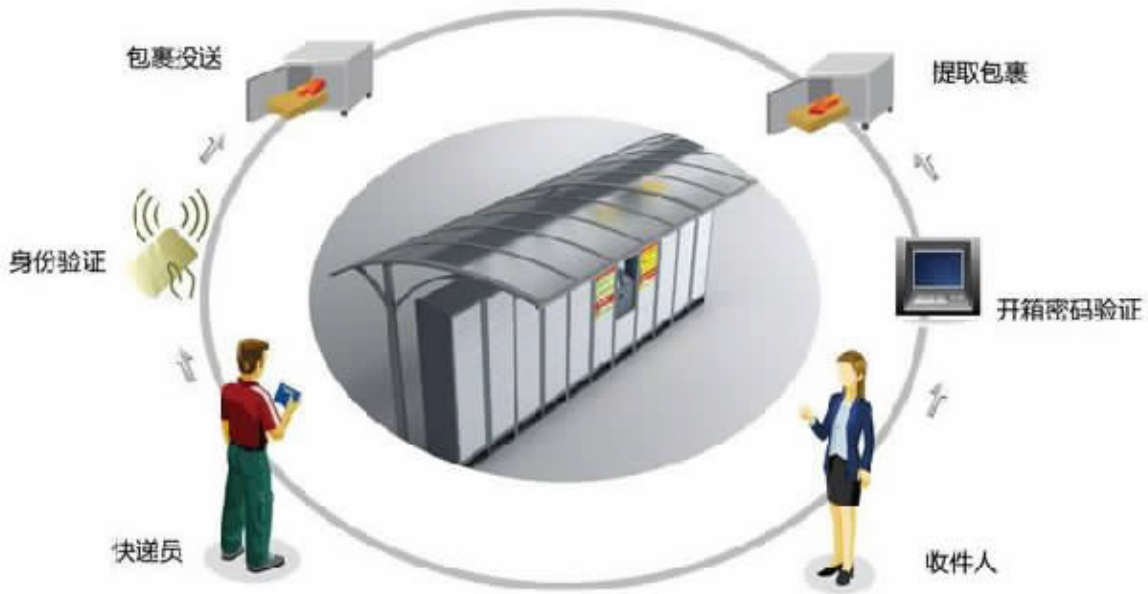
各路资本追逐“智能快递柜” 专家:赔钱只为圈地少运营



1 市场蛋糕诱人

随着快递寄取的便捷程度成为消费者关注的重点，被称为快递业“最后100米”的智能快递柜开始站上风口，成为各路资本追逐的对象。

近日，有消息称，通过与邮政建立战略合作，苏宁已在广州部署了将近200台自提柜。在此之前，速递易的母公司*ST三泰6月8日晚间发布公告称，继中国邮政和复星之后，新增与菜鸟签订初步合作意向书。分析师韩轶超表示，之前的丰(丰巢科技)鸟(菜鸟网络）之争实质上就是信息、端口、流量、平台和用户的竞争。目前，菜鸟网络对全网的大仓储、移动端、菜鸟驿站等进行了布局，但在智能快递柜等末端配送环节相对缺失，因此菜鸟快速做出反应，入股目前智能快递柜端口最多的速递易。韩轶超说，通过调研发现，智能快递柜所承接的包裹量分别占2015年和2016年快递行业总包裹量的2.2%和6.8%，2017年预计占比将达11%，增速明显。

对此，*ST三泰表示，业内预计，到2020年，快递入柜率有望达20%，即日入柜量达6000万单，对应快递柜格口需求约为7600万个(假设投件率为80%)，需求增长9.5倍。若入柜率达到30%，需要快递柜格口约1.12亿个，需求增长14倍，市场需求及潜力巨大。

国家邮政局的监测数据显示，2016年快递业务量完成312.83亿件，同比增长51.40%。预计到2017年，我国快递业务量将达到438亿件；2020年快递业务完成总量不低于1022亿单，2016年至2020年的复合增长率将高达34.44%。

2 成本高企亏损难抑

因众多企业跟风进入，目前智能快递柜市场竞争进入白热化。韩轶超表示，智能快递柜成本包括场地租金、设备折旧、铺设代理佣金、维护维修和电费网费等运维费用。早期，场地租金成本较小，一般不超过2000元。但之后由于多家企业参与竞争，一套智能柜一年的场地租金飙升至8000元，使得单个格口的租金成本达到了0.6元，成本较高。

有业内人士称，目前一个智能快递柜的成本大约为1.8万元至6万元。此外，智能快递柜还涉及进小区和写字楼的租赁费、占地成本以及后期的维护、线路改造、与物业沟通等多个范畴的成本，但其使用寿命仅有2年到3年，运营一个智能快递柜的成本不低。再加上为了争夺用户，快递柜大多都是免费使用，一出一进之间，智能快递柜企业亏损严重，资本承压。

正因为如此，*ST三泰2015年曾两度募资投向“速递易业务”，输血超50亿元。但结果却是2015年、2016年连续两年大幅亏损。其中，仅速递易的主导方——成都我来啦网络科技有限公司的净利润亏损就达5亿元。

而由顺丰、申通、中通、韵达等快递巨头共同投资的丰巢科技，初期投资额为5亿元。今年1月5日，丰巢科技再次获得鼎晖领投，国开、钟鼎、熠遥跟投的25亿元A轮融资。虽有资本加持，但丰巢同样难逃亏损怪圈。顺丰控股发布的2016年年报显示，丰巢科技去年营业收入为2173.97万元，但亏损达2.36亿元。

“

从丰鸟之争，到*ST三泰发布公告称将转让全资子公司“速递易”的部分股权及增资，智能快递柜行业再次成为焦点。随着丰巢科技、京东自提柜、苏宁、中集e栈、日日顺乐家、收件宝、格格货栈、深圳一号柜、乐栈、鸟箱、近邻宝、派速魔方、收货宝等五花八门的项目纷纷进入，智能快递柜市场渐变红海。

3 行业将迎洗牌期

业界认为，智能快递柜行业接下来将进入新的发展阶段——提高行业整体运营效率，进行产业整合，并制定出一套切实可行的商业模式。

资料显示，我国的智能快递柜行业从2012年开始起步，2013年进入快速发展期。目前，智能快递柜市场主要由电商系、物流平台和第三方平台三方占据，其中电商系企业主要是京东和苏宁易购；属于物流平台的企业主要有丰巢科技、中集e栈等；而速递易、邻近宝等都为第三方平台所有。

但正由于企业众多，竞争激烈，智能快递柜行业如今仍处于孤岛状态，无法形成联动效应。业内人士表示，目前来看，一线城市的社区和街道基本上都设置了智能快递柜。不过从整体上看，各企业投放模式较为粗放，纯粹是为了跑马圈地，并未将网点布局的合理性与适用性作为优先选项予以考虑，更谈不上后期的运营。这样一来，就出现了智能快递柜与社区、物业乃至电商其他环节完全隔绝的局面，快递柜仅仅是作为一个投放存储点而存在的，犹如一个孤岛，无法联动物流的其他环节和参与者产生更大的商业价值。

不过，随着丰巢、速递易等企业的扩张，智能快递柜市场或将提前进入洗牌期。上述业内人士表示，智能快递柜行业正告别“唯体量论”时代，而“蜜月期”过后必然会迎来“阵痛”。

韩轶超称，目前快递柜处于行业早期，竞争激烈。与此相对应，末端社区等场景出现快递员哄抬智能柜价格、抢格口现象，表明快递员和主流城市用户对智能快递柜的接受度已经很高。韩轶超认为，智能快递柜的发展满足了快递员的需求，帮助快递员提高了效率，使其收入有所提高。同时，通过细分用户，智能快递柜的投放效率也比电视广告要高，定位更精准。此外，通过搭建新的、密度型的网格化、本地化互联网平台，智能快递柜未来可以将线下流量转换成线上流量，创造出不可估算的价值。

■来源于经济参考报