



3月11日,申通快递发布公告称,阿里巴巴将投资46.65亿元,入股其控股股东上海德股权投资控股有限公司(以下简称“德股权投资”)。截至目前,阿里巴巴已完成对圆通、中通、申通、百世等四家快递公司的战略投资。在新零售战略的推进下,阿里巴巴对于物流行业的效率和质量要求也在不断提高,其目的是践行“24小时必达”。在揽入申通后,阿里巴巴又将如何对传统物流进行改造?

战略投资还是智能化“动刀”传统物流

阿里46亿入股申通 快递行业格局生变?

快递行业毛利率下滑
阿里入局能否改善

3

1 资本投入,已持有圆通、中通、百世汇通股份

对于传统效率低下的物流行业来说,业务对电商的依赖难以割舍。

去年9月,申通快递与eBay正式展开合作,申通为eBay提供从国内揽收、分拣、航空运输、清关等各环节的服务。按照合作协议,申通提供的服务主要是负责开通eBay项目城市的快件揽收服务,再交给当地转运中心。双方合作的背景是,申通希望扩大品牌在国际的知名度,并拓展国际业务。而另一个尴尬的局面是,申通快递在阿里系快递中的占比在

不断降低。中信证券研报显示,2013年3月,申通在阿里系的市场份额占比高达26%,到2017年2月,这一数字降为13%。

逐渐下降的占有率,可以看出,阿里巴巴对于申通的主营业务影响巨大。事实上,在过去的几年中,阿里巴巴在入股其他快递公司后,后者在降低快递成本、提高盈利上已经获得了收益,行业成本的年复合递减率接近了17%。以中通快递为例,2018年第三季度净利润10.6亿元,同比增长47.7%。

接近菜鸟的人士向记者透露,中国快递已经超过500亿件,正迈向下一个500亿件,未来靠任何一家物流公司都不可能独自承接。“阿里和菜鸟想要打造四通八达的物流网络,让全国24小时必达更快实现。过去五年,全国平均揽签时效,已经从4天以上提速到2.5天,未来还会进一步让物流骨干网和毛细血管全面打通。”

目前,阿里系持有圆通快递17.03%股份,持有中通快递8.43%股份,持有百世汇通27.79%股份。

2 “智能化”改造,用户体验将得到改善

阿里系平台一直是中国快递业的巨大推手,占据快递行业业务量比重高达70%左右。据悉,中国快递量占全世界规模的40%以上,超过了美国、日本、欧盟等经济体的总和。去年天猫双11,单日物流订单量,也从1.52亿增长到10.42亿。

在线消费早已成为国民生活习惯。单从轻工小快件领域来看,阿里巴巴已经布局了百通达系的半壁江山。另外,在跨境物流方面,2016年7月,菜鸟网络投资递四方,此举是提升跨境物流服务的重要举措。随后,菜鸟网络又相继投资三泰控股旗下子公司、晟邦物流、北领科技等。尤其是在2018年7月11日,菜鸟网络还宣布以众包业务和其他业务资源,以及2.9亿美元现金战

略投资即时物流平台点我达,成为其控股股东。

至此,菜鸟网络在跨境物流、小件物流、即时物流以及冷链等领域均有了完善的布局。在2018年全球智慧物流峰会上,菜鸟网络总裁万霖宣布,菜鸟全面启动物流IoT战略,加大在物联网技术领域的投入,这是未来技术发展的重要方向。

马云判断,“过去的20年,很多工作把人变成了机器。而未来的20年,我们将会把机器变成人。”为此,阿里巴巴和菜鸟网络计划投资上千亿元,建设国家智能物流骨干网,通过智能、协同为制造业创造利润空间。贯铄企业管理CEO、快递物流专家赵小敏在接受记者采访时认为,阿里巴巴入股申通,用户的购物体验

会得到明显改善。“阿里巴巴这几年从电子面单到云端到自动化,再到快递员的收派件、快递柜,都有政策性的变化。另外一点,三通一达谁也不比谁领先多少,申通的业务量在短时间内会有很大的上涨。”

不过,对于两家公司之间具体的融合与合作模式,阿里巴巴官方并没有透露更多。在赵小敏看来,过去申通在技术层面的投入太少,且在上市快递公司中排名最后一位。“短时间内对品牌提升和业务量肯定会有变化,至少加盟商有信心了。但是,最终怎么样,要落实到自身网络的稳定性,以及公司经营和服务能力。如果这三者没有本质的变化,市场也会回归到原来的样子。”

受到这一消息刺激后,申通快递股价一字板涨停。目前,国内上市的快递公司市值都已经达到最顶点。行业仍在快速向上的通道中,但是盈利能力却凸显出瓶颈。

1月3日,国家邮政局党组书记、局长马军胜在2019年全国邮政管理工作会议上预计,2019年,我国快递业务量将完成600亿件,同比增长20%;业务收入将完成7150亿元,同比增长19%。

但是,快递单价却不涨反降,从2011年的20.65元/件,逐渐下滑至2018年的11.90元/件。中金公司此前发布的快递行业数据显示,快递行业毛利率已从2007年约30%的水平,下滑至5%-10%。

阿里巴巴入局后能否改善这一现状?此外,四通一达在与顺丰快递的竞争上,是否存在同质化?中国物流学会特约研究员杨达卿在接受记者采访时认为,单纯入股快递公司并不是阿里最根本的目的,它是希望借此形成集群效应,形成协同、开放的平台,以此将价值观和服务诉求、数据能力传达给快递企业。在效率、成本提升后,从而节约运营成本,使快递公司获得更高的收益。

而在赵小敏看来,只有物流公司和上下游公司,融入到了阿里的智能骨干网体系后,运转才能更加高效。“就像拼多多也不一定自建物流平台,毕竟成本跟五六年前已经完全不同了。现在的趋势是尽可能联盟、结合、融合,既有良性竞争,又你中有我我中有你,这才是未来中国物流的趋势。”

综合21世纪经济报道、新浪新闻等

