

苏宁易购引入国资为哪般

本报记者 周雷

不久前，苏宁易购集团股份有限公司(以下简称“苏宁易购”)宣布引入国有战略投资。本次交易完成后，深国际控股(深圳)有限公司(以下简称“深国际”)将持有苏宁易购8%的股份，深圳市鲲鹏股权投资管理有限公司(以下简称“鲲鹏资本”)持股比例为15%，深国际、鲲鹏资本均为深圳国资。

苏宁易购表示，本次引进国资战略股东，有利于公司进一步聚焦零售服务业务，提高公司资产及业务的运营效率和盈利能力，有助于更快推动企业长期战略的实施落地。这正应了苏宁创始人张近东的说法：“在内外多种因素交织的2021年，注定会成为苏宁发展过程中意义特殊的一年，也必将是苏宁近十年发展的转折之年”。

缓解债务压力

今年2月25日，苏宁易购突然停牌，并发布公告称，收到公司实际控制人、控股股东张近东以及股东苏宁电器集团有限公司通知，拟筹划本公司股份转让事宜，预计转让比例为20%至25%，股权受让方属于基础设施等行业。根据拟转让股份比例，预计可能涉及公司控制权变化。由此引发多方猜测。

自去年11月以来，苏宁易购就卷入“债务危机”传闻漩涡之中，有关债券价格大跌。苏宁迅速出手，在3个月内兑付债券179亿元，也未彻底打消投资者疑虑。

今年2月10日，信用评级机构中诚信国际发布公告，将苏宁易购的评级展望由稳定调整为负面。中诚信国际表示，苏宁易购短期债务占比一直处于较高水平，且可动用货币资金对短债的覆盖能力较弱。苏宁易购股东苏宁电器本部债券集中兑付压力较大。截至2月10日，苏宁电器今年内到期及回售公司债券本金为104.88亿元。

业界注意到，今年2月1日，苏宁电器对“16苏宁01”开展置换要约。此外，苏宁易购实际控制人将苏宁置业集团有限公司及苏宁控股集团有限公司的大部分股权进行质押。上述情况反映出企业流动性较为紧张。

在债务承压的同时，苏宁易购盈利状况堪忧。2020年，在新冠肺炎疫情蔓延、零售市场竞争激烈的背景下，苏宁线下零售板块经营承压，同时线上零售板块及物流板块投入加大，导致经营出现较大亏损。上市公司业绩预告显示，2020年苏宁易购扣除非经常性损益后的净利润亏损预计为60.87亿元至65.87亿元。

上市公司业绩快报显示，2020年，苏宁易购实现营业收入2584.59亿元，商品销售规模4163.15亿元。

引入国资后的苏宁易购股权结构：



上市公司业绩预告显示，2020年苏宁易购扣除非经常性损益后的净利润亏损额预计为60.87亿元至65.87亿元。

分析人士认为，从此次方案来看，股权结构、治理结构设计充分市场化，也充分尊重张近东以及其所领导的管理团队的能力和价值观。

聚焦零售主业

苏宁是实体零售业互联网转型的代表性企业，其以“科技转型、智慧再造”为核心，实现线下实体店与线上易购平台共同发展。

目前，苏宁由传统家电连锁企业转型为智慧零售巨头，着力服务“全客群”、经营“全品类”、拓展“全渠道”。近年来，苏宁更是不断聚拢资源，股权投资接连不断。比如，48亿元收购家乐福中国80%股权、42.5亿元收购天天快递、27亿元收购万达百货、3.34亿美元控股PPTV、6600万美元收购红孩子母婴……此外，苏宁还重金投入足球项目，控股了意大利国际米兰俱乐部。

这些投资在业内看来，转型大方向是对的，那就是打造综合性零售集团，通过必要的战略并购，快速布局卡位，在互联网零售中赢得主动。但不得不说，苏宁的一些投资离主业较远，分散了精力和资源，出现亏损甚至拖累了公司发展。此外，持续大手笔投资需要稳健的现金流支撑，而苏宁核心主业盈利能力也不足以支撑。

于是在今年春节后上班第一天，张近东就强调，2021年苏宁要牢牢把握“聚焦”和“创效”两大发展主基调，实现从商业模式向盈利模式的转变、从零售商向零售服务商升级。

“第4个十年，苏宁正在卸下包袱、轻装上阵，但同时也没有了回旋的余地。”张近东表示，针对不断变化的市场环境，苏宁将坚持聚焦零售赛道的优势业务，坚持效益优先的发展导向，既要有“宽路当窄路走”的定力，更要有“窄路作宽路行”的能力。

今年，苏宁将进行大刀阔斧的业务变革，加快开放赋能、优化线下店面结构、推动大快消供应链融合、推进物流网络的结构调整；将聚焦家电、自主产品、低效业务调整以及各类费用控制等4个利润点，强化苏宁易购主站、零售云、B2B平台、苏宁4个规模增长源。

“未来10年聚焦零售主业，要大胆调整，该砍的砍，该转的转。”张近东说。

在张近东表态后，天天快递承接的低价值、高亏损外部业务单量已计划进行快速调整；PP体育以及苏宁旗下的足球俱乐部也在加速调整；江苏足球俱乐部(原名为江苏苏宁足球俱乐部)也于2月28日下午停止运营。种种迹象显示，苏宁的改革步伐正在提速。

“拼多多过去几年的成长基本是靠规模和商业模式驱动的，但随着市场竞争越发激烈，拼多多必须用更精细化、更底层的核心竞争力驱动。”在谈及拼多多黄峥辞任董事长一事时，网经社电子商务研究中心主任曹磊在接受经济日报记者采访时这样表示。

3月17日，拼多多董事长黄峥发布2021年度致股东信，宣布经董事会批准后将董事长职位交接给联合创始人、现任CEO陈磊，一石激起千层浪。对于未来，黄峥称自己将结合个人兴趣，致力于食品科学和生命科学领域研究，并着眼于拼多多未来的长远发展，“去摸一摸10年后路上的石头”。

曹磊认为，出身技术研发的人通常具有一定情怀，希望成为某一技术领域的“大牛”或者真正意义上的科学家，这从黄峥辞任后专注的科学领域或可得到更多验证。

去年7月1日，黄峥卸任了CEO，他原本计划在一年整的时候和陈磊完成董事长职位的交接，但却提前辞任。在致股东信中，黄峥表示之所以会提前辞任是因为两点原因。一是行业竞争的日益激烈甚至异化让他意识到传统的以规模和效率为主要导向的竞争有其不可避免的问题。要改变就必须在更底层、根本的问题上采取行动，要在核心科技和基础理论上寻找答案。二是新冠肺炎疫情等原因导致的外部环境剧烈变化，加速了拼多多内部业务和管理迭代。拼多多从一个纯轻资产的第三方平台开始转变，在仓储、物流及农货源头进行新一轮投入，新业务迅速成长。黄峥认为，内部变化改变了拼多多，锻炼了新一代的管理者，是时候让更多“后浪”塑造属于他们的拼多多了。

对此，曹磊表示，黄峥投身科研也契合了经济和科技结合的潮流。他选择农业作为方向，很大程度上源于在工业互联网之外，看到了农业互联网的巨大机遇。

如今，技术派的陈磊接任拼多多后，未来会采取怎样的策略仍有待观察，不过从现阶段拼多多的发展态势中可以看出一些势头。陈磊在前段时间出席财报会时表示，去年，拼多多来自农(副)产品的成交额为2700亿元，占全年成交额的16.2%，远高于行业3%左右的平均占比，1200万农户通过拼多多将产品直接出售给了全国消费者。陈磊表示，拼多多将继续围绕线上线下，为农业价值链各个环节寻找优化解决方案。

不难看出，聚焦农业是拼多多未来的重头戏。“我们的这项工作正在深入推进中，预计需要几年的持续投入和建设，才能够让这个平台发挥潜力并且有效提升相关商品的履约效率。”陈磊在电话会议中称。

另外一个数据同样值得注意，2020年，拼多多投入研发费用为68.917亿元，较上年增长78%。由此可见，注重技术研发，也成为拼多多未来转型发展的基础选项。

本版编辑 周颖一 李景

拼多多掌门更替引发市场关注

黄峥为何辞任「去摸石头」

本报记者 李治国

长安汽车：强化战略引导 再攀自主品牌汽车品牌新高峰

近日，长安汽车公布最新销量数据。数据显示，2021年2月，长安汽车总销量为16.27万辆，同比增加465.82%；2021年1月至2月累计销量为41.47万辆，同比增加153.89%，位居中国品牌汽车前列。长安汽车销量上扬的背后，正是其“第三次创业——创新创业计划”成果的集中爆发。

多维布局，战略转型不遗余力

2017年，长安汽车对内发布了第三次创业——创新创业计划。彼时的长安汽车刚刚经历了2016年波峰到2017年谷底巨大变化。面对产业变革和市场变化，长安汽车做出了自己的判断：向智能出行科技公司转型。四年时间里，面对市场和环境不断变化，计划与时俱进，不断进化。

2020年底，第三次创业——创新创业计划对内更新到4.0版本，长安汽车将自己的定位更新到“智能低碳出行科技公司”。这是适应时代发展所做出的调整。

战略转型，长安汽车不遗余力。从服务提升、品牌向上、智能化、新能源、新业务多维度布局，全面推进。品牌标识和面貌也焕然一新。

从服务客户向经营客户转型。长安汽车深入洞察客户需求，以客户愉悦为价值核心，实现从被动服务到主动服务、从服务车到服务人、从合同纽带到情感纽带的三级进阶。

从经营产品向经营品牌转型。为满足不同客户需求，长安汽车构建起了全新品牌架构，不断推动品牌向上。目前，长安已形成整车品牌和新业务品牌两大类品牌群，包括长安汽车、欧尚汽车、凯程汽车和AB汽车(高端)四个独立整车品牌，长安出行、车和美等新业务品牌。

从传统产品向“智能化+新能源”产品转型。长安汽车依托行业领先的全球研发体系，以打造经典产品为核心，致力于将“智能化”和“新能源”打造成



长安汽车全球研发中心

为长安品牌的标签。

聚焦两大核心竞争力，创新创业多点开花

在第三次创业——创新创业计划的指引下，长安汽车聚焦效率和软件两大核心竞争力，脚踏实地，多点开花，技术积累取得一系列成果。

在智能化领域，长安汽车在2018年发布智能化战略——北斗天枢计划。长安汽车已掌握三大领域200余项智能化技术，同时，实现智能语音、飞屏互动等70余项智能化功能在量产车型上的搭载。2020年3月，在中国率先实现L3级自动驾驶量产体验。2021年3月1日，长安汽车APA6.0远程智能泊车技术也在全球实现了率先发布。

在新能源领域，“香格里拉计划”有序开展。2019年，发布了“长安智慧芯”——长安新能源最

新研发的第三代控制器SVCU(智能整车域控制器)，性能提升70%，可适配混合动力、PHEV、纯电动、燃料电池等所有车型，其性能、品质和成本达到国际一流水平。

2020年6月，长安汽车推出高端产品UNI序列首款车型，UNI-T以“未来科技量产者”的姿态开启长安汽车对新时代汽车产品的探索。2020年11月，长安汽车亮相推出代际领先的未来科技中大型SUV车型UNI-K，搭载蓝鲸新一代2.0T黄金动力总成和高阶智能科技，让未来美好触手可及。

经过多年的耕耘，长安汽车建立了良好的用户美誉度。截至2020年，长安系中国品牌用户累计突破1900万。在客户群体中，长安汽车开展粉丝狂欢月、粉丝盛典大型客户关怀活动，截至2021年2月，会员已达1620万人。在2020年中国消费者协会对全

国15个城市20个汽车品牌4S店的测评中，长安汽车获得84.2分的优异成绩，位居自主品牌服务满意度前列。

紧贴“十四五”规划，再攀创新发展高峰

创新发展，永不止步。未来五年，长安汽车将紧贴“十四五”规划，强化制造优势，加快科技能力提升。以科技为手段、“智能化、电动化”为特征，推动公司向共享产业、生态产业发展，形成“新汽车+新生态”的产业公司。

为快速构建长安汽车软件核心竞争力，2019年12月，长安汽车软件科技公司正式成立。按照计划，到2025年，长安汽车将建立5个全球体验中心、9大体验研究基地，打造万人级客户体验团队，形成亿级客户体验大数据；建成L4级自动驾驶的智能开放平台，L4级智能驾驶产品上市，车载功能将完全实现语音控制；打造5000人规模的开发团队，软件开发人员占比提升至60%。

自主品牌的向上向新之路，征程依旧漫长。长安汽车将继续保持谦虚奋进，奋楫波浪，携手中国品牌汽车齐头并进，共攀中国品牌发展新高峰。

(数据来源：重庆长安汽车股份有限公司)



长安UNI-K

·广告