

1公斤內貨物 包運新疆西藏

狂燒200億 攻快遞



●極兔在上海的一家網點。
香港文匯報記者孔雯瓊 攝

極兔3元送全國

極兔速遞以超低價搶客，運費最低不足1元人民幣。

資本攪局

一單快遞的運費可以有多便宜？資本無序競爭發展到白熱化階段，往往刷新普通人的認知。內地新近崛起的快遞公司「極兔速遞」以超低價搶客，運費最低降至不足1元（人民幣，下同），據內地媒體估算，短短10個月已狂燒200億元。不惜血本的搶單方式令整個快遞行業遭受巨大衝擊，老牌的四通一達（申通快遞、圓通速遞、中通快遞、百世匯通、韻達）加上順豐，這原有的六大快遞全被拖入低價泥潭，紛紛自降標準比拚誰更便宜。不少分析批評，如此不合理的低價最終將導致快遞公司加劇虧損，大量快遞員薪酬被壓榨，對全行業的破壞性極強。目前已有地方政府叫停了這類非理性的價格戰。

●香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

一個人在上海花3元可以走多遠？共享單車可以租借30分鐘騎行約5公里，地鐵可以走上3、4個站，基本6公里；公交車能走得更遠，跑遍上海市區。除此之外，3元可能無法跑得再遠了。直到香港文匯報記者來到上海一家快遞站，裏面的報價刷新了普通人的認知。

邊遠地區 成本10元都不止

「實不相瞞，3元錢，1公斤內，對於你這樣量小商戶的單子，我們可以從上海送到新疆西藏，4,000多公里。」記者在極兔一家上海的網點，看到門口一輛貨運卡車停放着，車廂內堆着不少快遞貨件，一名開網店的小生意人正在詢問快遞價格，網點負責人向對方伸出三根手指反覆比劃，強調只需花3元，就可以讓所託運的貨物走遍全國包括偏遠地區。就日前上海市場上票單數量在千以內的批發快遞行情而言，一般同城的報價3元，出了城就得6元左右，更別提新疆西藏這種偏遠地區，10元都不一定夠。而極兔給出3元報價，明顯比所有同行的價格低得多。

「3元走全國」其實還不是極兔的極限，因上述報價未能第一時間打動詢價者，網點負責人隨後高聲補充，「如果你每天票單量多的話，價格好商量的，可以更便宜。」至於價格到底可以壓到多少，該負責人表示要視票單數來決定，並未提供具體報價。

上海一票快遞的價格尚且低至3

元，那小商品聚集地就更是低得讓人大跌眼鏡了。記者從一家在浙江義烏做皮帶生意的小工廠處了解到，每天寄出大量快遞單的商戶，得到的報價遠低於3元，該小型工廠因為是老闆娘朱女士親自上陣組織發貨，所以相當了解市價。她向記者透露，「我們這裏市面上絕大多數的快遞，包括四通一達，1.5元是市場行情，這個是淡季價。遇到618那種購物旺季，價格通常會上浮到2.8元左右。」

小物件訂單 僅需8毛錢

「不過今年春節後的一段時間，曾經有過幾毛錢的價格，我遇到過極兔給出這樣的報價，當時就是一群快遞公司搶生意，價格從1.5元開始一毛一毛的往下降，如果量多，每單有幾分錢空間也會有快遞員搶着上，那場面真是見所未見。」談及遇到過最便宜的價格，朱女士表示，「如果貨物比較小，重量又輕，好比我要給客戶補發一個皮帶扣那種沒超過巴掌大小的貨，極兔8毛錢一單也發過的。」

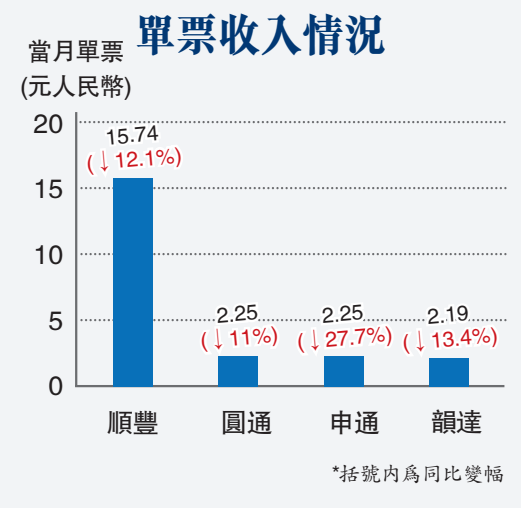
朱女士回憶道，之前1.5元已經是市場公認格，但極兔的8毛，很快打破原有的規則。「當時去發貨，起碼5家快遞公司的人圍着我，因為有極兔帶頭低價，本來我們那裏的圓通、申通那種開始要1.6元一單的公司，後來都拚命地降低價格，想招攬我們去呢。後來有些小物件，不少大型快遞公司也都肯8毛錢發貨呢，明顯是看齊極兔。」

去年7家上市快遞公司盈利情況

公司	盈利/虧損 (億元*)	較上年同期 (%)
盈利上升		
順豐	73.26	26.39
圓通	17.67	5.94
德邦	5.64	74.39
盈利下降		
中通	43.12	-24
韻達	14.04	-46.94
申通	0.36	-97.42
虧損		
百世	20.51	836

資料來源：各公司財報 註：貨幣單位為人民幣

今年3月部分快遞公司單票收入情況



順豐還擊 豐巢智能櫃減價五成



因價格戰持續，快遞行業內捲現象嚴重，近期多家快遞上市公司發布了2021年一季度業績及2020年財報。從整體情況來看，快遞行業整體存憂。截至香港文匯報記者發稿，已發布一季業績的快遞上市公司有2家出現虧損，2020年有4家公司盈利負增長，1家虧損。據順豐發布一季財報顯示，公司2021年第一季度歸淨利潤虧損約9.89億元（人民幣，下同），是上市以來首個虧損財季。順豐控股董事長王衛承認虧損超出了預期，並向股東道歉。順豐給出的兩大虧損理由：一是成本增加；其二是同行競爭加劇。申通快遞日子同樣不好過，2021年首季虧損8,952.15萬元，去年同期則盈利5,836.13萬元。

掀行業價格戰 百世蝕20億

其他公司業績也都全線下降，申通去年淨利潤同比减少24%至43.12億元；韻達減少46.94%至14.04億元。



●路過快遞櫃的快遞員。
香港文匯報記者孔雯瓊 攝

元；申通僅0.36億元，大跌97.42%。百世更錄得巨虧20.51億元，相較上年同期虧損2.19億元，虧損幅度擴大836%。

值得一提的是，百世亦是今年帶頭發起價格戰的快遞公司，並同樣遭到義烏郵政管理局的處罰。據義烏當地商戶回憶，原本市場上公認的1.5元一單的價格，正是由百世率先打破，第一個給出1.2元的價格，由此引發極兔快速跟進並再次降價，最後市場上出現8毛錢一單的生意，並最終將所有快遞企業全部拖下水，齊齊開始低價的混戰。順豐的某些服務降價幅度高達五成，比如去年6月推出的一項豐巢智能櫃上線「送到櫃」寄件服務，記者昨日在豐巢智能櫃小程序裏看到，原本順豐的同城隔日快遞件，1公斤內的需要12元，但在這項服務裏，最低僅需6元即可。

快遞收入下降 服務質量縮水

低價不僅使得企業蒙受損失，同時還壓榨了快遞員。數據統計顯示，快遞業務平均單價從2007年的每件28.5元快速下滑至2020年的每件10.55元。超過五成快遞員月入不足5,000元，月入超過1萬元的僅佔1.3%。目前不少快遞員一單派送費已經低至了1元左右，為了養家糊口，他們只能盡量多地派件，過半快遞員需每天送貨100件以上，但服務質量相應嚴重縮水。

快遞員為在巨量派件任務中求生存，常常會不經客戶允許將東西放在寄放櫃。這就導致消費者不滿，在網上平台增加了大量「派件時間遲」、「送的東西失蹤了」、「不負責亂送」等吐槽。

義烏發警示函禁「低價傾銷」



極兔的低價模式對市場帶來較大衝擊，已經引起不少地方政府重視。4月9日，義烏郵政管理局向極兔下發警示函，要求其不得「低價傾銷」，主要處罰措施是停運部分分撥中心，並已經即日執行。分析人士認為，低價攪局使得原本效益不高的快遞市場面臨風險，監管層有必要及時出手，令全行業的發展趨向健康有序。

專家：低價擾市場公平競爭

網經社電子商務研究中心特約研究員、電子商務與物流領域法律專家李曉曦律師在接受香港文匯報記者採訪時表示，極兔的低價行為目的在於搶佔市場，是互聯網行業慣用的入場手法。通過較低價格，也就是所謂的「燒錢」方式，可以搶佔一部分對成本敏感的客戶群體，從而快速攻佔市場份額，這亦是後入局者常用的招數之一。

有快遞網點承包商向記者表示，競爭一旦激烈，就會通過過貼來維持在市場的一席之地。「總部會給每個網點指定需要完成的量，量完成的前提下才給予返點，有時為了湊量，真的一些快遞就自掏腰包給發貨的。」多個跡象顯示，極兔正是通過價格戰在跑量，但低價跑

量並非每個承包者可以承受的，記者在致電一些極兔官網上的網點時，就有人表示「賺不到錢，已經不做了。」

李曉曦指，低價競爭屬於於不正當競爭的範圍，快遞行業本就競爭較為激烈，價格已經被壓低很多，這個時候再低價攪局，會進一步擾亂市場的公平競爭，其後果不僅會促使某些中小快遞行業的出局，更可能讓行業面臨較大的風險。

受罰後極兔價格貼近行情

處在風口浪尖的極兔，在義烏郵政的警告函下有了收斂，不僅官網上向散客的寄件價格和菜鳥系快遞（申通、圓通、中通、韻達）價格已經一致，且面對商戶的價格亦略有上調。記者詢問了商戶多家極兔網點，如果量過萬的話每單1元還能不能做？幾乎所有網點負責人都表示，「就算量再多，現在1元一單肯定做不了。」有商戶透露，處罰過後極兔提供的價格一般在1.5元、1.6元左右，和其他快遞差不多。但此陣風波平穩後，極兔是否還有價格調整，目前就不可預知了。

狂燒錢谷公司估值 極兔擬赴美上市



極兔曾一度被誤以為是拼多多系快遞，遭到後者極力否認並撇清關係。但據內地多個媒體報道，極兔有八成業務量來自於拼多多，且有極兔網點向香港文匯報記者表示，「（我們）對接不了淘系（淘寶、天貓）和京東，發拼多多最多。」

八成訂單來自拼多多

經常網購拼多多的消費者都曾發現，在發貨的物流裏，十有八九都會遇到來自極兔的派送。特別是一些幾元（人民幣，下同）包郵，甚至5毛錢包郵的產品裏，物流信息都會顯示「兔小哥（極兔快遞員）正在為你派送中」。極兔因此一度被外界貼上「拼多多系快遞」的標籤。

不過拼多多曾數次發布聲明，澄清與極兔速遞無特殊合作、無投資關係。同時，針對極兔部分網點、工作人員在開發客戶過程中，向商家散發「拼多多訂單使用極兔速遞發貨可以免除虛假發貨相關處罰、被處罰機率低」、「有拼多多投資、雙方有特殊合作關係」等不實消息，拼多多給予提高業務合作保證金等處罰。

儘管拼多多極力撇清，但消費者普遍認為，二者之間存在不清的關係。有極兔網點明確告訴香港文匯報記者，「我們發不了淘寶、天貓、京東這三家電商的貨，後台根本沒有對接，拼多多倒是可以發貨。」事實上，今年1月，內地電子商務新聞網站《億邦動力》就報道稱「極兔超過80%的單量來自於拼多多」，到了今年4月數據進一步擴大，據騰訊旗下《稜鏡》報道，「極兔代理商透露，極兔現在90%以上的單量

來自於拼多多」。

資本老手在背後操作

另據公開資料顯示，極兔創始人李傑是OPPO印尼的前CEO，而OPPO是步步高系，某種意義上極兔也可以被視為步步高系孵化的品牌。另外，拼多多創始人黃輝的天使投資人中，其中一個亦正是步步高創始人段永平。

據多家內地媒體報道，極兔每天的虧損額高達上千萬元，短短10個月虧損額超過200億元。瘋狂燒錢的背後，是資本的強力支持。目前極兔已完成了一筆18億美元的融資，由博裕資本領投5.8億美元，紅杉資本和高瓊同時跟投，投後估值達到78億美元。另據彭博報道，極兔還計劃在美國上市，募資額超過10億美元，IPO最早可能在今年第四季度進行。