

电商上演“三国杀” 重金血拼四战役

□本报记者 李少林 王荣



CFP图片

价格战

刺刀见红 断货频现

某公司职员方先生通过苏宁易购和京东商城的网站,比较此前关注的一款电视机价格变化。方先生一直在关注某品牌一款52英寸的3D网络电视,这款电视原来价格为15000元左右。昨天,苏宁易购的价格已经降至11814元,而在京东商城的价格同样是11814元。不过,京东商城上该款产品已经显示无货。

包括一淘、有道等多家比价网站开通此次“8.15比价节”的直播频道,对苏宁易购、京东商城、国美网上商城的价格战进行直播。

在这些网站的比价过程中,苏宁和京东针锋相对,互不相让。比如,京东商城的一款按摩椅最初报价比苏宁高出3000元。但不久,京东商城将该款按摩椅的价格下调4000元,价格直接比苏宁易购的价格低1000元。但该款产品只在上海有现货,北京同样无货。

这种最低价格商品往往缺货的现象,在几家电商都不同程度存在。在一淘网举办的电商比价擂台直播间,同一类产品,苏宁、京东、国美等的价格各有不同,各公司也存在缺货情况。其中,价格最低的商品,缺货现象比较严重。

有消费者说,一款32英寸电视机产品,京东价格从7099元降至4099元,苏宁从3588元降至2299元。之后京东迅速跟降至2288元,然后京东又再次提价,从2288元改回4099元。最终,京东和苏宁的价格都改为2599元。

同时,有电商爆料,某电商部分商品售价从8月14日24:00时开始涨价,涨幅高达15%以上。

据监测显示,这家电商至少超过100款家电及消费电子商品上调价格:如“三星UA40EH5080R 40英寸全高清LED液晶电视从3999元上调至4599元,涨幅达15%,创维42E6BRN 42英寸互联网LED电视(黑色)从2899元上调至3499元,涨幅达21%。”

根据一淘网的统计,截至当日19时,京东商城有346款产品价格最低,而苏宁易购有187款产品价格最低。但有网友表示,京东商城有不少产品都显示无货。

10亿增持驰援

仍然较大。

股价上演大逆转

受京东商城掀起针对苏宁、国美的新一轮价格战,以及苏宁电器发债融资80亿元的消息影响,14日苏宁电器放量大跌7.11%。投资者预期公司深陷惨烈价格战将导致业绩严重受损,同时担心公司资金出现缺口。悲观情绪延续至15日上午,早盘苏宁股价低开1.53%后迅速走低,盘中最低探至5.57元,跌幅一度超过5%,到中午收盘时,股价报5.68元,跌幅3.40%。

逆转发生在午后,受中午休市时公司公告称,第二大股东苏宁电器集团将斥资10亿元增持股票的利好消息

成为舆论关注的焦点。有消费者反映,电商的价格战挺热闹,但很多商品都没有货。供应链的问题更因海尔在价格战开战前宣布退出与京东的合作,而备受关注。青岛海尔(600690)股价15日下跌2.35%。

海尔电子商务总经理宋宝爱日前接受环球企业家杂志采访时表示:“因京东商城价格太低,我们已于今年8月份停止与其合作。目前还与国美苏宁合作,因为他们都是统一集采,我们无法回避。”但随后,海尔电器宣传部门表示,集团层面并没有传出与京东终止合作的消息,需要进一步核实。

刘强东15日临时召开媒体沟通会。他表示,这次价格战酝酿已久,只是从预期的四季度提前到三季度。他说:“三年前,京东进入家电领域就注定了这场战争一定会到来。”刘强东表示,京东商城每年保持150%的增长速度,使得其与苏宁的规模差距减小,在这种情况下,双方的一场恶战年内必定死掉。

长虹集团新闻发言人刘海中在接受采访时表示,价格竞争是市场行为,但前提是不能损害到消费者和供应商的利益。他认为,电子商务刚刚起步,正在摸索建立自己的商务模式,这一时期,需要政府部门引导企业,对市场进行规范。

近两年来,国内几大家电厂商都开始构建电子商务事业部,在网络销售方面进行布局。厂家们心里都明白,网络销售未来将成为主流,谁也不愿意在这方面出现战略失误。但也有供应商对电商价格战表示明显不满。广东某彩电巨头老总抱怨,电商在谈判时,要求将线下的合作模式带到线上,其中主要是京东商城担心的问题,各股东也明确表态,在价格战中,需要多少钱都给。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。

在经营现金流方面,刘强东同样信心满满。他表示,在大家电领域,国美、苏宁有25%的毛利率,但只能赚3个点。也就是说,他们的成本达到22%,而京东的成本只需要6%。”

但是,因为进货价高、账期短,京东需要更多的流动资金。据悉,在进货价格方面,京东商城比国美、苏宁高出3个点左右。与此同时,国美、苏宁具有120天的账期,而京东对家电厂商只有30天的账期。

单日振幅创历史之最

苏宁股价大逆转是底还是套

增持会否重蹈“被套”覆辙

此次苏宁电器集团宣布10亿增持计划,维护股价的目的颇为明显,尽管力度空前,不过效果仍有待观察。

事实上,今年以来苏宁电器的大股东及管理层在维护二级市场股价上可谓煞费苦心。今年年初,苏宁电器管理层就进行过一次颇为引人注目的增持,当时包括董事长及总裁在内的16名核心管理人员,增持近2亿元的苏宁电器股票,平均增持价格在8.46元左右,不过如今已被深套逾20%。此后,大股东以现金参与增发,增发价12.15元,目前已几乎接近腰斩。

分析人士表示,电商价格战实际

上就是资金消耗战,无论是苏宁还是京东,都需要庞大的资金支持。相比之下,苏宁融资渠道较多,但顺利融资的条件之一就是投资者对股价具有信心。若股价疲软,融资就会遭遇困境。因此,苏宁电器年内抛出两次增持计划,其最重要目的就是融资。

不过,今年以来,苏宁电器股价年内跌幅21.95%,而同样身为家电连锁巨头的国美电器股价年内更是下跌超过60%。在家电需求低迷以及电商分流大量客户的严峻形势下,转型期的苏宁电器,其业绩和估值前景并不乐观。瑞银证券指出,参照百思买与亚马逊近年来的趋势对比,苏宁电器股价将持续承压。

基金忧心 苏宁转型模式

□本报记者 曹淑彦

实习记者 曹乘瑜

公募基金和私募基金人士对“电商价格大战”关注的焦点在于,这场战役将对电商行业产生什么影响。业内人士认为,无论京东与苏宁谁最终获胜,对苏宁的市场投资者而言或许都不是好事。而对于苏宁转型电商的前景,基金人士认为存在较多不确定性,今年以来整体逐步减持苏宁。

电商前景不错但目前难赚钱

电商上演价格大战,吸引公募基金和私募基金围观。然而,在他们眼中,价格战“升温”带来的是对电商投资“降温”。

有公募基金业内人士表示,在这场电商大战中,无论最终胜出的是苏宁或者京东,都意味着零售业向B2C转变将成为一种趋势和潮流。该人士认为,零售业的发展历程具有一定规律,每隔一段时间就会发生变革,例如从传统的百货公司到超市的出现,从家电店面零售再到电商。这场电商价格大战表面看是一场价格战,但背后是标志着零售业业态发生变化。苏宁、京东、国美、当当等几家电商,网站实力较强,但只有在成本控制、营销渠道、物流等方面具备实力的电商才能最终胜出,也不排除出现寡头垄断局面。

一些私募基金则表示主要是“看热闹”,不过电商企业“烧钱”也烧去他们对电子商务的兴趣。北京源乐晟的TMT研究人员认为,随着网购行为普及、出行成本增加、网络支付体系的完善、信用意识的提高等,电商行业未来具有不错的前景,但从基本面角度来看,在一两年之内,电商企业并不赚钱,现金流不能获得保证。该研究人员认为,价格战说明电商企业目前的发展思路是“先做规模,再摊薄成本”,并非创造利润,而这对投资者的思路,也导致苏宁电器14日和15日上午股价大跌。苏宁如果打赢价格仗,但却不能创造利润,而打输就将丢掉市场规模。不论是哪种结果,苏宁的投资者都不喜欢。”

上海精熙投资副总经理王征表示,家电业的大周期已经过去,因此他们并没有关注苏宁电器。一些私募人士表示,在电子商务中,看好手机支付。源乐晟的研究人员认为,电商行业未来拼的是平台设施和软件服务,一些垂直细分、经营思路较为明确的电商企业会被看好,因为他们不会因为外界扰动而改变战略。

基金整体减持苏宁但分歧犹存

苏宁电器长期以来一直为基金的重仓股。同花顺数据显示,截至今年6月底,基金整体持有苏宁电器6.42亿股,持股比例高达11.82%。截至7月5日,富国天益、嘉实主题精选两只主动管理基金均位列苏宁电器前十大股东。然而,今年以来,基金整体减持该股。今年一季度,基金共减持苏宁电器3.45亿股,二季度再减持1.85亿股。

具体来看,基金对苏宁电器投资判断也存在一定分歧。长期坚定持有苏宁电器的富国天益,在今年二季度减持56.96万股,而嘉实主题精选在二季度新进5928.51万股。

早在去年,就有基金经理表示不看好苏宁转型电商的模式,并进行大幅减持。该基金经理认为,苏宁放弃原有的主营业务模式,投入大量资金与京东进行PK,显然难度较大。

有基金经理则表示,不看好零售行业。传统零售行业业态上出现科技方面的创新,但这更类似于一种毁灭性创造,即以牺牲传统渠道来发展电子商务渠道。以苏宁为代表的零售行业在转型中存在一定问题,也存在不确定性,目前难以通过未来2-3年现金流对其估值,因此目前的态度仅为观望。

不过,也有业内人士透露,该公司旗下一只基金就钟情于苏宁电器,而且持有期限较长,买入成本比较低,即使出现短期的价格波动,影响也不大。



电商价格战15日如约展开。京东商城、苏宁易购、国美商城三家电产品的家电产品价格当日针锋相对,互不相让。

15日13时,京东家电部宣布,截至目前,京东商城15日大家电品类总销售额超过2亿元。而苏宁易购执行副总裁李斌向中国证券报记者介绍,截至18时,苏宁易购网站访客数比去年同期增长近10倍,整体销售规模同比增长10倍。“今天是第一天热身,明天会更精彩。”

当日,受苏宁电器集团将增持10亿元消息提振,苏宁电器股价涨停,报收6.47元/股。此前一天,苏宁电器下跌7.11%,国美电器(0493.HK)下跌6.94%。分析人士表示,如果能借此将消费习惯转移至互联网上,苏宁易购和京东商城“赔本赚吆喝”也是值得的,但真正受伤可能是供应商和其他电商。

舆论战 京东强势 美苏内敛

继14日扬言要比苏宁、国美价格便宜10%之后,刘强东15日继续做足舆论战功夫。15日上午,刘强东约见北京主要媒体记者,阐述发动价格战的目的和初衷。同时,不断更新微博,并于15日下午17时,开始进行微访谈回答网友提问。

相比之下,国美、苏宁的高管限于上市公司管理者身份,不能畅所欲言,在舆论战中完全处于下风。

刘强东15日临时召开媒体沟通会。他表示,这次价格战酝酿已久,只是从预期的四季度提前到三季度。他说:“三年前,京东进入家电领域就注定了这场战争一定会到来。”刘强东表示,京东商城每年保持150%的增长速度,使得其与苏宁的规模差距减小,在这种情况下,双方的一场恶战年内必定死掉。

尽管海尔方面回避从正面回应与京东的合作是否终止,但从刘强东此后的发言来看,双方合作并不愉快。

刘强东在被问及是否终止与海尔的合作时表示,只有愚蠢的企业才不与电商合作,不与电商合作的企业3年内必定死掉。

刘强东介绍,5000名“美苏”国美、苏宁)情报员的招聘工作已经启动,14日收到3000多份简历。首批情报员预计本周五到岗,将在苏宁客流量最大的北京地区选择排名前十的店面。届时情报员将统一着装,并具有20万元的商业保险。

刘强东称,京东下一步要实施的价格战举措是在京东网站公示苏宁线下所有的家电价格,并与京东上同型号的商品价格比价,力保将让苏宁线下的毛利从25%降到10%。同时,刘强东宣称,京东的战略目标从来都不是打败对手。我们一直致力于扩大规模、降低成本、锻炼团队、提升用户体验。”

对于京东的舆论战,国美的这场战争,供应商态度出现分化。刘强东表示,14日决定开展价格战之后,京东与供应商紧急沟通,但有1/3的供应商表示不支持,其中主要是海外品牌如三星、夏普等。

对于京东商城和国美的这场战争,供应商态度出现分化。刘强东表示,14日决定开展价格战之后,京东与供应商紧急沟通,但有1/3的供应商表示不支持,其中主要是海外品牌如三星、夏普等。

在供应链上,京东与苏宁存在明显的差距。苏宁易购李斌称,15日开始的大型促销,充分展现集团后台服务能力,全国88个仓储基地保证500个地级以上市和2000个县的配送,目前已基本完成第一天的目标。这次大型促销,年初就确定为15-20日,持续六天,从货源和促销上都做好充分准备。

相对而言,京东的仓储基地要少得多。不少网友抱怨京东大家电不能

配送到自己所在的城市。对此,刘强东宣布在年底前,京东商城将新开设10个家电仓,并且在2013年再开设25个家电仓,届时共有50多个大家电主仓,基本可以覆盖所有国美、苏宁能够覆盖到的城市。

业内分析人士表示,苏宁电器去年的销售额超过900亿元,而京东家电预计今年的家电销售额达到100亿元。对于供应商而言,不时搞价格战的京东,正在破坏自己原有的价格体系。

配送到自己所在的城市。对此,刘强东宣布在年底前,京东商城将新开设10个家电仓,并且在2013年再开设25个家电仓,届时共有50多个大家电主仓,基本可以覆盖所有国美、苏宁能够覆盖到的城市。

业内分析人士表示,苏宁电器去年的销售额超过900亿元,而京东家电预计今年的家电销售额达到100亿元。对于供应商而言,不时搞价格战的京东,正在破坏自己原有的价格体系。

苏宁电器15日午间突发公告称,收到公司第二大股东苏宁电器集团有限公司的通知,基于对公司发展前景的强烈信心,苏宁电器集团计划在未来的三个月内,对公司股票进行增持,增持总金额合计不超过10亿元。

苏宁电器集团的动作被解读为,苏宁股东支持其进行价格战。此前,苏宁电器向控股股东张近东和弘毅投资定向增发募集资金47亿元。日前,公司再度公告,拟发行公司债券募资80亿元。

而京东同样具有雄厚的资金储备。有消息称,京东正从机构投资者处融资10亿美元。但刘强东对此予以否认,称京东没有和私募谈融资,目前京东手里有87亿元现金,“只要账上87亿元的资金没有用光,就会一直打价格战。”刘强东认为,资金不是京东商城担心的问题,各股东也明确表态,在价格战中,需要多少钱都给。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。

在经营现金流方面,刘强东同样信心满满。他表示,在大家电领域,国美、苏宁有25%的毛利率,但只能赚3个点。也就是说,他们的成本达到22%,而京东的成本只需要6%。”

但是,因为进货价高、账期短,京东需要更多的流动资金。据悉,在进货价格方面,京东商城比国美、苏宁高出3个点左右。与此同时,国美、苏宁具有120天的账期,而京东对家电厂商只有30天的账期。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。

在经营现金流方面,刘强东同样信心满满。他表示,在大家电领域,国美、苏宁有25%的毛利率,但只能赚3个点。也就是说,他们的成本达到22%,而京东的成本只需要6%。”

但是,因为进货价高、账期短,京东需要更多的流动资金。据悉,在进货价格方面,京东商城比国美、苏宁高出3个点左右。与此同时,国美、苏宁具有120天的账期,而京东对家电厂商只有30天的账期。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。

在经营现金流方面,刘强东同样信心满满。他表示,在大家电领域,国美、苏宁有25%的毛利率,但只能赚3个点。也就是说,他们的成本达到22%,而京东的成本只需要6%。”

但是,因为进货价高、账期短,京东需要更多的流动资金。据悉,在进货价格方面,京东商城比国美、苏宁高出3个点左右。与此同时,国美、苏宁具有120天的账期,而京东对家电厂商只有30天的账期。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。

在经营现金流方面,刘强东同样信心满满。他表示,在大家电领域,国美、苏宁有25%的毛利率,但只能赚3个点。也就是说,他们的成本达到22%,而京东的成本只需要6%。”

但是,因为进货价高、账期短,京东需要更多的流动资金。据悉,在进货价格方面,京东商城比国美、苏宁高出3个点左右。与此同时,国美、苏宁具有120天的账期,而京东对家电厂商只有30天的账期。

刘强东表示,此前京东商城提出不会在2013年内IPO,但并不意味着京东不在2013年考虑IPO事宜。刘强东同时表示,价格战结束之后才会上市,而对于价格战的时间和结构,他认为三年后见分晓。这意味着,在2015年之前,京东商城不会上市。