

中通IPO獲開綠燈 傳籌156億

營運續恢復 上季收入增18%

中概股「回港」再添一員。阿里巴巴(09988)有份持股的中通快遞，日前通過港交所上市聆訊，其IPO將採取「同股不同權」機制，市傳初步集資額約20億美元(約156億港元)。初步招股文件顯示，中通2019年多賺29%，盈利56.7億元(人民幣，下同)，不過受疫情影響業務營運，今年上半年淨利潤約18億元，按年跌近11%。

中概回港

大公報記者 李潔儀

中通的美股市值約248億美元(約1934億港元)，是「三通一達」(即圓通、申通、中通、韻達)之中市值最高的一家。

不過，疫情爆發令中通分支機構、分揀中心和服務網點一度關閉，令中通快遞今年第一季的收入減少14.4%至39.16億元，淨利潤下跌45.6%，至3.71億元。

隨著業務逐步恢復營運，中通今年第二季收入按年回升18%至64.02億元，淨利潤同比增長6.5%至14.54億元。

按照業務劃分，今年上半年，中通來自快遞服務收入錄得89.47億元，按年微升1.4%。貨運代理服務收入升19.3%至7.63億元，通過向網絡合作夥伴出售物料，例如便攜式條形碼讀取器、熱敏紙和ZTO品牌的包裝材料和制服等，相關收入則下跌0.6%至4.98億元。

連敬涵：有前景但短炒無肉食

勤豐證券資產管理董事總經理連敬涵直言，近期中概股回歸，上市首日僅升約5%，扣除交易手續費，基本上是「無肉食」，百勝中國(09987)首

日更要潛水，散戶要倒蝕，因此，他並不建議認購中通快遞。

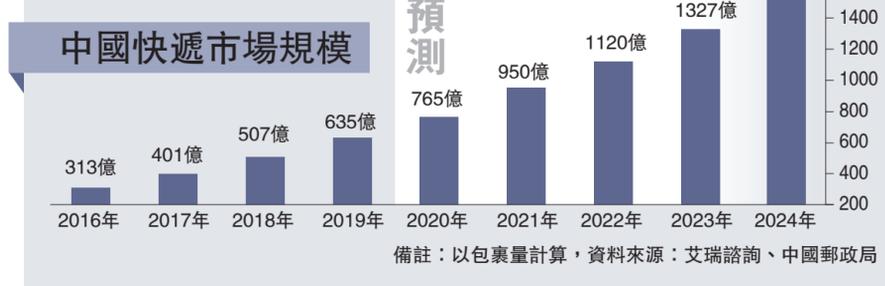
不過，連敬涵認為，中通所處的快遞行業有一定的前景，否則阿里巴巴(09988)不會入股，惟面對市場競爭，要留意中通的毛利表現及成本控制等因素。

市場統計數據顯示，2019年中國快遞業務量超過635億個包裹，按年上升25%，估計2020年將進一步增至765億個包裹。

中通2019年總包裹量達121億件，單計「雙11」當日訂單量突破2億件。截至今年6月底止上半年，包裹量按年上升三成至70億件，當中超過90%來自電子商務平台。

截至今年6月底止，中通的網絡基礎設施包括90個分揀中心、282條自動化分揀線，由約9050輛自營幹線車輛服務和超過3400條幹線線路，網絡覆蓋全中國99.2%的城市和縣區。

中通早於2016年10月27日在美國紐交所上市，當時發售7210萬股ADR，招股定價為19.5美元，首日掛牌大跌15%至16.57美元。在2019年，中通美股股價表現介乎15.30美元至23.67美元。



同股不同權機制 阿里投票權僅2.6%

股東背景

【大公報訊】記者李潔儀報道：電商行業發展如火如荼，阿里巴巴(09988)早已布局智慧物流、全國物流網絡。中通快遞的初步招股文件顯示，阿里巴巴持有中通快遞上市前約8.7%股權，為第二大股東。

阿里巴巴在2018年5月，夥拍菜鳥網絡向中通快遞戰略投資13.8億美元(約108億港元)，加上先後入股圓通、申通及韻達，形成「三通一達」收歸於阿里之下。

目前，阿里巴巴持有中通A類普通股約6830萬股，佔總股數8.7%，惟在同股不同權機制下，該批股份的投票權只有2.6%。

根據中通快遞採用的同股不同權機制，A類普通股持有人每股可投一票，而B類普通股持有人每股可投10票。

該批股份包括由阿里巴巴的Alibaba ZT Investment持有約5790萬股、New Retail Strategic Opportunities Investments(NRF)持有463萬股、菜鳥網絡的Cainiao Smart Logistics Investment持有約580萬股。

至於中通快遞的大股東，是由創始人、董事長兼首席執行官賴梅松的家族信託The LMS Family Trust持有的Zto Lms Holding Limited，掌控A類及B類股份共2.09億股，佔普通股總數26.7%，其投票權有78.2%。

招股書爆料 中概股在美被針對

沽空目標

【大公報訊】記者李潔儀報道：面對中美局勢緊張，不少中概股選擇棄美回歸，中通快遞的招股文件提到，大部分在中國經營業務，而到美國上市的公司，一直是被沽空的對象，甚至遭調查及指控，影響股價表現。

中通在風險因素中披露，沽空者採用的技術可能會壓低公司在美國存託股的市價。招股文件指出，一旦成為沽空對象，多數審查及負面宣傳，將集中在對財務報告缺乏有效內部控制導致財務及會計違規及錯誤、企業治理政策不足或不遵

守有關規定的指控上，多數情況下還包含欺詐指控。

作為美國上市的中國企業，中通直言，倘若公司成為指控對象，無論指控被證明是真實或是失實，都需要花費大量資源來調查有關指控或進行辯護，當中或涉及高昂的成本及耗時，導致管理層無法專注發展業務。

中通認為，即使最終證明有關指控是毫無依據，針對公司的指控會嚴重影響業務營運及股東權益，甚至對美國存託股的投資大減或變得毫無價值。

競爭激烈 行業走向整合是必然

新聞分析

【大公報訊】記者李潔儀報道：電子商務市場持續增長，直接推動中國的快遞市場發展，2019年中國快遞行業收入突破7000億元(人民幣，下同)，貢獻GDP約0.76%比重。

目前，全國有超過57萬間物流公司，整個快遞行業處於高度分散，每個物流細分市場的競爭都非常激烈，甚至進入競爭淘汰賽的階段，令快遞行業走向整合集中，最終形成寡頭格局。

如果要評估快遞公司的關鍵營運指標，可以從單票成本和單票收入着手。為搶佔市場，六大快遞公司近年不惜大打價格戰，導致單票收入普遍下降，上半年遇着疫情影響，快遞行業的單票收入便減少20%至30%不等。

可以說，整個快遞行業已由暴利變成微利，毛利率下降成為不可逆轉的趨勢。

看看中通快遞的上市招股文件，雖然生意越做越大，單票平均運輸成本由2017年的0.39元降至約0.34元，但毛利率並沒有受惠於規模效益，反而連年下跌，由2017年的33.2%降至2020年上

半年只得25.1%。

長期的價格戰似乎在所難免，快遞企業只能通過精细化管理，結合供應鏈數碼化，用人工智能、大數據等，從而實現降本增效的手段。

電商巨頭阿里巴巴(09988)先後入股「三通一達」，早前進一步增持圓通股份，在快遞物流領域再下一城。至於阿里持股的中通，回港上市進入直路，為中通籌資發展搶市場做好部署。

2019年中國快遞市場份額排名

排名	公司	市佔率
第一位	中通	19.1%
第二位	韻達	15.8%
第三位	圓通	14.4%
第四位	百世	11.9%
第五位	申通	11.6%
第六位	順豐	7.6%
其他公司		19.6%

備註：按包裹量計算 資料來源：艾瑞諮詢

粵港澳構建自然教育生態圈



「2020粵港澳自然教育季」主題宣傳活動舉行

「2020粵港澳自然教育季」主題宣傳活動正在舉行，將持續到9月底。廣東省林業局有關負責人表示，廣東在內地率先啟動自然教育工作以來，以建設全國自然教育示範省為目標，並攜手港澳構建自然教育生態圈；至今舉辦各類自然教育活動近2萬餘場次，420萬人次參與活動，有力推動了粵港澳青少年生態文明教育。據最新規劃，到2023年，廣東將建立100個自然教育基地，每個地級以上市至少建設一個自然教育基地，打造人與自然和諧的美麗粵港澳大灣區。

在「2020粵港澳自然教育季」期間，廣東省林業局聯合聯動全省50個廣東省自然教育基地、各自然保護地、林場等單位，開展數百場森林體驗、自然觀察、自然導賞、夜觀、夏令營、公益課程等自然教育特色主題活動；包括廣州海珠濕地「自然教育夏令營」課程、韶關丹霞山「野生植物辨認大賽」等，深受粵港澳青少年喜愛。

廣東省自然教育基地總數達到50個

據統計，僅今年上半年廣東開展自然教育活動的陣地就達100多個，參與人員達120多萬人次，雲觀蝶、雲植樹、雲導賞、雲觀鳥、雲觀花、雲課程等一批「雲」系列自然教育活動，疫情期間更是讓



廣東在南粵古驛道上首次開展自然教育古驛道行活動

廣大青少年足不出戶就接受豐富多彩的自然教育。同時，「2020年廣東省自然教育基地」名單出爐，廣東樹木公園、廣東省龍眼洞林場、廣州動物園等30個自然教育基地上榜，使廣東省自然教育基地總數達到50個。

廣東省林業局有關負責人指出，近年來自然教育工作在粵港澳地區快速發展，湧現了以深圳、廣州、韶關等區域輻射力強、示範帶動效果好的自然教育板塊。特別是從2018年以來，粵港澳地區聯動成立粵港澳自然教育聯盟，搭建大聯盟、大平台，建立自然教育體系和標準，構建粵港澳自然教育生態圈，推動自然教育工作迅猛發展。

同時，廣東推動近50家自然保護地預約開放，建設各類自然教育場所上百個，中國紅樹林博物館等一批博物館、植物園、科普館等陸續啟動建設，粵港澳青少年合作交流、灣區生態圈合作保護等持續增強，形成了政府主導、社會支持、公眾參與、社區共建的良好發展格局，為建設全國自然教育示範省奠定了重要的基礎。

搭建粵港澳自然教育合作交流平台

「2020年是廣東省自然教育工作全面鋪開之年，廣東省林業局將以建設全國自然教育示範省為目標，加強建設、搭建平台、提升服務，聯動構建粵港澳自然教育生態圈。」廣東省林業局有關負責人稱，首先，全力推動廣東省自然教育基礎設施建設，建成覆蓋廣東省全民自然教育基地網絡，新建一批自然博物館、科普館、自然教育徑、自然教育之家。

其次，加強粵港澳自然教育人才交流培訓，培育一批自然教育服務機構、導師、志願者，開發更多的自然教育線路、產品和課程，加快普及青少年生態文明教育。此外，推動全省綠色生態空間共享，搭建粵港澳自然教育合作交流平台，做好粵港澳自然教育講壇、嘉年華、教育季等品牌活動建設；建立社會多元跨界合作平台，構建人與自然和諧共生的生命共同體。

(特刊)