节进行大规模投入，而是借用了一些顺丰现有的快递大网资源，使用转运中心和快递员派送。

按照顺丰的理想模式，电商特惠件是以填仓形式去做，公司作为底盘支撑，网络资源可以共享，让特惠件成长到规模效应释放出来，再用不同的基础设施独立运作。

但尴尬的地方在于，时效快递才是顺丰重要的收入来源。2020年，尽管经济快递收入猛增，但顺丰时效快递的收入占总收入比例为43.09%，比经济快递高出14.42%。

这也导致丰网速运在发展中束手束脚，必要的时候得靠边站腾出位置。王国庆向北京商报记者指出，特别是在“双11”等大促期间，公司系统限流，客户甚至打不出单子，“客户跟我说，人家要用丰网发货你们都不让发，结果去年几个大客户都取消与我合作了”。

货量做不上规模，快递成本便很难分摊下来，无法与通达系快递长期竞争。王国庆称，例如他的二级网点从一级网点拿货，一件快递要被抽走2.6元，而申通、韵达和中通分别为2元、2元和2.5元。“还别提车辆、人员的投入，成本高，价格就下不来，客户就抢不过别人。第二年我的网点就开始亏损，件量持续下滑，连一级网点的件量都比不上通达快递一个片区，后面的快件我都发不通了。”他说。

丰网速运 顺丰 极兔速递

2020年4月成立

极兔速递

2020年3月成立

2020年6月，获得《全国快递业务经营许可证》

2020年9月，正式起网，提供快递服务

2020年12月，曾有报道，丰网速运在福建的市级加盟费炒到50万元，县级加盟也炒到20万元左右

顺丰

2019—2020年 经济快递业务收入增速从32%跃升到64%，并在2021年还保持在54.7%

2021年，加盟站点自派城市达到142个，网络覆盖12个省

顺丰

2021年4月8日 顺丰发布公告，预计当年一季度净利润亏损9亿—11亿元，成本支出同比增长40%

2021年8月底 顺丰在投资者关系活动上称，下半年经营策略的第一优先级是严控丰网速运的亏损幅度

极兔速递

获得3轮融资，共计45.5亿美元，还以68亿元收购百世的国内快递业务，借此接入淘宝。极兔相关公司收购快递企业壹米滴答的全部股权

2022年，净亏损7.47亿元

顺丰

2021—2022年 经济快递收入增速从54.7%降至0.5%，占总收入比例从12.3%滑落到9.6%

极兔速递

2021—2022年 日均快递单量稳在了2000多万单区间

2022年6月 已实现日均破4000万单

2022年 接入京东

2023年一季度，净亏损达到了1.43亿元 负债高达21.3亿元

极兔速递

2023年2月 再一次被传出要在下半年赴港IPO的消息

2023年5月12日 顺丰宣布以11.83亿元将加盟制快递业务丰网速运卖给极兔速递

碰壁 盈利不及预期

但顺丰更忧心的是市场反应。

2021年4月8日晚间，顺丰发布公告，预计同年一季度净利润亏损9亿—11亿元，一时间股东们炸开了锅。次日，王卫在股东大会上道歉，表示类似的问题不会出现第二次。

人们担心的是，丰网速运会成为顺丰业绩的拖累。2021年一季度，顺丰的成本支出同比增长40%，并提及承压原因是“基于未来业务增速预期而前瞻性开展网络建设，但产能爬坡需要时间，规模效应尚未显现”。

盈利成为顺丰的当务之急。2021年8月底，顺丰在投资者关系活动上称，下半年经营策略的第一优先级是严控丰网速运的亏损幅度，短期内需要直营速运大网资源去支持，1—2年后丰网来反哺速运大网。同时，进一步加大加盟商自派比例，降低派件成本。

顺丰还试图推行“四网融通”，资源整合与协同速运大网、丰网、快运网络和仓储网络四个部分，来减少资源的重复建设和投入。2021年，丰网速运的加盟站点的自派城市达到142个，网络覆盖12个省。

然而，丰网速运已经撑不到能反哺顺丰的时候了。根据顺丰5月12日在出售公告中披露的财务数据，2022年，丰网净亏损7.47亿元。到了2023年一季度，其净亏损达到了1.43亿元，负债高达21.3亿元。同时，顺丰中低端电商件的阵地在萎缩。2021—2022年，经济快递收入增速从54.7%降至0.5%，占总收入比例从12.3%滑落到9.6%。

顺丰表示，公司将持续打造电商类快递产品，主打的“电商标快”产品稳健增长，可以满足客户在中高端经济型快递市场的多元化需求。

快递物流专家、贯铄资本CEO赵小敏认为，顺丰的优势在中高端的时效件市场，主要的产业链围绕这一点构建，今年的战略也是围绕“更健康地经营”来进行调整。对于加盟商的招揽、投入以及后期加盟商黏性的稳定，顺丰目前还没有能力做好管理。

行业 二线快递走向衰落

经营了三年，丰网速运成效依然不明显。甚至在运营两年多后，丰网速运才有了自己的品牌LOGO。但顺丰已然没有了耐心，作价11.83亿元选择脱手。李林向北京商报记者称，目前丰网速运的加盟商约2000人，日均件量在300万左右。

那么，丰网速运当前网络的资源规模有多少？加盟商的押金和加盟费会如何处理？极兔速递又将会如何融合丰网速运？对此，顺丰和极兔速递的相关负责人均未向北京商报记者回应。

一位资深快递从业者人士认为，极兔速递吞下丰网速运，一方面是减少竞争对手，快速获得快递经营许可证，同时又能获得加盟商等资源，而这些加盟商被顺丰筛选过，具备一定的经验和实力。

靠着融资和收购，极兔速递迅速在中国扩大规模。2021年，极兔速递获得3轮融资，共计45.5亿美元，还以68亿元收购了百世的国内快递业务，借此接入淘宝。极兔相关公司也一举收购快递企业壹米滴答的全部股权。近一年半时间，极兔速递的日均快递单量稳在了2000多万单区间。到了2022年6月，极兔速递已经实现日均破4000万单。在此之后，极兔速递又接入了京东。

今年2月，极兔速递再一次被传出要在下半年赴港IPO的消息。

“收购丰网，提高其在国内电商快件方面的盈利能力，或许能够进一步提升极兔的市场份额，也有助于提高其上市估值。”赵小敏认为，目前，二三线快递企业在资源投入和管理经验方面都有所欠缺，因此加速整合是行业的大趋势。

近几年来，曾经一度拿到数百亿元融资的天天快递、快捷快递、远成物流悉数停摆，优速、德邦、百世快递纷纷易主，留下的二线快递企业也在苟延残喘。今年2月，市场便传出宅急送全国百家网点关停的消息。随后，宅急送董事长王洪涛向媒体回应称，宅急送将回归供应链物流。

历史的相似性不禁让人唏嘘。据一些加盟商称，丰网速运里不乏来自百世的加盟商，如今却再次面临公司被收购的尴尬局面。若是参照百世快递的命运，未来丰网速运这一品牌名可能也会消失在人们的视野中。不仅如此，针对不同区域货量、路由资源利益，实现网络整合，丰网速运与极兔速递的加盟商也得坐下来谈判协商。

“今年8月底，我计划退出丰网速运，经营其他快递品牌了。”王国庆说。

北京商报记者 何倩 乔心怡