

無懼群龍封殺令 日攬千萬訂單 快遞混戰升溫 極兔藉拼多多突圍

原以為隨着七大快遞公司的上市，內地快遞行業競爭已經塵埃落定，誰料到，進入2020年，半年間出現3張快遞網，且個個身價不凡——與拼多多「關係曖昧」的極兔、京東系的眾郵，以及順豐系的豐網，重新點燃了快遞行業的競爭風雲。在雙11這場兵家必爭之役的推動下，新舊巨頭的廝殺烈度也在急劇升溫。

購物節下看快遞業(下)

大公報記者 俞書杭州報道

10月19日，繼申通、圓通之後，韻達在內網發布了《關於全網禁止代理極兔業務的通知》，正式封殺極兔速遞。據了解，這家源自東南亞的快遞企業，幕後老闆是OPPO印尼公司的創始人李傑，與拼多多創始人黃崢同為段永平的「學生」。自今年3月正式在中國開展業務以來，一路攻城略地，以極低的價格爭奪快遞市場，目前已經實現了全國省市的100%覆蓋。

不足一年覆蓋全國

雖然極兔未對外公布目前的訂單量，但記者從多處信源了解到，今年9月極兔的日訂單量已經穩定在1000萬單以上。從0到1000萬單，極兔僅用了7個月，而同為快遞企業的百世則花了15年。此外，多位極兔加盟商及快遞業人士表示，極兔總部的新一輪融資已在籌備當中，融資規模百億元（人民幣，下同）級別，投資方包括多個風投基金，紅杉資本「勉強擠進前十」。

這隻橫空出世的「東南亞兔子」，是如何應對雙11？11月4日下午，記者來到了位於杭州下城區莫衙營170號的極兔速遞杭州武林網點，眼前並沒有看到想像中的快遞如山的景象，網點裏零星地放着幾箱準備出貨的湧泉蜜桔，顯得偌大的快遞站有些空曠。

「武林網點開業一年多，有20多位專職收派員，現在正是送貨的高峰期，除了我跟一位客服留守，其他人都送快遞去了。」極兔速遞杭州武林網點的主管隨心告訴記者，今年雙11比往年提前，所以這幾天收派員已經開始忙碌起來了。「差不多一天要送兩三千單，主要是拼多多和直播電商的貨為主。」

拼多多快件佔逾八成

作為一位多年在淘寶上購物的消費者，記者常常會為服飾類商品購買運費險，一旦試穿後覺得不合適，退換貨即可自動理賠，理賠金額基本可以覆蓋退貨的運費。因此，當記者問及是否能通過極兔退回淘寶商品時，隨心坦言，目前極兔還未接入淘系平台。「如果你通過極兔退貨，物流單號在淘寶上是無法查到的，只有賣家收到退貨後，才能確認退款，而不能提前賠付。」

對於將來是否能接入淘系平台的問題，極兔給了記者一份頗為官方的回應：「極兔速遞自今年3月份在起網以來，目前已經與包括蘇寧易購、拼多多、當當網、抖音、快手和蘑菇街等在內的

14家主流電商平台達成合作。我們始終秉持着開放共贏的態度，持續推動與更多的電商平台達成合作，服務更廣闊人群的快遞寄收需求。」

雖然極兔對外多次否認拼多多是其「幕後金主」，但據極兔加盟商透露，目前派送的快件中超過80%是來自拼多多的商品，「來自拼多多的派件，撐起了我們的基本盤。」在外界看來，極兔速遞正是拼多多體系中，缺少的那部分物流能力。

極兔為何在今年殺入早已巨頭環視的中國快遞市場，其創始人李傑曾在公開場合說：「儘管很多人都說中國快遞競爭慘烈，但現在哪個行業競爭不慘烈呢？」5年前，當人們以為中國的電商市場大局已定，但拼多多卻憑藉社交拼團成功突圍，迅速崛起成為中國三大電商平台之一。「時間永遠不晚。」

大灑金錢招聘收派員

收派員、訂單量、物流網絡可是快遞行業三大支柱。雙11前後，記者在百度貼吧、BOSS直聘、58同城等平台中，均能看到極兔速遞大量招人的信息。在隨心的朋友圈裏，幾乎隔幾天就能看到招聘啟事，其中收派員的薪資在6000至12000元之間，試用期1個月能拿到保底工資5500元，次月起為底薪+派費提成的模式，綜合收入在8000至12000元之間，並享受每月260元的車貼，是幾個招聘的崗位裏最高的。「只要有吃苦、有客源，我們肯定是招的，而且多多益善。」

一位匿名的極兔收派員告訴記者，極兔給出的派送費遠高出通達系，因此招攬了不少來自通達系的一線收派員。

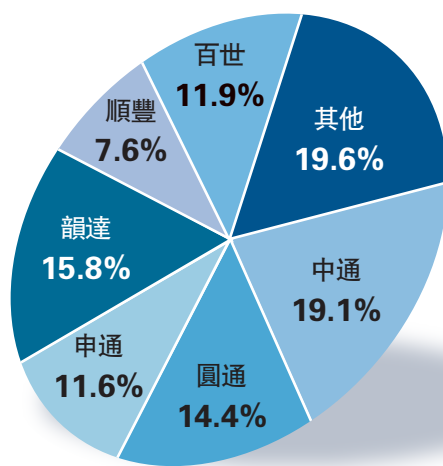


隨心在朋友圈展示的極兔訂單
大公報記者手機截圖



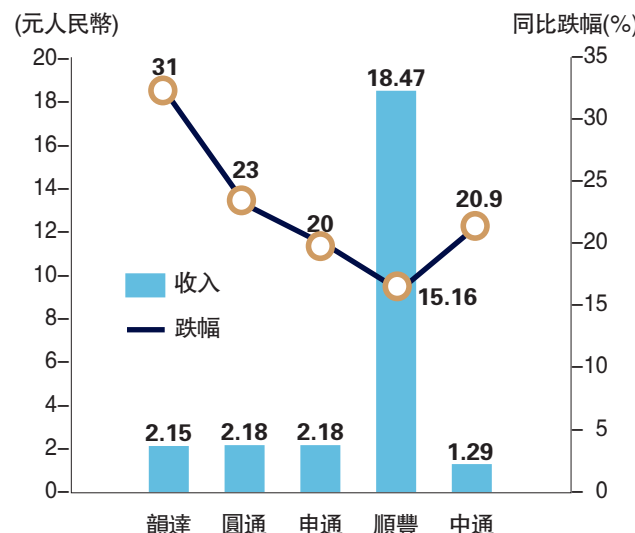
雙11期間，收派員忙個不停
大公報記者前畫攝

六大快遞企業去年包裹量佔比



數據來源：艾瑞諮詢、中商產業研究院整理

單票收入急跌



數據來源：各快遞公司公告

大門燒錢 巨頭融資拉長戰線

競爭激烈

往年雙11快遞集體提價，但今年由於順豐豐網、京東眾郵、極兔三家新興公司擠入，行業再次被帶回到價格戰的窠臼當中。據了解，眾郵在10月1日推出了一項1.5元（人民幣，下同）發全國的優惠政策，而更早前，極兔已採用了大規模「燒錢」模式，在價格戰戰場上奮力廝殺。

在位於杭州西湖區五常港路195號的極兔速遞杭州西溪網點裏，極兔曾貼出過他們的價目表：同城散單計費重量最低5元，省內6元；3000票以上的大客戶能低至2元和2.2元。這是對外的價格，實際比這更低。記者了解到，由於西溪網點的客戶以電商賣家為主，最低甚至能給到1.8至2元，基本上已經是「賠本賺吆喝」了。

不過，雖然收派件不賺錢，但加盟極兔並不會虧本，因為總部會根據各網點的派送時效、簽收成功率、好評率等，給予網點不同程度的補貼，來維持更低的收派件價格。極兔速遞杭州武林網點主管隨心否認了「地板價攬件」的傳聞，但他也坦言：「如果你把快遞拿到網點來寄，江浙滬計費重量我們最低只收6元，還是要實惠一點的。」

企業利潤率逐年跌

國家郵政局數據顯示，今年9月，全國快遞服務企業業務量完成80.9億件，業務收入完成824.3億元，同比分別增長44.6%及27%。然而，快遞企業的

利潤率卻是逐年下降。同年9月的業績報告中，圓通、申通單票收入同為2.18元，則分別同比下降20.38%、22.7%；韻達單票收入則下降31.31%至2.15元。

為了拉長戰線進行狙擊，傳統巨頭也進行了資本布局。在8至9月，多家通達系快遞公司陸續進行了資本市場操作——圓通速遞擬非公開發行A股股票，募集資金總額45億元，還向阿里轉讓12%股權，轉讓金額總計約66億元；中通則在9月29日登陸港交所，募集資金超過90億港元。

中國銀河證券研究院10月26日發布的研報認為，基於今年市場集中度持續高位回調趨勢，可以發現「黑馬」極兔速遞對行業巨頭份額的分蝕效應，價格戰下的惡劣市場競爭格局，或被迫延遲。疊加考慮極兔背靠拼多多，而拼多多份額快速擴張，在份額競爭中，為極兔再添一臂之力，這對於市佔率排名第四、第五的申通、百世，或構成較為不利的因素。



▲業界採用了大規模「燒錢」模式，在價格戰戰場上奮力廝殺

網點派送承壓 快遞罷工成熱話

人員流失

新入局者來勢洶洶，使得佔據市場過半數份額的通達系，日子並不好過，不得不採用價格戰來維持競爭力，但以價換量的代價必然是利潤下滑。而利潤下滑的一個後果，是給快遞員的派費下降，進而影響員工工作積極性，損害服務速度和質素。臨近雙11，網絡不斷傳出「多家快遞員工因工資問題罷工」的消息，「快遞罷工」甚至一度成為微博熱議話題。

「今年10月初，我在淘寶買了一箱石榴，快遞走到距離我家不到3公里的地方，竟然被退回了。聯繫了賣家，賣家讓我去電配送員，打過去卻是空號。」消費者小吳告訴記者，自己買的東西到了眼前卻又退回了發貨地，輾轉聯繫到快遞客服，被告知是因為當地快遞網點停運。

有媒體報道，百世快遞深圳龍崗區二部的業務員近期集體辭職，百世快遞瀘州多個快遞網點3個月沒發工資，網點「癱瘓」近半個月。此外，雙11前

夕，「四通一達」均被爆出運營異常的消息，涉及湖南、四川、江蘇、上海等多個省市，運營情況多標註為「網點異常」、「快件積壓嚴重」、「無人配送」等。

經常跑記者區的中通快遞收派員小江表示，因為接入了淘系平台，「每天淘寶的退貨訂單都能吃個半飽」，但一到雙11這樣的大促季節，過量的訂單對一線收派員而言，簡直是一場「不可能完成的任務」。小江感慨道，由於菜鳥裏有「2小時上門」的選項，一旦訂單要求2小時內收件，如果遲到就要罰款，顧客投訴也要罰款，一次罰款100至200元人民幣，那小半天就白幹了。

「以往雙11我們網點還會招兵買馬，今年招臨時工了，畢竟臨時工對派件的路線不熟悉，一天只能派幾十件，效率太低。」小江說，他們網點的20多位收派員要負責方圓3公里的所有客戶，既要收件，也要派件，壓力真的很大。「我有同事在雙11之前辭職了，說是轉行去送外賣，收入還能高一些。」

快遞員有話說

匿名的極兔收派員

- 「我現在平均派一單可以拿0.7元人民幣，比我認識的其他公司的收派員高出不少。」
- 「我在杭州的派送費還不算高，聽說某些鄉鎮網點可以達到1元人民幣以上，這價格挺令人震驚，畢竟現在行業的平均派送費不到0.4元人民幣。」

中通快遞員小江

- 「我現在最怕的，就是菜鳥裏『你有新的訂單來了』的聲音響起。」
- 「這一週我每天早上5點起床，到網點分揀件，6點多就開始出門收派件了，一直要忙到晚上12點以後，幾乎是躺到床上，還沒來得及脫鞋就睡着了。」簡直是一場不可能完成的任務。
- 「我有同事在雙11之前辭職了，說是轉行去送外賣，收入還能高一些。」

大公報記者俞書製表

價格戰失靈 轉入科技競爭

專家點評

「眼下，中國快遞業的價格戰，已經到了敵我不分的程度，殺敵一千自損九百。」快遞專家趙小敏接受採訪時表示，過去十幾年間，中國快遞企業的迅速崛起，是建立在廉價勞動力、大眾強烈的購買力和經濟快速發展上的。

趙小敏說：「以價換市是快遞業內最簡單直接的競爭策略，在電商增速放緩的大背景下，快遞企業之間的

競爭趨於同質化，從而依靠不斷壓低價格來爭奪市場。」

「現在正是矛盾集中爆發的時段，預計未來8至10個月，行業價格戰將迎來臨界點。」趙小敏認為，當無論價格多低，業務量增速都低於三成時，價格戰策略就面臨失靈了。與此同時，價格戰帶來的網點連續波動、人員流失、現金流緊張，也讓企業不堪重負，拉低企業乃至整個行業的服務質素。

「第一輪依靠體力勞動和原始資本的初級競爭早已結束，如今已經進入第二輪競爭，冷鏈、供應鏈、鄉村振興、國際化等，都需要高投入和鏈條建設。」趙小敏指出，在第二輪競爭中，科學技術要素作為新的生產力工具，將與快遞行業實現深度融合，傳統生產組織和用戶服務方式也將發生變化。「科技水平將成為新的壁壘，持續推進企業核心商業模式創新。」