

# 快递业价格战惹关注 极兔背靠拼多多“低价倾销”被整治

■本报记者 李春莲

4月9日,极兔速递、百世快递等企业因“低价倾销”冲上微博热搜,并引发热议。

据了解,从3月份开始,义乌快递价格不断创新低,甚至出现了低于1元的快递单价。义乌邮政局此前已经4次通知极兔速递及百世快递,警示其不得用远低于成本的价格进行倾销,并要求其在4月9日前完成整改。4月9日,义乌邮政管理局人士确认,百世快递、极兔速递因“低价倾销”且整改未达要求被整治,主要措施是停运部分分拨中心,已于当日执行。

《证券日报》记者向极兔速递有关人士进一步询问价格战一事,但并未得到回复。

实际上,从2020年正式进军中国市场后,极兔速递发展迅速,靠低价不断扩张。去年“双11”前夕,极兔速递还曾被通达系旗下网点“封杀”。

“自极兔速递进入国内快递市场以来,最突出的一点就是以低价策略‘突围’,抢占市场份额,打破快递行业原有平衡,这也是其遭通达系‘封杀’的原因之一。”网经社电子商务研究中心法律权益部分析师蒙慧欣向《证券日报》记者表示,目前国内快递行业仍处于增量时期,在行业价格战持续的背景下,各快递公司持续加码,赛道竞争激烈。对于大部分单量依靠拼多多的极兔速递而言,快速破局,拓宽业务来源成为其发展重点。

中国物流学会特约研究员解筱文也向《证券日报》记者表示,极兔速递背靠拼多多,利用资本力量,以低于成本的价格进行补贴,在短期内获得爆发式增长,但这种单纯依靠极端低价竞争的发展模式,不利于中国快递业高质量发展。

## 背靠拼多多大打价格战

由于不断以低价抢市场,极兔速递

也开始寻求资本的助力。

4月7日,有媒体报道称,极兔速递已经完成了一笔18亿美元的融资,由博裕资本领投5.8亿美元,红杉资本和高瓴资本同时跟投,投后估值达78亿美元。对此,极兔速递有关人士在回复《证券日报》记者时表示,这不是官方消息,暂时没有回应。

前不久还有消息称,极兔速递计划在美国进行规模超过10亿美元的IPO,对此极兔速递方面也未回应。

公开信息显示,极兔速递由OPPO印尼业务创始人李杰在2015年创办,其早期资金和大多数核心骨干都来自于OPPO体系。

进入中国市场之前,极兔速递已经是东南亚第一大电商快递公司,业务覆盖越南、菲律宾、马来西亚、新加坡、柬埔寨、泰国、印度尼西亚等国家。2019年,极兔速递在印度尼西亚的日均订单已经超过了100万单,并且建立了自己的跨境电商网络。

截至2021年1月份,极兔速递的日单量已经稳定在2000万单左右,在全球拥有超过240个大型转运中心,8000辆自有车辆,运营超过23000个网点。目前,极兔速递已与当当、拼多多、苏宁、有赞等十多家电商平台达成合作。

但在业务快速增长的背后,是不断升级的价格战。在刚刚过去的3月份,义乌地区的快递最低单价降到了1元以下,其中的“搅局者”正是极兔速递。据了解,如此低价是因为极兔总部对义乌的拼多多商家给予了运费补贴。

“从目前的市场机会和行业情况来看,极兔速递今年肯定是要把价格战进行到底的。”贯烁企业CEO、快递行业专家赵小敏向《证券日报》记者表示,极兔速递在春节期间成为拼多多的特约合作伙伴,在订单量上是有保证的。接下来第一是要看它的“子弹”够不够,完成融资后这方面基本有保障;第二是看网络承载力;第三是看内部运营体系。蒙慧欣也表示,在资本加持下,极



兔速递将融资投向软硬件开支、市场业务拓宽、加盟商及客单价补贴等方面的可能性增大。因此,在尚未拥有多业务分部的情况下,极兔速递或仍将通过价格战持续拓展。

## 快递行业价格战再升级

4月8日,国家邮政局披露数据显示,3月份,快递发展规模指数为330.4,同比增长38.7%。从分项指标看,快递业务量预计同比增长42%;快递业务收入预计同比增长31%。一季度,快递业务量和快递业务收入同比增速预计分别达72.5%和47.3%。预计4月份快递业务量增速将达32%。

此外数据显示,今年以来截至3月24日,我国快递业务量已突破200亿件,用时仅83天,比2015年我国快递业务量首次超过200亿件的用时提前了9个月,比2020年提前了45天,再一次刷新纪录。

快递业务量屡创新高,行业竞争加剧。

兴业证券在《2021年快递行业趋势研判》报告中指出,快递行业价格战由

激烈到失控,疫情是外因,根本原因还是电商快递网络“同质化+流量分布极不平衡”。快递已经随着电商巨头的竞争分出明显阵营。极兔速递承担拼多多战略储备任务,或是一个危险的对手。

“今年应该是电商快递故事很多的一年,同时也可能是网络渠道波动率比较大的一年,会加速快递行业价格战2.0的到来。”赵小敏认为,对于电商快递行业的企业来说,要稳住基本盘,更加注重网络渠道的稳定性,要有更多的资源结盟,这样才能抵挡住价格战。同时,对于已经上市上的快递公司来讲,要利用资本市场进行联动。

在价格战的催化下,快递行业在今年也将迎来更多变革。

蒙慧欣认为,我国快递行业在经历过多轮洗牌后,快递企业趋于稳定,各方很难通过价格战击垮对手。同时,快递行业价格战促进了企业的整合,价格战进行到一定程度,头部企业的市场权重不断增强,实现企业之间的整合或合作。但价格战并非一个明智的选择,企业更应注重服务品质和能力的提升。

# 张家界等景区客流恢复 湖南力争今年旅游综合收入突破万亿元

■本报记者 肖伟

2021年清明节假期,湖南省迎来了春节后的第一次出游小高峰。根据湖南省文化和旅游厅发布的数据显示,3天的清明小长假,湖南省共接待游客1122.71万人次,比2020年清明节假期增长107.21%,恢复到2019年清明节假期的82.1%。

湖南省文化和旅游厅工作人员向《证券日报》记者表示:“2020年虽有疫情影响,但湖南省在做好疫情防控的同时,大力推动景区门票让利活动,同时发放近1亿元的消费券,集中采购3万张锦绣潇湘全域旅游年卡,打通全省100余家优质景区的餐饮、服务、民宿、酒店业务,在疫情期平稳住了旅游产业基本盘。今年为期3天的清明小长假,湖南省实现旅游综合收入98.58亿元,比2020年清明节假期增长144.27%,恢复到2019年清明节假期的87.1%。纳入监测的167家A级景区和乡村旅游区累计接待游客267.35万人

次,同比增长142.64%,累计实现营业收入3.22亿元,同比增长130.84%。”

春意融融,百花盛开,湖南省张家界景区迎来客流小高峰。张家界常务副总裁、董事会秘书金鑫亲自上阵,身着民族服装与少数民族少女对唱山歌,向游客力荐张家界山水风光。

金鑫向《证券日报》记者表示:“今年张家界客流量已经有明显好转。随着国内疫苗接种加速,在就地过年后人们的出行意愿增加,航空、铁路、公路客运都有大幅度增长,我们预计今年张家界客流量相比去年将有大幅度上升。今年的五一黄金周、暑假、十一黄金周等时间段均是我们的窗口机遇期。我们会在做好疫情防控的同时,为旅客提供优质服务,跟进客流的出行方式,做好做客引导服务。同时,我们计划把爱国教育和旅游出行结合起来。为此,我们已经在多个城市开展宣传营销工作,提前进行预热。”

湖南省于近日召开的“全省旅游万

亿产业推进工作座谈会”指出,湖南省旅游产业规模已经逼近1万亿元大关,即将成为湖南省第四个产值超过1万亿元的产业。今年,湖南省将力争全省旅游综合收入突破1万亿元,推动全省旅游产业恢复并超过2019年水平。并将通过资本市场融资,哺育龙头企业、扶持企业上市等多种方式做大湖南省旅游产业,起到以点带面、纲举目张的效果。确保到2025年全省旅游接待人数年均增长率不低于7%、旅游综合收入年均增长率不低于8%。

湖南省文化和旅游厅工作人员向《证券日报》记者表示:“为实现上述产业目标,我们将编制出台《湖南省‘十四五’时期文化和旅游发展规划》《湖南省‘十四五’旅游业发展规划》,将总体目标分解到各级单位,形成量化考核指标,责任落实到人。好的产业离不开好的企业,龙头企业能起到带动作用。我们将建立健全旅游产业融资白名单和上市企业后备名单制度,编写印制《湖南重点文化旅

游招商项目手册》,组织召开企银对接、投融资暨项目推进工作会,择机举办湖南文化旅游产业投融资大会,吸引社会资本共同参与建设湖南省旅游产业。”

目标一经确定,各方就积极行动起来。4月9日,由湖南航空执飞的长沙至吐鲁番包机首航,机舱169个座位全部坐满,意向客户已超过1000人。两地均旅游资源丰富,航线开通后将按照一周四班执飞,可大大加强两地的紧密合作,促进两地文旅和商贸交流合作。

财信金控工作人员向《证券日报》记者表示:“财信金控通过旗下财信产业基金以市场化方式战略入股湖南航空(原红土航空),创造性地制定了‘合作、入股、基地运行、迁址更名’四步走方案,实现了湖南省建设本土航空公司的梦想。湖南航空的成功落地不仅增强湖南省作为中部交通枢纽的地位,打造‘四小时航空经济圈’,更为湖南省旅游产业赋能,还为政府与市场、金融与产业的有效结合探索出一条新路径。”

# 版权保卫战号角吹响 73家影视机构联名对二次剪辑说“不”

■本报记者 谢若琳

版权保卫战的号角已经吹响。4月9日,73家影视机构发布联合声明称,将对目前网络上出现的公众账号生产运营者针对影视作品内容未经授权进行剪辑、切条、搬运、传播等行为,发起集中、必要的法律维权行动;呼吁短视频平台和公众账号生产运营者切实提升版权保护意识。

“短视频诞生以来,占据了大量受众的碎片化娱乐时间,对长视频行业造成明显冲击,无论是长视频平台还是内容制片方都受到了影响,最近几年有些优质的制片方已经开始着手拍短剧了。”一位传媒行业商务分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,短视频平台上有许多账号依据影视作品进行二次创作,以谷阿莫“X分钟看完一部电影”为例,确实也损害到了版权方的利益。

## 版权问题待解

具体来看,上述声明的发起者包括中国电影协会、中国电视剧制作产业协会等在内的15家影视行业协会,爱奇艺、腾讯视频、优酷等5大视频网站,正午阳光、华策影视、慈文传媒、新丽传媒、华人文化等53家涉足影视制作和

发行的传媒公司。可以说是当下影视行业中坚力量的一次集体发声。

该声明称,净化、优化短视频平台和公众账号生产运营者的版权环境,形成“先授权后使用”的良好行业生态,是加强法治建设、实现强国战略的重要一环。

事实上,早在2018年3月份,广电总局发布的《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》(以下简称“《通知》”)就指出,“坚决禁止非法抓取、剪辑改编视听节目的行为”,并对二次创作视频内容提出版权管理的要求。

彼时,国金证券研报就将该《通知》的主要内容总结为四点:一是禁止非法抓取、剪辑改编视听节目;二是加强网上片花、预告片管理;三是加强对各类节目冠名、赞助的管理;四是落实属地管理责任。

北京市中同律师事务所合伙人赵铭在接受《证券日报》记者采访时表示,首先,《通知》规定了“坚决禁止非法抓取、剪辑改编视听节目的行为”,实际上已经对二次创作视频内容提出版权管理的要求;其次,影视版权方维权更多的是从著作权受到侵害的角度切入和起诉,因为《著作权法》第11条规定“著作权属于作者”,并在第53条中规定了侵犯著作权所要承担的民事责任侵权。“当然,也不是所有的作品

未经授权都不能使用,《著作权法》第24条中就规定了十二种情况的‘合理使用’情形,只是二次创作的部分内容为吸引了观众和网友,往往会超出合理使用范围来进行创作,所以,也就不适用本条款的规定。”

## 影视公司苦剪辑账号久矣?

在上述联合声明中,特别强调了短视频领域未经授权对影视作品内容进行二次创作的行为。“业内苦影视剪辑账号久矣,宣发最不愿意见到的就是,一部剧刚上映时就有短视频账号对其进行二次创作,基本上就是缩短剧集时长,附加吐槽解说。”一位影视公司宣传总监在接受《证券日报》记者采访时表示,这些视频的传播会给版权方造成两点伤害:一是,在影视剧上映初期就引导观众口碑;二是,受众可能会因为看了带有观点的二次创作,导致不再愿意看原影视剧,从而引发流量减少。

《证券日报》记者在某短视频平台中搜索“影视”“说电影”等关键词发现,有不少账号打着“影视自媒体”的名义,对影视作品进行二次加工,其中不乏粉丝量在500万以上的“大V”。

即便是在B站这类长视频平台,也有不少账号的内容围绕对影视作品进

行二次加工。以拥有222万粉丝,擅长吐槽影视剧的账号“开心嘴炮”为例,该账号曾在吐槽《乘风破浪的姐姐2》时提及,由于该节目的版权风险,因此吐槽视频选择“出镜视频”,除这一期外,该账号的吐槽视频大多是对影视剧的二次剪辑。

赵铭表示,二次创作对版权方造成影响,这种影响也是双层次的,一方面是积极的:比如对原版权作品的引流,使得该作品让更多的人关注,达到正面宣传的效应。另一方面是负面的:即对原作品的合理使用超出了必要范围,比如使用行为降低了原作品的社会评价,损害原作品的社会剩余价值等。司法实践中,负面影响往往是原版权方最为痛恨的,也是发生最多的。

一位熟悉短视频运营规则的MCN机构负责人告诉《证券日报》记者,绝大多数的影视剪辑账号是没有版权授权的,他们也知道版权风险,这类账号的生存法则就是“平时剪辑解说经典外国电影吸引流量,保持曝光度,后续接国内影视作品的宣发广告,一般国内影视作品上映时会集中在短视频平台做一轮宣发,有的公司会选择找这些电影账号做一些预告片解读”。

“只剪辑国外的老电影,仍面临侵权风险。”赵铭对此进一步表示。

# 18天内12份税费优惠文件密集出台 小微企业现金流将更充裕

■本报记者 包兴安

减税降费“红包”进入密集派发期。据《证券日报》记者梳理,3月23日至4月9日,短短18天时间内,财政部、国家税务总局等部门密集出台了12份税费优惠文件,其中,突出强化了小微企业的税收优惠。

上述减税降费“红包”,包括延续实施应对疫情部分税费优惠政策、明确增值税小规模纳税人免征增值税政策、完善研发费用税前加计扣除政策、实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策、支持集成电路产业和软件产业发展进口税收政策等。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群对《证券日报》记者表示,财政部等部门连续下发税费优惠政策落实文件,从巩固疫情防控积极成果、继续减轻小微企业税费负担等多个方面出发,全方位、多角度稳定、鼓励和推动中国经济发展。一方面体现了宏观政策的连续性和稳定性,避免出现宏观调控的大起大落对市场健康稳定带来不必要的冲击,对激发市场主体动力、稳定经济信心、增强社会就业发挥基础性的支撑作用;另一方面体现了国家以积极财政政策为引导,推动中国经济加快实现结构调整优化和转型升级,有效促进中国经济的高质量发展和竞争能力的提升。

“今年继续实施减税降费,政策叠加效应将持续释放,有利于减轻企业负担,使广大市场主体快速从疫情中恢复,对于激发创新活力、优化经济结构将发挥重要作用。”巨丰投顾高级投资顾问丁臻宇对《证券日报》记者说。值得一提的是,今年在落实好小微企业普惠性减税降费政策的同时,实施新的结构性减税举措,进一步加大了小微企业和个体工商户的税收减免力度,将小规模纳税人增值税起征点从月销售额10万元提高到15万元;对小微企业和个体工商户应纳税所得额不到100万元的部分,在现行优惠

政策的基础上,再减半征收所得税。

上海道数网络科技有限公司是享受“受惠礼包”的企业之一。政策一出,税务部门就通过历史申报数据追踪到了这家企业,并向企业定向推送了优惠政策。“我们公司2020年销售额约为140万元,所得税应纳税所得额为12.8万元。今年一季度,企业销售逐渐向好。按照最新政策测算,企业所得税可以在以前5%的基础上再减半,大大减轻了公司的经营压力。”上海道数网络科技有限公司财务张璐说。

谈到税收政策助力企业发展,张璐表示:“小企业的发展一直得益于国家税收优惠政策的有力扶持,现在针对小微企业的税收优惠政策又加码,税务部门第一时间就联系我们,告诉我们这个好消息。减税降费政策的落地,让企业的现金流更充裕了。”

四川省宜宾市宏坤天然气有限公司办税人员唐兴媛算了一笔减税账:“根据当前前年应纳税所得额不到100万元部分所得税再减半政策,按第一季度度来算,公司享受小型微利所得税优惠减免超23万元。我们准备将这笔钱用于人工开支,缓解企业资金压力,争取在今年创下好的收益,为经济发展助力。”

张依群表示,小微企业是多年来减税降费政策的重点支持对象,税费优惠政策一直都对小微企业进行重点倾斜,此次优惠政策的延续,让小微企业更有信心生存发展下去,更有能力实现正常生产经营,对活跃市场、带动消费、稳定民生、扩大就业具有重要意义。

丁臻宇认为,下一步要抓实抓细今年出台的税费优惠政策,确保减税降费政策落实落地生根,让小微企业有更多获得感。

“对小微企业的税费优惠应该进行有效梳理并长期坚持下去,形成制度性的税费优惠,充分激活小微企业的创造性、创新性,为整体经济增长注入活力和生机。”张依群说。

# 公募基金年内热衷参与定增 获配规模同比骤增400%

■本报记者 王思文

今年以来,公募基金在定增市场中获配新发定增项目数量和定增规模接连攀升,较去年同期出现大幅增长。截至4月11日,年内基金管理人已累计获配定增项目近177亿元,同比骤增近400%。

近日,《证券日报》记者从多位公募基金人士处了解到,在一季度A股震荡调整、权益类基金表现乏力的背景下,具备发行折价优势、持有期回报的定增项目投资,成为不少基金管理者优先优化基金组合结构的新方向。

## 基金调仓换股 定增标的成“香饽饽”

今年以来,基金管理人获配上市公司定向增发的数量和定增金额出现明显“双增长”。

从上市公司的融资情况来看,定增融资已成为上市公司主要的融资手段。Wind资讯数据统计显示,今年以来截至4月11日,按定增股份上市日计算,发行并实施定向增发融资的上市公司共137家,募资总规模达到2204.5亿元。其中,41家基金管理人参与定增项目,累计获配资金176.78亿元,占上市公司定增募资总额的8.02%。

而在去年同期,发行并实施定向增发的上市公司仅有49家,募资总规模为1858.39亿元。其中,12家基金管理人参与定增项目,累计获配资金35.67亿元。

北京某公募基金经理向《证券日报》记者透露,近年来受政策影响,收紧的公募基金定增业务被重新唤醒。在一季度A股震荡调整,权益类基金表现乏力,低估值、顺周期板块表现抢眼,低估值、自己所管理的基金在调整仓位结构时,会比较关注低估值、顺周期板块。当前发行的定增项目中,如果出现了契合自身投资策略的投资机会,是兼具盈利能力和成长性的优质的,且有发行折价,就会成为调整基金组合结构的一个选择。

九泰基金定增投资中心总经理刘开运在接受《证券日报》记者采访时表示:“对投资定增的机构来说,伴随此后再融资新规落地,定增参与门槛下降,发行折价率更高,锁定期更短,均有利于提升定增投资的风险收益比,定增投资的吸引力在明显提升。”

除了直接参与定增项目外,以“量化+”的方式参与定增正成为未来基金管理人考虑的新方向。例如,构建“定增+对冲策略”产品,将定增的折扣到

组合Beta中剥离出来,使有意愿的投资者可承担定增股票不菲的折扣,而较少承担底仓的波动。

据《证券日报》记者获悉,近期部分基金公司也推出了定增量化对冲策略,通过一系列量化手段来“提纯”,力争获取定增组合的折扣收益。

财通基金认为,与过往一揽子定增股票简单用沪深300指数或中证500股指期货对冲的量化策略不同,定增“量化+”策略是通过定增多票组合,叠加“风险配平组合”去模拟沪深300指数,同时投资沪深300股指期货空头,进而力争获取对定增折扣提纯后的收益。

## 定增业务 考验公募选择标的的能力

综合来看,已有部分基金公司将定增业务作为未来的重点布局方向,但也有部分管理规模有限的小基金公司定增业务“望而却步”。

从今年获配资金规模来看,财通基金以49次获配、累计获配资金36.4亿元居首;易方达基金、诺德基金的定增获配次数分别为8次、6次,获配资金分别为24.47亿元、15.66亿元,位居行业第二名、第三名。中欧基金、朱雀基金的获配资金也突破10亿元,分别获配资金10.63亿元、10亿元。嘉实基金、富国基金、华夏基金、南方基金、银华基金等则分列行业第六名至第十名。

深圳某公募人士对《证券日报》记者坦言,“获得定增项目超额收益是判断一家基金公司定增团队投资能力的核心标准,但是定增项目选择的内核要求还是要回归到挑选出优质标的上,尤其是当前部分板块的估值已经较高,在筛选项目时不能只看发行折价去大批量参与定增,要更加注重上市公司经营基本面情况与市场整体波动情况。只有这样才能抵御产品周期内的波动,避免踩雷,实现中长期相对稳健的回报。”

上海证券基金评价研究中心同样认为,定增项目折价率的分布逐渐收敛,因此选择定增项目时更需要关注个股的中长期基本面。由此来看,基金公司定增团队的能力变得尤为重要,团队需要精选具有超额收益能力的优质项目,以抵御产品周期内的波动,实现中长期相对稳健的回报。

一位资深投资人士对《证券日报》记者表示:“在目前的政策环境和市场环境下,投资者对于定增产品的收益要有一个合理的预期。”