

前不久的丰巢收费一时之间闹的沸沸扬扬。

如今，丰巢又放出了一大招！



曾经的争锋相对，再到现在的握手言和，二者似乎给大家上演了一出电视剧里面才能出现的情节。

然而殊不知，这背后藏着一个更深层次的含义：快递柜行业现在已经变天了，双方的这次合作是成功地将快递柜行业拉进了“寡头”时代。

按照数据显示，截至2020年3月31日，丰巢共投入了约17.8万个快递柜，柜机占比约44%；中邮速递易柜机占比约25%，其次是云柜、富友、菜鸟、京东物流等其他品牌快递柜，占比均不超过10%。



丰巢和中邮速递合并势在必行

行业中老大和老二突然之间的合并，对整个行业无非是一个重磅炸弹。但是究其缘由，往往还得从源头说起。

近年来，随着互联网和电商的进一步发展，网购已经成为了人们生活的日常，与此同时，伴随的是快递业务量的与日俱增，根据数据表明，2019年，全国快递业务量累计完成635.2亿件，同比增长25.3%。



如今，丰巢与中邮速递重组，也是同样的道理，都是为了满足用户和快递业的需求，提高整个行业的效率。

另一方面，丰巢与中邮速递重组，很大程度上是“抱团取暖”。一直在烧钱，也一直在亏钱，此举是为了共同面对困难，扭转亏损。

与近年国内科技公司的并购类似，丰巢与中邮速递的合并，可能意味着这一行业的主要竞争者试图告别烧钱扩张。

数据显示，丰巢开曼2019年营收16.14亿元，净亏损7.81亿元，今年一季度营收3.34亿元，净亏损2.45亿元。中邮智递去年实现营收4.29亿元，净亏损5.17亿元，今年一季度营收7022万元，净亏损1.59亿元。两家公司去年合计亏损近13亿元。



丰巢未来的破局之道

丰巢与中邮速递之间的重组合并，我想这仅仅算是丰巢快递柜行业布局的一小步，接下来，或许将会有更大的动作。

首先，对于丰巢而言，如何能有持续造血的能力将是盈利的关键。

现在的丰巢主要还是通过广告业务和收取快递员的寄存费为主要盈利手段，这样的盈利方式确实是很单一。

事实上，早期的丰巢为了探索盈利的模式，也是绞尽了脑汁。为此，丰巢在微信公众号上开设了主营水果、美妆、酒水、家居的特惠商城。并于2018年6月，将公众号名称由“丰巢快递柜”变更为“丰巢智能柜”，意图摆脱“快递”单一定位。

融资历程 4 天眼查

序号	融资日期	交易金额	融资轮次	估值	比例	投资方	新闻来源
1	2018-01-23	20.7亿人民币	战略融资	90亿人民币	23%	<ul style="list-style-type: none"> · 顺丰控股 · 中通快递 · 汇丰投资 · 韩商发展 · 丰巢投资 · 荣盛创业 · 鼎晖吉平 · 鼎晖投资 · 普洛斯 · 钟鼎五号 · 钟鼎五号晋盛 · 长盟成长 	丰巢新一轮融资达20.7亿元；估值达90亿 去年前9个月营收2.7亿元
2	2017-01-06	25亿人民币	A轮	-	-	<ul style="list-style-type: none"> · 金石资本 · 钟鼎创投 · 原股东继续追加投资 · 鼎晖创投 · 德通创投 · 雷开创投 · 顺丰控股 · 中通快递 	丰巢快递柜丰巢完成25亿元A轮融资，由顺丰领投，雷开、钟鼎、德通跟投 重磅 丰巢融资5.4亿估值20亿元

如今背靠阿里这座大山，集齐四通一达的菜鸟，实力自然是不容小觑的。虽说菜鸟快递柜入局算是晚的，市场份额暂时也是比不上丰巢，但是假以时日，凭借着强大资本和科技运营手段，菜鸟快递柜有可能会成为一匹黑马。所以丰巢应该时刻保持清醒的头脑，勇敢去面对未来各种竞争对手发来的挑战。

如今的丰巢，做是做大了，但是如何能够保持长久的生命力，还是得从用户角度切入。同时，在此基础之上，探索出适合自己的多渠道盈利方式，才是属于它的上上

策。

现在就看丰巢接下来会给我们带来怎样的惊喜了！

作者：何晓峰