

快递网点成“烫手山芋”，纷纷转让无人接盘

◆一级网点转让, 有价无市

曾经吸引诸多投资的快递网点加盟,如今却成了“烫手山芋”。近日,记者通过闲鱼等二手平台发现,大量一级快递网点在转让,转让金额从几十万到数百万不等。但据业内人士透露,目前快递网点转让虽多,有价无市的情况却很常见。这一现象反映出,快递网点投资行情变了。原本“随便一做”就有市场的快递业务,如今已然陷入增长放缓阶段,利润空间也难拓展。而快递网点前几年在运能产能方面的投入巨大,阶段性能过剩让快递网点颇为棘手。加上各项考核加盟、罚款加重等情况,行业中也出现了网点与公司总部打官司的案例。

◆投资巨大, 增速不理想

过去几年,快递行业加速自动化布局以提高产能,除了完成快递公司总部的KPI考核,做得不错的快递网点亦借此扩大规模。但网点投资不是个小数目,动辄数百万甚至更高。为此,一些快递网点甚至要靠贷款维持运转。一位加盟商告诉记者,自己曾经只是一位快递员,后来有机会承包了深圳的一个片区,仅交了2万元押金就开始运作。随着淘宝的爆火,其业务越做越大。2011年斥资50多万元搬迁至新场地,2012年升级成为圆通的一级加盟商,之后继续扩建场地、投资设备等。好景不长,2014年随着市场竞争加剧,市场单价持续下降,盈利空间被压缩。2016年,该加盟商表示自己已经赚不到钱,靠贷款维持公司运作。2021年该加盟商最终以115万元的价格出售

◆经营思路待转变

快递加盟制让全国范围内的快递网络迅速搭建。根据国家邮政局公布的数据,2022年快递服务营业网点23.1万处,但在2007年,快递营业网点仅47万处。网点数量的迅速增加也吸引了大量人员,不仅是快递员,甚至有不少一线快递员逐渐成长为快递网点的老板。不过随着市场变化,行业波动愈发明显,网点过于密集、罚款加码带来的问题愈发突出。快递物流专家、货甄资本CEO赵小敏在接受记者采访时表示,过去这些年,为了最大程度上利用网点加盟解决总部资金流量的问题,快递公司总部把网点经营区域拆分得很散,导致快递网点数量严重过多。“未来三年快递网点会出现强势波动的局面,倒闭的概率很大,这种现象不只存在于某一家快递公司,而是所有的加盟制品牌都有可能出现这种情况。”赵小敏说。龚福照对此分析称,一方面是因为价格竞争很激烈,另一方面则是派费不断被压缩,总部考核越来越严格,投资回报不像原来那么高,但风险却在上涨,因此快递网点稍有不慎

◆一级网点转让, 有价无市

经过三十年的发展,快递加盟商构成了快递业“黄金时代”的底层架构。但今年以来,快递网点整体并购、转让、关停的情况比比皆是。记者在闲鱼等平台看到,当下出现了不少韵达一级网点转让的情况,转让金额可高达数百万元。此外,也有中通、极兔、申通等一级网点在转让。其中一家中通一级网点在接受记者咨询时表示,该网点的转让费550万元,且不可分期,日均派件和发件量均可达到22万件以上。在国内,为了方便管理,快递加盟制度衍变出一级网点、二级网点以及承包区等不同的经营权限,根据级别不同,加盟费也不相同。一级网点是投资力度最大的,所在区域也更具优势,在政策优惠、总部沟通等方面更有话语权。而二级网点则属于一级网点的分支,与一级网点签订合同,并向一级网点交件、取件。承包区的概念更为简单。这种小范围的承

◆投资巨大, 增速不理想

了投入高达上千万的快递网点固定资产,包括全自动化的集包工厂以及圆通的经营权等。在高额成本投入下,盈利下滑甚至入不敷出,也激化了一些快递网点与快递公司总部的矛盾。2021年,程晓一纸诉状将圆通告上法庭,要求其返还诸多不合理扣款。程晓在起诉状中写道,他所经营的公司是圆通《特许经营合同》的签约商户,但2018年10月双方签约后,圆通一方单方面增加或变更递件入港派送费、差额派送费、旺季加收费单价,致使其经营成本成倍增加,经济损失高达近1300万元。不过,2022年底,程晓败诉。该案件的审理法院认为,程晓对于圆通收取不合理费用没有充分举证,并且未及时对上述费用的调整提出异议。而圆通方面的费用调整有其合理性,因此不

◆经营思路待转变

就不挣钱。整体而言,现在快递网点的投资门槛越来越高。“懂行的能做这个事情,新手接单的话很可能就会亏钱。”龚福照认为,这些快递网点需要不断学习并提升自己的管理能力。赵小敏也表示,诸多加盟商还在用以前的思路运营网点,这在一定程度上会让行业必然进入大波动的阶段。他进一步表示,快递网点如何投资要看清当地的政策、年龄结构、产业发展等各种因素,最后才能做出是否投资的决定。现实也确实如此。随着市场整体上不及预期增长,快递公司常常会通过降低派费被价格战留足空间,但这也会给快递网点管理带来压力。此外,还有快递网点负责人告诉记者,快递公司的考核不太合理。“整体上我们公司还不错,但是最近也经常搞一些小动作,比如5月底的时候,突然提高了当月业务量考核。”该负责人说,本来5月份的业务量考核已经完成,但总部调高业务量之后,考核就通不过,按照相关规定,网点就会面临罚款。上述多种情况的发生,让加盟商与快递公司总部的关系变得紧张。从去年至今,有地方陆续

◆一级网点转让, 有价无市

包可以只局限于某几个小区,网点老板为了简化管理,直接把招聘快递员的模式改为承包制。不过,这类加盟商几乎没有什么话语权。一位快递承包商告诉记者,之前就因为网点拖欠工资,同时又没有与网点签署正规的协议,最终无法要回应结款项,只能退出承包,并自掏腰包给自己管理的几位快递员发工资。对于快递网点转让的情况,双壹咨询公司总经理、快递行业专家龚福照在接受记者采访时说:“一些经营得还不错的网点,通常转让价格很高,即便有人愿意接收也很难拿出这么多钱。还有一些网点经营状态不好,总部品牌不佳,这些网点即便低价出手也卖不出去。”因此,一些网点负责人听到可能被并购或市场波动传闻,甚至会考虑以零转让费的方式把网点处理掉。除了主动转让以外,还有网点因为行业并购

◆投资巨大, 增速不理想

了投入高达上千万的快递网点固定资产,包括全自动化的集包工厂以及圆通的经营权等。在高额成本投入下,盈利下滑甚至入不敷出,也激化了一些快递网点与快递公司总部的矛盾。2021年,程晓一纸诉状将圆通告上法庭,要求其返还诸多不合理扣款。程晓在起诉状中写道,他所经营的公司是圆通《特许经营合同》的签约商户,但2018年10月双方签约后,圆通一方单方面增加或变更递件入港派送费、差额派送费、旺季加收费单价,致使其经营成本成倍增加,经济损失高达近1300万元。不过,2022年底,程晓败诉。该案件的审理法院认为,程晓对于圆通收取不合理费用没有充分举证,并且未及时对上述费用的调整提出异议。而圆通方面的费用调整有其合理性,因此不

◆经营思路待转变

就不挣钱。整体而言,现在快递网点的投资门槛越来越高。“懂行的能做这个事情,新手接单的话很可能就会亏钱。”龚福照认为,这些快递网点需要不断学习并提升自己的管理能力。赵小敏也表示,诸多加盟商还在用以前的思路运营网点,这在一定程度上会让行业必然进入大波动的阶段。他进一步表示,快递网点如何投资要看清当地的政策、年龄结构、产业发展等各种因素,最后才能做出是否投资的决定。现实也确实如此。随着市场整体上不及预期增长,快递公司常常会通过降低派费被价格战留足空间,但这也会给快递网点管理带来压力。此外,还有快递网点负责人告诉记者,快递公司的考核不太合理。“整体上我们公司还不错,但是最近也经常搞一些小动作,比如5月底的时候,突然提高了当月业务量考核。”该负责人说,本来5月份的业务量考核已经完成,但总部调高业务量之后,考核就通不过,按照相关规定,网点就会面临罚款。上述多种情况的发生,让加盟商与快递公司总部的关系变得紧张。从去年至今,有地方陆续

◆一级网点转让, 有价无市

而舍弃原本的业务。5月中旬,顺丰宣布将把旗下子公司丰网出售给极兔,一些加盟商面临被整合的情况。位于河北邯郸的秦女士经营一家丰网,在赔偿尚未落地之前,秦女士也考虑过加入丰网的买家——极兔。但据她了解,极兔在当地的网点布局已经非常充分,可拓展的空余市场有限。最终,秦女士选择接受丰网补偿,并转而经营起另一品牌的快递网点。2021年秋,极兔还收购了百世的国内快递业务。在这两起并购案下,快递网点之间的整合加速。据自媒体《豹变》报道,有加盟商透露称,30%的丰网一级加盟商此前是百世快递网点加盟商,已经经历了一轮整合,如果此次丰网再被整合,这些加盟商所经营的丰网、极兔2家快递品牌将变为一家,资产会因此缩水,品牌价值也会减半。

◆投资巨大, 增速不理想

支持程晓要求圆通方面返还相关费用的诉求。与总部打官司的加盟商不止程晓一个。但据程晓了解,绝大部分的加盟商都败诉了,其原因与二者之间的协议不完善直接相关。据记者多方了解,在加盟商与总部签订的经营权协议中,派费、出港费、罚款等各项费用均未明确,并标注会根据情况调整。快递业增长乏力的情况还在持续。过去几年,快递公司和网点在自动化分拣设备、转运中心、干线运输等多个领域增加运能产能,这种布局通常具有前瞻性,即考虑未来四、五年的市场需求。同时也容易形成阶段性过剩,快递行业的竞争也将进一步白热化,价格战依旧难以退出快递行业的舞台。受此影响,快递加盟商们很难突破盈利困局。

◆经营思路待转变

有网点停运、不满总部以罚代管的情况出现。为了缓解矛盾,韵达、申通、圆通等快递公司总部都在采取措施,试图拉近与加盟商之间的关系。6月10日,韵达在义乌召集200多个快递网点开会。对于未来的发展,韵达方面表示要继续推进网络质效提升工作、提升网络能力和服务水平、通过数字化建设提升韵达全网、全链路服务体验。圆通方面则自2022年起,将“分公司数字化标准化”定位为“一号工程”,数字化赋能从总部正式下沉到分公司,为加盟分公司解决经营问题。比如在财务、人事、客服等方面,圆通自主研发了数字化系统“网点管家”,帮助分公司更科学清晰地掌握自身经营情况,全面提高管理能力及服务质量。截至目前,圆通全网在使用“财务系统”的分公司已达85%以上。有加盟商也确实从中获得经验。公开资料显示,浙江一家加盟公司成立十余年来长期处于亏损,在使用财务系统三个月后,各项指标排名从排名倒数攀升到全省前列。不过,快递公司的改变能否真正解决行业问题,仍有待检验。综合

暑期游接档端午节 文旅消费持续“升温”

端午小长假收官,文旅消费叠加暑期开启“升温”模式。2023年端午节假期,文化和旅游行业复苏势头强劲,全国假日市场总体安全平稳有序。其中,国内游需求占大头,以近郊、周边游为主,约占78%;Z时代成为旅游风向标,文化旅游、玩水游占比高。相较刚过去的“五一”假期,端午期间由于大部分地区气温升高,水上乐园和避暑类景区更受游客欢迎。无锡融创海世界、宁海哩呀罗水上乐园、北京水立方嬉水乐园、清远古龙峡漂流国际漂流赛场、广州长隆水上乐园、金华横岗泡泡水上乐园等人气大增。此外游客对文旅消费需求增长趋势明显,民俗体验、赏龙舟比赛、文娱演出、文博访古等景区热度高涨。今年端午成为名副其实的“五年來最火端午”,给旅游市场重新步入增长轨道的第一个半年画上了圆满的句号。同时,由于今年端午临近暑期,在亲子、毕业生等群体的带动下,暑期旅游市场将提前开启,释放积蓄已久的旅游消费潜力。

拼假出游: 长短线均火热

尽管端午小长假仅3天,短途周边游升温,但也出现拼假情况提前引爆暑期长线出游热潮。驴妈妈旅游网携手奇创旅游集团发布《2023端午假期出游总结报告》显示,今年端午假期以中短途游为主,行程短、交通方便的周边游预订火爆,亲子游仍是周边游的“主角”,3小时自驾圈、2小时高铁圈成为家长们的不二之选。青岛、南通、上海、珠海、苏州、威海、广州、湖州、无锡、黄山成为十大周边游热门目的地。数据也显示,国内长线游中增长迅速,上海、北京游客最会玩,不少上班族通过请3天短假巧变8天长假的方式拼假出游。国内长线游中,大理、北京、张家界、桂林、三亚、漳州、呼伦贝尔、包头、恩施、乌鲁木齐最受青睐,跟团游在长线出行中成为主流,小团、深度、定制化趋势更明显。特别的是,社交媒体上“00后”引领旅游潮流,但旅游消费力依然由“90后”扛旗,国内长线游中“90后”占半数以上,消费潜力高、能花钱、会花钱成为“90后”出游标签。



端午节小长假期间众多游客前往青岛大学路网红墙“打卡”。记者 盛军 摄

随着夏季来临,远方的景色更具吸引力,草原游、星空游、避暑游、美食游受游客欢迎。和“五一”相比,西北地区和热门避暑胜地热度攀升。作为今年上半年最后一个小长假,端午节出境游市场加速回温。很多游客选择“拼假”出境感受异国风情,出境游人气较“五一”期间有较大提升。短途出境游仍是端午小长假的主旋律,中国香港、中国澳门占出境游主要目的地,其次是日本以及泰国、新加坡等国家。以海岛、滨海度假著名的国家在这个炎热的夏天也迎来飞速增长,其中,泰国、印尼、马来西亚、越南等东南亚国家预订相较往年人气更胜。出境游产品方面,香港迪士尼乐园、香港昂坪360缆车、香港太平山缆车、澳门观光旅游塔、日本环球影城等销量火爆。值得一提的是,数据显示近一个月,预约新疆当地向导的订单金额环比上涨95%。端午假期,新疆当地租车订单同比增长430%。“近两周旅客明显增多,近期每天都会工作到凌晨一两点,甚至已经有游客预订了国庆假期的订

单。携程金牌向导肖兵向记者表示,由于临近暑期,最近自己的客人中,95后、00后年轻人居多,同时这些旅客对旅游的品质需求和情绪诉求更高。“很多年轻旅客认为,出来玩并不是简单的景点打卡。平时除了带领游客参观以外,我们还会提供私藏的小众景点攻略、筛选专业旅拍师,以满足游客的情绪价值为先。”

避暑游、毕业游开启暑期档

在今年上半年主要节假日出游情况中,端午假期平均单日出游0.35亿人次,次于“五一”和春节假期;平均单日收入12437亿元,高于清明和元旦假期,但低于春节和“五一”假期。同程旅行数据显示,2023年国内跨城用车订单占比由去年的18%提升到31%。跨城用车需求主要集中在长三角、珠三角、川渝、京津冀等城市群之间,上海、成都、长沙、南京、广州是用车需求最旺盛的城市,其中,上海和南京用车订单同比增长

超过390%。相比“五一”假期300公里以上用车需求占比偏高,端午假期的用车需求相对集中在80-160公里的短途出行,订单占比为28%。而随着7月份进入暑期,传统旅游旺季正式开启。截至6月13日,携程数据显示,从暑期机票搜索情况看,国内机票搜索热度同比增长240%,超过2019年的25.3%,暑期出境机票搜索热度也超过2019年同期水平。携程研究院表示,暑期将大概率延续“五一”小长假旅游大火的态势,并将呈现出亲子游、学生游等多点开花的特点,长线游、出境游占比也有望进一步提高。马蜂窝方面也表示,进入6月,“国内避暑”相关搜索内容在马蜂窝站内涨幅高达150%。夏季有限的法定节假日让“周边避暑”成为“工作党”的出行主流,草原则是今夏“顶流”目的地,各地草原游平均热度上涨超过100%。年轻人对“多巴胺”的偏爱从穿搭蔓延到旅行,五彩斑斓的“多巴胺”美景成为他们出行的首选目标。相关数据显示,高考后一周考生旅游人数较成绩出后一周的数量多出353%。高中毕业生受出成绩报志愿影响,截至目前出游预订量少于大学毕业生。当前大学毕业生的国内旅游订单量比高中毕业生多276%,大学生出境游订单量比高考生多536%。今年以来,旅游业新增注册相关企业已超208万家。但需注意的是,供给端要契合市场需求。中国旅游协会休闲度假分会秘书长曾博伟指出,旅游企业可更多发展的关键在于不断创新产品,以此来吸引更多游客。中航证券最新研报指出,端午假期及暑期旅游旺季临近,叠加旅客消费热情高涨以及旅行资源全面恢复,旅游市场预计步入预期增强和供应匹配的新增长阶段,预计国内旅游情况可能达到甚至超过3年前同期水平。此前即有分析人士向记者表示,短期内报复性出游会拉动旅游业强势复苏,但是回归理性,在市场大环境发生变化之下,如何推出强有力的产品,抓住消费者,且能够做到增收同时增利是产业链上下游共同面临的挑战。供稿:《21世纪经济报道》