

一季度快递平均单价创历史同期新低

# 快递业以价换量能走多远

本报记者 吉蕾蕾

包邮,是吸引不少消费者网购的一个重要因素。而包邮的背后,实则是快递企业刀锋相见的比拼。

近年来,我国快递年业务量以每年递增100亿件的速度持续高速增长。国家邮政局预计,2021年全年快递业务量将超过950亿件。为了抢占市场份额,以价换量成了快递企业的主要手段。面对日趋激烈的竞争,快递业除了拼价格还能拼什么?行业发展之路该怎么走?

## 平均单价持续下滑

近日,国家邮政局公布的2021年一季度邮政行业运行报告显示,一季度,全国快递服务企业业务量累计完成219.3亿件,同比增长75.0%;业务收入累计完成2237.7亿元,同比增长45.9%。

“邮政快递业开局良好,增长远超预期。”国家邮政局相关负责人表示,快递业之所以继续在高位增长区间运行,不仅得益于我国经济成功摆脱疫情影响,还得益于我国强大的国内消费能力、消费市场加快线上线下融合发展、城市及农村等下沉市场增长较快。多方面因素使得快递市场获得了新的规模扩张。

值得关注的是,一季度,快递业务量与收入增速差达29.1个百分点,为近5年来最大;快递单票价格持续下降,行业快递平均单价从2007年的28.50元/件快速下滑至2020年的10.55元/件,一季度的平均单价仅为10.2元/件,远低于上年同期和四季度均价,创历史同期新低。

“快递单票价格不断下降的主要原因在于这些年快递行业竞争的加剧。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君分析说,快递公司对于供应链上下游来讲皆处于被动的弱势地位,一方面,当前,我国快递需求量巨大,但供给相对同质化,供应链上下游都在向快递行业挤压,电商商家与电商平台利用快递行业本身主体众多、竞争激烈之势,对快递具有相对高的议价权;另一方面,下游消费者对快递服务无更高的品质差异感,特别对于电商件来讲,消费者大多是随意购随意退,成本较低。

此外,占快递业务量较大比例的电商快递增速较快,且电商快递竞争同质化严重,价格竞争成为电商快递扩大份额的主要手段。

竞争激烈的结果,就是单票收入的不断下降。圆通速递、顺丰控股和韵达股份相继发布的3月份业绩简报也显示,尽管业务量均保持了良好增长态势,但单票收入均有所下降,分别为2.25元,同比下降11.03%;15.74元,同比下降12.12%;2.19元,同比下降13.44%。

近日,住房和城乡建设部等16部门联合印发《关于加快发展数字家庭 提高居住品质的指导意见》,要求加快发展数字家庭,提高居住品质,改善人居环境。

《意见》提出的发展目标是,到2025年底,构建比较完备的数字家庭标准体系;新建全装修住宅和社区配套设施,全面具备通信连接能力,拥有必要的智能产品;既有住宅和社区配套设施,拥有一定的智能产品,数字化改造初见成效;初步形成房地产开发、产品研发生产、运营服务等有序发展的数字家庭产业生态;健康、教育、娱乐、医疗、健身、智慧广电及其他数字家庭生活服务系统较为完善。

数字家庭是以住宅为载体,利用物联网、云计算、大数据、移动通信、人工智能等新一代信息技术,实现系统平台、家居产品的互联互通,满足用户信息获取和使用的数字化家庭生活服务系统。近年来,信息技术发展迅速,数字家庭的功能和服务内容不断扩充,但还存在发展不平衡、住宅和社区配套设施智能化水平不高、产品系统互联互通不够等问题。

在国务院发展研究中心信息中心研究员李广乾看来,“十四五”规划纲要提出要建设数字社会,数字家庭建设是数字社会的重要组成部分。数字家庭建设将撬动数字经济的发展,拓展数字经济的广度和深度,带来广阔市场空间。

加快发展数字家庭将会给哪些产业和企业带来新的发展机遇?中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林认为,数字家庭的发展将利好以下几个具体行业。一是智能家居行业。数字家庭的核心终端是智能家居设备,这些设备承载了数字家庭的功能性需求,是实现数字家庭的重要



## 低价福利难以持续

义乌对于快递业有着风向标的意义。国家邮政局发布的数据显示,一季度,金华(义乌)市快递服务企业业务量累计完成超过23.65亿件,稳居全国第一。而为了争夺全国最大货源地的市场份额,各大快递公司纷纷抛出低价福利,以价换量。

前不久,义乌邮政管理局出手规范市场竞争行为。百世快递、极兔速递因此前的收费标准远低于业内普遍的成本价1.4元/单,接受整顿。

低价竞争一直是快递企业争夺市场份额的惯用手段。长期的低价竞争,不仅会导致快递企业不堪重负,整个行业也将陷入恶性循环。4月22日,顺丰控股发布公告称显示,一季报净亏损

9.89亿元。亏损的重要原因之一就是超低价“特惠专配”业务量增长迅猛,电商件毛利承压。

对于商家与消费者来说,短期来看,快递企业低价竞争会让快递费用降低,但由于快递企业与网点要保证一定的利润,必然会寻找其他增长点弥补因价格战降低的收入,最终承担这一费用用的还是收寄快递的消费者。

“快递企业不计成本甚至亏本的低价竞争,对行业和企业来说无疑是饮鸩止渴,不会长久。”赵国君指出,快递企业低价竞争的前提应该是基于管理优化、科技创新,实现整体降本增效,依此用价格让利给用户,换取规模效益,这样的竞争应该鼓励。如果企业缺乏上述支撑,简单以低价换市场,并不可取。

赵国君认为,价格竞争优势应建立在降本增效的基础上。比如,快件传递距离较近、单位重量与体积较小、区域集中,此类快件价格走低对企业是有利的,也是可行的;企业通过智能化、自动化等手段,降本增效,使单件运营成本降低,从而形成企业的竞争优势,不仅可行,也应该是企业未来发展的方向。

此次义乌邮政管理局启动价格整治,也给快递行业敲响了警钟。国家邮政局局长马军胜坦言:“对于市场恶性搅局者,我们必须毫不留情,强化监管,规范公平竞争的市场秩序。当前要靶向用力,重点整治部分地区存在的不正当竞争。”

## 行业未来出路何在

据了解,我国快递业于2014年进入“百亿”时代后,快递年业务量以每年递增100亿件的速度持续高速增长。即使是在2020年这一特殊年份,全国快递年业务量也历史性地达到830亿件,同比增长30.8%。随着市场规模

持续扩大,快递行业企业实力增强,更须紧抓机遇,加快高质量发展。

目前,在量增价降的情况下,快递行业仍在不断改善用户体验,提升服务质效。一季度,快递用户申诉率,时限准时率和用户满意度均同向改善,用户申诉率百万分之2.37,72小时准时率为71.4%,快递服务满意度为78.8分,服务质量快速提升。

疫情改变了很多人的生活方式,从复工复产到今年首次全行业春节不打烊,快递物流行业服务民生作用更加凸显。人们对快递的时效性、服务体验也提出了更高要求。

“规模和效率对快递业务运营至关重要。”中通快递董事长赖梅松表示,价格战是暂时的,想要长期跑赢市场,在基础建设及智能化设备方面的投入、优秀的管理团队、稳定的现金流及健康的加盟商缺一不可,市场也将从单一的快递竞争向全链路综合物流转变。

面对激烈的市场竞争,快递行业该如何提质增效获得长远发展?赵国君认为,行业要根据市场需求,拓展更多空间,细分市场,形成优势互补的行业服务体系,杜绝低端同质化恶性竞争。同时,行业内资源要形成集约发展之势,改变目前供应链体系上的弱势地位与运营模式,做好基本服务,创新推出更多增值服务。

“未来是等不来的,必须着眼于创新和创造,提前布局。”马军胜表示,行业发展越到末端越弱势,对于市场竞争白热化之下的快递小哥权益保障问题、用户权益保障问题,要维护好员工合法权益,处理好消费者服务诉求,要各方面关注形成合力,要科学化、制度化、规范化地切实维护基层员工合法权益。同时,要摒弃浮躁心态、短视行为,切实遵循企业成长的本质规律,加快高质量发展,这才是真正可取的经营与发展之道。

## RCEP对产业发展有何影响

# 纺织服装业将长久受益

本报记者 刘瑾

4月15日,我国向东盟正式交存《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)核准书,标志着中国正式完成RCEP核准程序,成为非东盟国家中第一个正式完成核准程序的成员国。中国纺织工业联合会国际贸易办公室副主任刘耀中接受经济日报记者专访时表示,对于我国纺织服装业而言,RCEP将对行业扩大对外贸易规模,深化产业链、供应链合作产生较为深远的积极影响。

中国作为全球最大的纺织服装市场,在全球纺织产业链中的作用举足轻重。目前,我国纺织业规模占比已超全球50%,化纤产量占世界70%,贸易占全球三分之一;从产业完整性上看,我国产业链最完整,产品品种最齐全;从制造水平上看,我国纤维原料、纺纱织布、服装家纺的工艺制造和装备水平都已处在国际先进水平。

“RCEP带来的最大变化,是我国与日本建立了新的贸易伙伴关系,未来中日纺织业贸易规模有望继续扩大。”刘耀中判断。

当前,日本是我国纺织服装业第四大出口市场。据海关数据显示,2019年我国对日本出口纺织品服装208.8亿美元,约占行业全年出口总额的

7.4%。根据日本相关统计数据,2020年我国在日本纺织品服装进口总额中所占比重为58.6%。RCEP生效后,除少部分产品如口罩、寝具不降税外,我国对日出口的主要纺织品如针织衫、裤子、西服、T恤等产品的关税将在16年内取消。

刘耀中分析说,由于日本与东盟、越南、泰国、印尼、印度等国已签署过自贸协定,上述国家纺织服装产品对日出口可享受免税待遇。RCEP生效后,将有利于我国产业在日本市场逐步公平参与国际竞争,降低外贸企业出口成本,提升产品的国际竞争优势。与此同时,我国从日本进口的主要大类产品原5%至8%的进口税率,将在11年至21年内分阶段降至零,有利于加速行业转型升级,提高生产效率。

“从区域生产合作上来看,有望建立更加稳定的双向投资环境,而随着投资加大,产能提高,合作关系更为紧密,区域制造中心的地位也将得到巩固。”刘耀中认为,RCEP的签署有助于深化区域纺织服装产业链、供应链合作。

## 业界点睛

中国经济一季度“成绩单”日前已公布,国民经济稳健开局,新动能的表现尤其亮眼。

——装备和高技术产业增势强劲。一季度,规模以上高技术制造业、装备制造业增加值同比分别增长31.2%和39.9%,两年平均增速分别达到12.3%和9.7%,均快于整体制造业水平。高技术产业投资同比增长37.3%,两年平均增长9.9%,快于全部投资7个百分点。

——智能低碳产品产量快速增长。一季度新能源汽车、工业机器人和微型计算机设备产量同比分别增长了3.1倍、1.1倍和73.6%,两年平均增速都超过两位数。

——新业态、新模式不断涌现,直播带货、在线诊疗、远程办公等新模式发展向好,线上线下融合提速。一季度实物商品网上零售额同比增长25.8%,两年平均增长了15.4%,占社会消费品零售总额的比重为21.9%。

——截至2月底,我国累计建成5G基站79.2万个,5G手机终端连接数达2.6亿。

一项项数据,彰显中国经济的强劲动力。从各地情况看,新动能正在茁壮成长。例如,一季度,北京市工业机器人、智能手机、显示器和集成电路产量同比分别增长1.1倍、96.1%、69%和43.1%,较2019年同期均实现增长。安徽省光缆、太阳能电池、工业机器人产量较去年同期分别增长1.3倍、1.1倍和96%。广东省3D打印设备、工业机器人、新能源汽车、集成电路分别增长170.4%、138.9%、273.1%和68.5%。即便扣除去年低基数影响,依然呈现出较快的增长势头。

以新一代信息技术等为代表的新经济,去年以来不仅为疫情防控和复工复产作出贡献,更是成为助力中国经济稳步复苏、提质增效的重要力量。

我国具有超大规模市场和完备产业体系的独特优势,需求多元和广阔市场空间有利于新技术快速大规模应用和迭代升级。“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,“充分发挥海量数据和丰富应用场景优势,促进数字技术与实体经济深度融合,赋能传统产业转型升级,催生新产业新业态新模式,壮大经济发展新引擎”。

当前,我国经济运行总体上仍处于恢复发展期,全球疫情和国际环境复杂严峻增加了新的不确定性。培育壮大新动能,塑造未来发展新优势,仍需进一步把握住新一轮科技革命和产业变革的机遇,夯实创新基础,加强关键数字技术创新应用,加快推动数字产业化和产业数字化转型,提升产业链供应链的稳定性和竞争力。



本版编辑 周雷 吉亚娇 美编 王子莹

新动能塑造新优势

熊丽