

快递企业加快“出海”步伐 竞争白热化或需“抱团”破局

■本报记者 李春莲
见习记者 彭衍菘

快递企业不断加速“出海”步伐。

11月14日,菜鸟首次公开巴西3年发展规划。目前菜鸟快递网络覆盖巴西全境的1000多城,本地下单后平均2日到3日送达,圣保罗等核心城市可实现次日达。

不仅仅是菜鸟,在刚刚过去的第五届进博会上,极兔速递、圆通国际都宣布进一步向海外进军的举措。

“我国快递企业的产业链、供应链相对成熟,人力资源和管理经验较为丰富,具备对外输出和全球布局的条件。”北京市社会科学院研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示,从全球发展角度来看,东南亚、拉美、非洲等地区属于后发市场,这些地区的电商等产业未来发展空间巨大。

东南亚成“出海”主战场

在经过前几年的“价格战”抢市场后,国内快递市场格局逐步进入“拼服务”的下半场,“出海”已成为快递企业竞争的必选项。

记者注意到,今年以来,众多快递企业纷纷发力海外,顺丰速运、菜鸟网络、中通快递等不少企业将“主战场”放在了东南亚地区。此外,巴西、中东等也成为热门“出海”区域。

在去年收购嘉里物流的基础上,顺丰开始稳步进军东南亚市场。10月份,顺丰速运国际电商专递宣布正式开通“新马泰”服务。同期,中通国际东南亚管理中心与源秀(泰国)有限公司签订鲜花运输战略合作协议,利用中通国际东南亚管理中心已开通的中泰、中

缅、中柬冷链物流合作运输。

在国内靠低价抢市场的极兔速递也正是发源于东南亚,目前在东南亚靠着规模优势占有一定的市场。

对于快递企业选择东南亚市场的原因,有不愿具名的快递企业向《证券日报》记者表示,一方面是东南亚电商市场有较大增长空间,另一方面是东南亚的物流基础设施还比较落后。

“整体来说,东南亚地区处于经济高速发展阶段,而且在数字经济带动下,消费产业不断发展,地区物流需求正逐步凸显。”王鹏还表示。

谷歌、淡马锡和贝恩公司联合发布的《2022东南亚数字经济报告》预计,东南亚数字经济的GMV有望在2022年达到2000亿美元,其中电子商务将达到1310亿美元。这对于快递行业来说,是一片新蓝海。

而随着东南亚电商的快速发展,快递物流将迎来爆发式增长。

快递物流专家、贯铄资本CEO赵小敏向《证券日报》记者表示,“过去几年,中国快递企业在欧洲、美洲等都有一定的探索,但结合当下的国内外形势,从电商行业的发展路径、市场空间和人口结构来讲,东南亚是现在中国快递企业‘出海’最佳一站,同时地理位置上与中国最相近。整体上来讲,东南亚地区更容易获得‘出海’成功。但是东南亚区别于国内,它的很多方面还相对处于初级阶段。对中国的快递企业来讲,不能把国内的快递模式完全复制到东南亚,而是要结合当地市场。”

赵小敏进一步表示,越来越多的中国电商公司也在东南亚加速布局,对整个快递企业来讲,更要

「今年以来,众多快递企业纷纷发力海外,顺丰速运、菜鸟网络、中通快递等不少企业将“主战场”放在了东南亚地区。此外,巴西、中东等也成为热门“出海”区域

抓住这一波机会。

海外市场需“抱团”寻破局

随着电商平台“出海”需求的增加,也在推动快递企业需要不断提高跨境物流运输能力,加速在海外布局。

《“十四五”邮政业发展规划》指出,要发展国际寄递物流。一是拓展海外服务布局。增强国际寄递网络的连通性和稳定性,鼓励建设海外仓。二是提升跨境服务能力。鼓励寄递企业提升跨境干线运力,提升跨境一体化服务能力。引导寄递企业集约共享资源,利用海外专业化服务,拓展境外业务,实施快速出海工程。

同时,我国与“一带一路”沿线国家的双边贸易额持续上升,为跨

境物流带来了广阔的发展空间。另外,RCEP在今年生效后,通过关税减免等制度安排也进一步推动了跨境贸易,也提升了跨境物流的效率。

对于快递企业来说,逐步布局全球网络,打造国际供应链可以说是下一个竞争高地。

不过,由于国际快递巨头DHL、UPS、FedEx早于中国在国内东南亚等地开展业务,这意味着快递企业的海外市场竞争也颇为激烈。

“开拓新市场要面对重重困难,快递企业可以充分发挥平台优势、技术优势、供应链优势等,运用相关经验,在当地进行更好的整合。”王鹏进一步表示,快递企业不能盲目照搬照抄国内成功经验,可以在当地积极寻求合作,如当地零售巨头、政府部门、产业基金、基

础设施建设等,这样更有利于调动当地资源,更好地融入当地的经济发展。

赵小敏也建议,可以考虑和已经在东南亚市场落地生根的中国优秀企业达成战略合作伙伴关系,这样也会加速整个中国快递企业出海的成功率。快递企业“出海”面临非常大的挑战,面对当地的不同文化背景、法律等情况,建议国内快递企业“抱团”发展,同时相关电商企业也可以“抱团出海”。

顺丰曾表示,虽然当前国际快递巨头在跨境物流市场仍占据绝对领先优势,但中资物流企业通过强强联合、海外并购、自营合营等多种方式开始编织全球网络,尤其在东南亚、南亚、中东区域频频发力,争取以独有的高效又实惠的服务优势在市场竞争中寻求破局。



王琳/制图

美的集团完成对库卡100%股权收购 公司智能机器人制造业务加速发展

■本报记者 李昱丞
见习记者 王镜茹

历时逾七年,美的集团完成收购KUKA Aktiengesellschaft(以下简称“库卡”)全部100%股权。

11月16日,美的集团发布公告,截至目前,库卡少数股东持有的全部库卡股份已由美的集团全资子公司美的电气完成收购,美的电气亦已经按照80.77欧元/股的价格向前述少数股东支付了收购价款。收购完成后,美的电气通过其全资境外子公司间接合计持有库卡100%股权。

库卡科技创始人丁少将在接受《证券日报》记者采访时表示:“完全拿下库卡股权,意味着美的集团可以彻底掌控库卡的管理、经营和技术,为美的集团科技化转型提供

更强助力。”

事实上,美的集团布局收购库卡逾七年之久。

2015年8月份,美的集团开始布局工业机器人业务。同年8月份,美的集团通过境外全资子公司MECCA首次对库卡实现5.4%持股。2017年1月份,美的集团通过要约收购成为库卡控股股东,持股比例达94.55%。2021年,美的集团发布公告,拟全面收购库卡股权并私有化。2022年3月份,库卡发布公告称,持有公司超过95%股份的美的集团将向剩余股东支付每股80.77欧元的现金。

“智能机器人属于‘工业4.0’时代的高景气赛道,美的集团收购库卡时间长、耗资大,反映出该产业在未来高预期收益及高技术壁垒。”某业内人士告诉记者。

公开数据显示,随着产能复苏,库卡净利润于2021年第一季度扭亏为盈。据库卡2022年业绩指引,全年预计实现收入约36亿欧元,同比增长超10%,息税前净利润预计恢复至3%左右。

2022年前三季度,库卡中国收入6.45亿欧元(约合46亿元人民币),同比增长59.1%,占库卡收入比重达23%,已接单增长92.8%。丁少将告诉记者:“美的集团收购库卡之后,经历了一段磨合期,业绩表现波动较大,不过2021年以来库卡业绩持续走高,尤其是中国市场增长迅猛,有效带动了业绩增长。”

2022年上半年,库卡与福特汽车、澳大利亚诊断公司Ellume等多家知名企业达成合作。在国内,截至2022年6月份,库卡中国获得超过2万台机器人订单,机器人生产

交付超1万台,并与比亚迪、特斯拉、蔚来汽车、宁德时代等新能源汽车行业头部客户绑定合作。

截至2021年年末,美的集团在机器人与自动化细分领域的营收为253亿元,同比增长22.8%,占该年营收的8%,智能机器人制造业务加速明显。

丁少将认为,中国正在大力推动制造业的智能化、数字化转型升级,工业机器人市场有着巨大的发展潜力。私有化库卡后,美的集团可以将机器人业务和自己的家电、部件、工业互联网、智慧物流等业务拉通资源,扩大中国市场的规模和份额。

按照美的集团下半年规划,库卡中国市场的本土化进程将进一步加速。美的集团官方数据显示,截至2022年6月份,美的集团机器

人使用密度已超过440台/万人,并将在未来两年内进一步加大投入以实现700台/万人的目标。

此外,美的集团已借助库卡工业机器人与自动化领域的营收为253亿元,同比增长22.8%,占该年营收的8%,智能机器人制造业务加速明显。

“库卡作为全球四大智能机器人龙头之一,在工业智能机器人细分领域上技术性强、专业性突出。”上述业内人士告诉记者:“未来中国将成为全球最大的智能机器人市场。通过与库卡的深度合作,美的集团在医疗、智能制造等领域均已优先‘领跑’,前景值得期待。”

国际航线热度升温 民航客运或迎业绩拐点

■本报记者 李乔宇

2022年卡塔尔世界杯渐行渐近,中国至卡塔尔的机票迎来预订高峰。

“机票非常紧张。”有接近卡塔尔航空的相关负责人告诉《证券日报》记者,在卡塔尔世界杯的影响下,中国至卡塔尔的航班热度高涨,热门时刻航班的座位已所剩无几。

中国至卡塔尔航线的热度只是当下国际航线热度升温的一个缩影。民航局数据显示,今年冬春航季的国际航班排班量将保持在420个往返客运航班,同比2021年冬春航季增长105.9%。据记者多方采访了解到,近期国际机票的实时搜索量快速增长,预计入境航线运力将明显提升。

“疫情防控政策的调整,为四季度国内民航客运量拐点的出现创造了有利时机。”携程研究院战

略研究中心副主任张致宁表示。

航司积极争取 航班时刻

11月11日,国务院联防联控机制综合组发布《关于进一步优化新冠肺炎疫情防控措施 科学精准做好防控工作的通知》,取消了入境航班熔断机制,并将入境人员的集中隔离时间缩短两天,将3天居家隔离改为2天居家隔离。

入境政策的调整也激发了多家境内、境外航司争取更多中国航线的热情。从境外航司来看,有多家境外航司相关负责人告诉《证券日报》记者,目前正在积极申请更多中国航线,也在争取更好的航班

时刻。亦有多家国内航司相关负责人告诉记者,今年还会有已经得到审批的国际航线恢复,鉴于当下冬季国际航线申报时点已过,预计明年会有更多国际航线恢复运营。“随着熔断机制的取消,预计供给端将保持稳定恢复势头。”同程研究院首席研究员程超功告诉《证券日报》记者,入境航班熔断机制的取消对于国际旅行的复苏是重大利好,民航业是其中最大受益方之一。

据同程旅游数据表示,国际航班自今年8月份以来一直保持较快增长势头。其中,9月份的国际航班旅客量为21.2万人次,同比增长72%,是过去30个月内的单月最高值,10月份的国际航班量较9月份增长了约22%。

入境航线运力提升预期推动了国际航线机票价格的回落。据去哪儿网数据显示,截至目前,出境航班的平均支付价格由今年9月底至10月

初的4800元左右降至3700元左右;入境航班平均支付价格较今年9月底至10月初的价格降低了5000元至6800元,降幅在三成左右。

同时,鉴于当下部分国际航线机票价格仍然大幅高于2019年相关航线的机票价格,预计部分国际航线机票价格仍将回落。

国际业务恢复 助推航司业绩改善

国际业务的逐步恢复意味着航司将迎来业绩逐步回暖。从两大航空公司国际业务收入与2019年同期国际业务收入可知,两大航空公司国际业务收入仍有较大回升空间。

数据显示,今年上半年,中国东航实现国际业务收入50.7亿元,2019年上半年该项收入金额为176.18亿元;今年上半年,南方航空实现国际业务收入144.52亿元;

2019年上半年国际业务收入供给192.35亿元。

此外,从利润角度来看,中远程航线的恢复也有望改善航司情况。

“一般情况下,国际航线或洲际航线的平均利润率比国内航线要高一些。”程超功告诉记者,随着国际航线的加快复苏,宽体客机占比较高的航司的盈利水平有望得到改善。但国内民航客运行业的宽体客机占比仅为12%,国际航线的加快恢复可以在一定程度上改善相关航司的业绩,但行业基本面的大幅改善还是要依赖于全行业的加快复苏。

“今年或是疫情发生以来国内民航业业绩最差的一年,剩余的一个多月大概率不能扭转这个结果。”程超功表示,但疫情防控二十条的出台让业内看到了逐渐向好的大趋势,三季度以来国内经济稳定向好的大格局也为行业复苏提供了有力支撑。

腾讯三季度净利实现正增长 数实融合收入占比提至32%

■本报记者 李春莲
见习记者 袁传玺

11月16日盘后,腾讯发布了2022年第三季度业绩报告。财报显示,第三季度腾讯实现营收1400.93亿元,同比下降2%,跌幅收窄;在非国际财务报告准则下,实现净利润322.54亿元,同比增2%。

一位专注于TMT行业的券商分析师对《证券日报》记者表示,“腾讯非国际财务报告准则盈利在经历了四个季度的下滑后,重新实现同比增长。这得益于本季度腾讯降本增效的一系列动作,不但缩减不必要的成本项目开支,小程序、海外游戏、腾讯会议等业务增长也是很可观的。”

同日,腾讯宣布将派发9.58亿股集团股份作为特别股息。去年12月23日,腾讯首次将其持有的约4.6亿股京东A类普通股作为中期股息派发。

“腾讯对美团是一笔非常成功的投资,双方经历了一起成长的过程。目前来看,派息美团股票也并非不看好美团公司,而是出于收缩投资版图需要。”艾媒咨询CEO张毅告诉《证券日报》记者,未来腾讯在投资布局上应有新的考量。

值得一提的是,第三季度腾讯持续开展股份回购,根据公告,公司于联交所以总代价约133亿港元(未计开支)购回4284万股股份。购回的股份其后已被注销。

国际市场游戏收入 增长3%至117亿元

从收入构成来看,腾讯收入由四部分构成,即增值服务业务、网络广告业务、金融科技及企业服务业务、其他。

其中,作为支柱收入来源,第三季度,腾讯增值服务业务收入为727亿元,同比下降3%,其中本土市场游戏收入下降7%至312亿元,国际市场游戏收入增长3%至117亿元,社交网络收入下降2%至298亿元。

腾讯表示,本土市场游戏收入下滑,是由于行业过渡性的挑战导致付费用户减少所致,就单个游戏而言,《王者荣耀》及《和平精英》的收入减少,而《英雄联盟手游》《重返帝国》及《英雄联盟电竞经理》等最近推出的游戏收入增加。另据财报显示,2022年7月份,腾讯未成年游戏时长同比大幅下降92%,占本土市场总游戏时长比例已降至0.7%。

不过,第三季度腾讯收入成本控制稳定,第三季度,公司收入成本为781亿元,同比下降2%,以收入百分比计,收入成本为56%,相较于去年同期总体保持稳定。腾讯表示,“这得益于组织内部实施的降本增效措施,而被我们在重点战略领域的持续投入(尤其是视频号服务)所抵消。”

研发投入150.8亿元 扎根数实融合主战场

值得一提的是,代表数实经济的金融科技及企业服务业务在第三季度收入448亿元,同比增长4%,收入占比提升至32%,扛起了腾讯业务稳增长大旗。从2019年一季度,腾讯首次披露该板块营收至今,数实经济板块收入从218亿元增长至2022年第三季度的448亿元,接近翻倍,逐步成长为腾讯稳增长的压舱石。

根据国际权威行业研究机构IDC最新发布报告,腾讯云整体市场份额继续稳居国内第二。其中,PaaS增速同比达到46.7%,高于市场平均增速。

腾讯数实经济板块近年来快速发展,也得益于腾讯长期投入和前瞻布局。财报显示,腾讯第三季度研发投入达到150.8亿元,同比增长9.8%,2022年前三季度研发投入已经超过450亿元。

这些持续投入夯实了腾讯的自主创新能力,并初步实现了成果转化和落地。特别在数实融合主战场,一些“高精”前沿技术已经在切实助力实体经济。今年9月份,腾讯首次对外全面阐释“全真互联”,将通过实时音视频、远程交互、数字孪生等系列前沿技术的应用,助力传统行业解决实际问题,为实体经济贡献新动能。

数实融合正在成为全真互联的主战场,未来将广泛应用于金融、工业、文旅、地产、教育、能源、农业等各个领域,帮助实体经济提高生产效率。持续“向实”之路,需要提升服务能力,离不开腾讯在操作系统、大数据和服务器等领域的底层能力架构。

“派息式”减持美团 投资版图或将重构

此外,“派息式减持”再度上演。腾讯财报称,将公司持有90.9%(9.58亿股)的美团B类普通股作为特别中期股息。

以11月15日美团收市价每股166.4港元,待分派的美团股份的总市值约为1594亿港元,分派比例为10:1。腾讯总裁刘炽平同时卸任美团董事。

去年12月23日,腾讯将其持有的约4.6亿股京东A类普通股作为中期股息派发。

“腾讯派息美团股票,与此前派息京东股票的逻辑是一样的,是属于较为温和的剥离资产的方式。”和合首创(香港)执行董事陈达告诉记者,选择派息的方式,一方面减少对相关公司在二级市场上的股价波动,另一方面,也可以回馈股东。

有市场人士认为,目前看来,腾讯会对长期投资组合进行定期审视,在经历了腾讯的长期助力后,大多数投资项目会实现自我造血。完成阶段性成长目标,腾讯会择时退出,同时以投资回报回馈股东。

记者根据财报梳理,今年前三季度,腾讯处置投资公司的收益净额约为661.90亿元,其中第三季度就高达423.27亿元,而去年同期为179.32亿元,同比增长136%。上述券商分析师表示,“今年以来,腾讯的投资主要集中在海外市场,对于国内市场的投资步伐明显有所调整。投资行为将聚焦在公司业务协同上。”