

# 快递服务商跨界 风险与机遇并存

■中国城市报记者 张亚欣

快递服务商纷纷跨界,试水新业务。

近日,智能快递柜企业近邻宝上线了一款校内订餐平台——“近邻云餐”,还计划投放无人配餐车和快递车。不久前,丰巢也宣布推出自营洗衣服务,用户可在丰巢微信小程序或APP内点击“丰巢洗衣”,即能选择自行放入快递柜,还可由顺丰免费上门取送、与常见的互联网服务类似。

智能快递柜企业发展多元业务背后的动因究竟是什么?所谓“无人化”应用的背后是否存在隐患或弊端?未来,智能快递柜的发展或将存在哪些新可能?

## 快递服务商的花式跨界

7月7日,国家邮政局发布的《2022年6月中国快递发展指数报告》显示,6月,中国快递发展指数为289.4,环比增长7.5%。其中,发展规模指数为386.5,环比上涨12.1%;发展能力指数为221.6,环比上涨11.7%。具体来看,今年上半年快递业务量预计将超500亿件,业务收入预计达5000亿元。目前,日均业务量已恢复至3亿件以上,超去年同期水平。

在快递行业飞速发展的催化下,快递服务商的发展也迎来新的变革。近日,智能快递柜企业近邻宝上线了“近邻云餐”校内订餐平台。据近邻宝智慧餐配事业部负责人韩利超介绍,该平台主要为助力高校后勤餐饮抗疫保供而研

发,学校师生通过线上点餐、餐厅自提或线下配送的方式实现堂食分流和减少聚集。

韩利超还称:“为实现无接触配送,近邻宝计划投放3—4辆无人配餐车作为配送工具。同时,寄递一体化的无人快递车也会在近邻宝服务的高校陆续投放。”据悉,上线订餐平台后,不少高校食堂的偏远档口曝光度以及结算效率有一定程度的提升。

实际上,近邻宝并不是第一个玩起跨界的快递服务商。日前,智能快递柜赛道的头部玩家丰巢在全国上线了丰巢自营洗衣服务,用户在丰巢智能柜小程序、APP端选择“洗护套餐”后,可将衣物放入丰巢柜或选择顺丰免费上门取送,完成清洗后,衣物会被配送至快递柜。

据悉,丰巢主要以套餐形式提供衣物和鞋靴清洗服务,价格在70元—140元不等,现阶段平台可清洗的衣物包括羽绒服、衬衫、毛呢大衣、西装和鞋靴等。记者登录丰巢小程序,打开丰巢洗衣页面后看到,目前丰巢洗衣主要按衣物、衣鞋、鞋靴三类特惠套餐收费,其中任洗3件、4件、5件衣物/衣鞋分别为89元、109元、129元(原价为139元、159元和179元);鞋靴任洗2件、3件、4件则分别为79元、109元、139元(原价为129元、159元和179元)。

其实,早在今年4月,丰巢就在深圳试点上线洗衣服务。当时就有媒体报道称,丰巢表示,预计洗衣业务将在上半年覆盖超过60座城市,并在下半年新增1—2项社区生活服务。

## 跨界背后: 为解决盈利难问题

放眼当下,企业跨界早已不是新鲜事。再加之,智能快递柜并不是一个新鲜事物,丰巢与菜鸟之争让快递柜人尽皆知。智能快递柜对掌握快递大数据十分有意义,但是与其布局预期相反的是智能快递一直遭受着难盈利的质疑。

如今,智能快递柜企业纷纷拓展多元业务,背后究竟有怎样的动因?

“快递服务商,特别是智能快递柜跨界有两方面的原因。”商务部研究院电商所副研究员洪勇在接受中国城市报记者采访时表示,“一方面,是为了缓解经营压力,智能快递柜的建设成本高,收益少,快递服务商迫切需要开辟新的赢利点,通过扩大用户服务范围,可以给用户带来更多增值服务;另一方面,也可以摆脱电商平台的数据限制,大部分快递服务商所服务的对象是电商平台,电商平台在用户数据上,会与快递服务商产生矛盾,但如果快递服务商通过开辟新业务,就可以直接到达C端用户。”

商业战略专家潮成林在接受中国城市报记者采访时也提及,快递柜现在的利用率大大提高,与客户的接触也十分频繁,如何利用快递柜终端客户触点开发更多的商业价值就势在必行,这也是为什么当下越来越多的快递服务商玩起跨界业务。

公开数据显示,目前,丰巢快递柜覆盖全国200多座城市,柜机数量超过30万台。尽管柜机的数量足够多,

但据国家邮政局公布的相关数据显示,2021年以丰巢为代表的智能快递箱投递率才仅仅达到10%以上。这意味着,在快递柜等设备规模大幅提升的同时,使用率却远远没有达到较高的水平,如果按照收取快递员费用及柜体广告收入来估算,回本显然还遥遥无期。

因此,丰巢盈利难的问题仍令人诟病。顺丰控股的公告显示,丰巢开曼2019年净资产为36.49亿元,营收为16.14亿元,净利润亏损-7.81亿元。2020年第一季度(未经审计),营收为3.34亿元,净利润为-2.45亿元。

巨亏之下,盈利成为首要须解决的问题。以致于丰巢在2020年5月针对滞留快件收费,即普通用户免费存放快递的时间缩短为12小时,超时后收费0.5元/12小时,3元封顶。这在当时引起了轩然大波,全国各地用户表态抗议,纷纷发起了停用抗议或联合抵制。此后,丰巢还相继探索过社区团购、电商、驿站等业务企图商业变现,但至今仍未有太大起色。

## 与其跨界, 不如深耕无接触服务

尽管智能快递柜在跨界其他产业方面存在先天优势,但并不意味着切入新赛道后皆为坦途。

潮成林认为,智能快递柜介入订餐及洗衣服务需要解决的问题仍存不少,比如,需要培养客户的使用习惯,尤其是订餐场景,订餐场景与快递柜场景匹配度不高,同时,目

前订餐快递服务平台已经十分成熟,使用习惯的养成难度不小。在他看来,相对于订餐服务,洗衣服务还未形成垄断市场,存在一定的商业机会点,但快递服务商只是在客户终端存在客户接触优势,无论在餐饮还是洗衣,还是其他领域,并无明显的品牌、产品及服务优势,一旦在任何环节出现较大的失误,其风险也是巨大的。

“快递服务商跨界遇到的最大的难点是如何能保障服务质量。”洪勇称,一般而言,快递服务商跨界是采取轻资产的模式,即与专业型厂商合作进入新的领域。最关键的是如何选择合作厂商,如何提高厂商的服务质量,以及保障用户的数据安全。

互联网分析师丁道师则认为,丰巢推出的洗衣业务在业务逻辑上可能走不通,因为洗衣业务是消费升级时代下催化出来的需求,并非刚需和高频的业务,且面向的消费群体数量有限。

要知道,通过线上下单、上门取送,最后线下洗衣完成,从洗衣店到用户对接的O2O洗衣并非新产物,早在2015年前后,O2O洗衣的平台如“我要洗衣”“上海干洗客”“上海泰笛洗衣”等品牌就应运而生并获得资本青睐。但均好景不长,大额补贴刺激消费者下单过后,均以陆续倒闭告终。在业内专家看来,轻资产更多地将被不可控的服务质量拖累、拖垮。

事实上,在不少业内人士看来,快递服务商发力无接触服务是最符合其定位的发展方向。“自新冠肺炎疫情暴发以来,无接触服务得到了消费者的一致认可,业务量突飞猛进的发展。”洪勇认为,未来,智能快递柜可以发挥末端配送功能,实现万物皆可配送。

除近邻宝外,丰巢、菜鸟、京东、顺丰等巨头也已在无人车赛道争相布局。在刚过去的“618”购物节,菜鸟驿站在全国200多所高校累计投入500多台无人车“小蛮驴”,实现常态化运营;京东快递则是为用户提供包括智能快递车、送货上门和无接触社区保供站等多种末端配送方式;今年5月,丰巢联合清华大学电子工程系合作发布无人配送机器人,用户收到取件通知后,可预约无人车按指定地址配送,无人车接收到任务指示,会前往丰巢柜领取快递。

## 山东日照: 汽车行业打造城市发展新引擎

近年来,日照市聚焦“产业强市”,重点打造以整车及核心零部件为龙头的千亿级汽车产业链,加大技术改造投资力度,鼓励企业与高校及科研院所开展核心技术联合攻关,企业核心竞争力不断增强。

数据显示,日照拥有汽车整车零部件企业350余家,其中规模以上企业120家,国家级企业技术中心3家。今年以来,日照市政企联动保供稳链,各大车企连续奋战抢抓生产,全力满足市场需求。

中国城市报记者 全亚军  
通讯员 张进刚摄影报道

