

线上扩张 线下收缩

苏宁电器欲建“旗舰店+电子商务”

未来2-3年投入巨大 难见效益

□本报记者 王荣

苏宁电器集团的增持计划只让苏宁电器 002024)威风了半天,16日开盘公司即大幅下跌,到收盘下跌4.48%,报收6.18元/股,主力资金达5.79亿元。

据悉,抛售原因大体为,电商对传统家电零售冲击太大,且线上线下互博的问题难以解决。对此,苏宁电器副董事长孙为民对中国证券报记者表示,线上的苏宁易购必将与线下实体店融合。按照苏宁电器的构想,应是“旗舰店+电子商务”盈利模式,苏宁将成为信息服务商,只是成功与否需时间考验。

价格战换点销量

14日苏宁易购与京东商城“约架”之后,从百度指数上看到,8月15日用户关注度一度达到1378741的峰值,日环比增长达10倍以上。而经过15日实战,消费者发现这其实是一场有组织的“约架”——苏宁易购要流量、京东商城要规模,两者一拍即合。

“目前苏宁易购正处在做流量的阶段,价格战正好符合其预期。”业内人士指出,苏宁电器其实想做的是平台商。目前的电商行业,平台的毛利最高,天猫的相关负责人称其毛利达到50%左右,而京东商城等的毛利率仅10%左右。

苏宁内部人士坦言,流量资源是电商的核心,目前苏宁易购的注册用户只有1000万左右,等超过1个亿之后,可以做很多的事情。另外,孙为民也向记者证实,未来平台销售额要占易购销售额的三成,目前苏宁易购主要是自采自销占比达98%,其余2%左右才是平台的销售额。

苏宁易购执行副总裁李斌16日表示,将追加5亿资源,京东商城董事长兼CEO刘强东则表示要发放千元优惠券。

线下收缩 精细管理

苏宁易购如此强势,苏宁电器原有的线下实体店是否将因此逐渐消退?

“孙来还将新开门店。”孙为民回应记者,门店将逐步的从一二级市场向三四级市场坚定地推进,县级城市以及发达的乡镇是苏宁电

器实体店的主战场,并循序发展海外市场。同时,实体店将会做精。他说,实体店始终将存在,而且线上线下最后必将融合。

但电商的冲击毕竟打乱了苏宁电器的开店步伐。苏宁电器2011年年报显示,公司原本计划2012年新开各类连锁店总数426家,新进入39个地级城市,但上半年实际完成了新开79家门店任务,下半年新开347家门店的可能性或不大。

今年以来,受京东商城、当当网、天猫等电子商务的围剿,实体店虽然在物流仓储上相比纯电商具有优势,但是巨大的成本,尤其是“租”来的门店给了苏宁电器很大压力。

这从苏宁电器上半年的开店策略也可以看出。上半年,苏宁电器在我国内地新开连锁店79家,在日本市场新开店1家。同时,苏宁电器在内地和香港地区分别置换/关闭连锁店74家和2家,也就是说,苏宁上半年实际仅新增4家门店。

转型短期难见效益

如今线上线下互博,未来如何融合?苏宁电器2011年年报中指出,从盈利模式上看,“旗舰店+电子商务”的模式是融合目标,这一模式可以有效地减少店面租金和人员费用等社会成本上升带来的压力,相比现有大量社区店形成的销售规模,更具有规模效应和投入产出。

其实苏宁想做的是信息服务商,不是家电卖场也不是电子商务企业。”苏宁一内部人士透露,苏宁要科技转型,未来将以形成提供信息服务、平台服务、定制包销服务为主的“云服务”模式。

据介绍,前期公司主要提供店面、物流、安装、维修等基础型服务,后期可借助于互联网、智能终端的平台,公司将可以向个人、家庭、中小企业以及供应商合作伙伴提供更多的内容、增值服务、解决方案、技术服务、物流服务等全面的服务内容。

只是,这一目标短期内能否实现尚难断言。有分析人士称,未来2-3年内苏宁易购仍将亏损且投入巨大,如今无论是前期的定向增发,还是近期拟发80亿元公司债,都显示苏宁电器目前资金进展,股价持续低迷也证明多数公募投资人并不看好苏宁这一转型。

□本报记者 倪铭娅

对于电商“价格战”一事,商务部新闻发言人沈丹阳16日在例行新闻发布会上表示,商务部已经注意到个别大型电子商务企业竞相采取降价方式开展销售活动,以及由此引发的市场热议和消费者以及供货厂商的关切。商务部将继续关注此事的进展。

■记者观察

□本报记者 郭宏

苏宁、京东“约架”15日如约展开,这已不是电商巨头们第一次过招,国美、当当网、天猫等主流电商也都不不同程度参与了此次混战。业内人士认为,屡屡爆发的价格战折射出电商行业的群体性迷失。只有通过创新打造自己的核心竞争力,在提升用户体验以及改善服务水平多下工夫,尽快回到综合实力的竞争上,才是电商的长久发展之计。

对国内电商来说,不赚钱似乎成了最大的卖点。京东CEO刘强东在微博上称:爱我的人,来京东购物以示支持;恨我的人也来,因为你买得愈多我亏得愈多。而价格战这种最低级的商战手段,在欧美成熟市场很少出现,商家往往都是“概不还价”。电子商务从本质上说还是商务,在产品、渠道和消费者三个环节中,只是销售渠道发生改变。与互联网其他细分行业“烧钱”扩大用户规模,以图后期盈利的模式不同,电商企业销售的商品与品牌彼此相差不多,用户忠诚度也不高,很多用户在主流电商网站都有注册ID。既然东西相同,谁家便宜就去谁家买。正是因为如此,价格战难以给电商带来市场份额的“有效”扩张。由于用户黏性没有提高,价格上规模上去,亏损也上去;价格上利润率上

来,用户马上就流失。一面是低价促销,另一面则是亏声不断。数据显示,京东商城2011年销售额212亿元,同比增长超过120%,毛利率仅为5.5%。不过,刘强东在微博上称:“只有一个数字比较难看”,净亏损达13亿元。而亚马逊的毛利率基本稳定在20%以上。

上市以来业绩持续增长的苏宁电器,今年上半年净利润预计下降近30%。公司解释,拖累整体业绩的主要因素就是电子商务的投入。此外,国美电器上半年净利润更是出现亏损,一个重要因素也是加大了电子商务开发力度。

如果说电器零售商的转型不可避免,合理的投入是必需的,那也应该把宝贵的资金用到更为有效的地方。电商价格战的压力已经开始影响到生产商、供货商等上游商家。当被京东商城、苏宁易购、国美等逼到走投无路的时候,也许会有越来越多的商家开始向天猫靠拢,直接面对消费者。目前就有越来越多品牌商开始在天猫开设旗舰店,自营B2C也许该悠着点了。

作为一家企业来说,收入规模固然重要,但经营的主要目标应该是盈利。价格战在电商行业前期快速扩张时也许是一种杀手锏,但长期牺牲行业合理利润乃至大幅亏损为代价,则不是一个良性的发展模式。

电商要解决的难题是,在留住利润的同时如何留住用户。面对销售压力,电商企业除价格战外还是有很多事情可以做。比如在精细化管理方面电商巨头们尚有很多缺陷。记者曾在某电商巨头上购买过一个电动洗车器,货物送到后,因质量问题要求更换。第二天新洗车器就送来了,然而换过的货物仍漏气,一直换到第4个才解决问题。实际上第二次、第三次换来的产品都是他客户退回去的東西,因为送来时里面已经有水残留。频繁的换货,在降低用户体验的同时,配送成本也在增加。

为提高配送时效,不少电商巨头大力布局物流。但仓储布局有很多学问,布局越细配送时间越短,但仓储成本也更高,如何取得平衡值得电商们好好研究。此外,电商B2C巨头们目前都在拓展平台类业务,不少中小品牌企业电子商务化过程中,因经验匮乏和成本高企困扰,纷纷将互联网底层技术架构、仓储物流、快速配送、呼叫中心、市场营销等环节外包,这也给B2C巨头们在价格战之外,带来很多更为实际的业务。

目前各大电商除了价格战、口水战外,很难看到有太大的差异化竞争。如果电商巨头们不好好服务和管理,一味喊着投钱,价格战带来的可能也就是“混个脸熟”。

*ST天成否认为盛和稀土粉饰业绩

□本报记者 汪瑶

对近日有关公司为盛和稀土“装扮”业绩的传闻,*ST天成600392)17日澄清,伊犁控股与盛和稀土及各股东间不存在关联关系,盛和稀土也已收回对伊犁控股的全部销售款。

公告称,伊犁控股成立于2006年8月,是一家在香港设立的公司,成立至今一直从事稀土产品。特别是中重稀土产品的贸易业务。

而盛和稀土自2012年初开始经营中重稀土产品业务。2012年3月起销售给伊犁控股10吨稀土金

属产品,对其形成销售收入7278.58万元,使得伊犁控股成为盛和稀土2012年一季度第一大客户。公司表示,2012年5月初,盛和稀土已经全部收回了该笔应收账款,加上价税合计8497.31万元。

近日,盛和稀土借壳*ST天成的重组草案受到资本市场热捧。8月1日复牌以来的8个交易日,*ST天成连续8天涨停。但有媒体报道称,伊犁控股在为盛和稀土贡献7279万元销售额的同时,却留下8497万元欠款,占其当期总额的比重皆超过40%,有协助盛和稀土“装扮”业绩的痕迹。

“淡酱油”助力加加食品上半年增收

□本报记者 李清理

今年以来,我们不断优化产品结构,在产能不足的情况下,重点拓展以淡酱油为主的高端酱油品类份额,从而扩大了公司高毛利产品的销售比重。成为支撑公司上半年业绩成长的最大亮点之一。”面对公司刚刚发布中报中披露的上半年净利润同比增长32.38%的不俗业绩,加加食品002650)董事长杨振对中国证券报记者表示。

加加食品半年报显示,今年上半年公司酱油营业收入为3.94亿元,与去年同期几近持平,但毛利率却上升至35.10%,相比去年同期增加2个百分点,主要得益于毛利率更高的淡酱油销售比重的扩大,目前这一比重在50%左右。

据了解,淡酱油俗称生抽。目前我国内地主要消费浓酱油,人均消费量不足1公斤/年,而广东和日韩等地由于以淡酱油消费为主,分别达到6公斤/年和8-10公

斤/年,这意味着我国淡酱油市场空间巨大,也是加加食品坚持淡酱油战略的理由。

加加食品以品类创新能力见长,其淡酱油的主打品种叫面条鲜,定位于吃面条人群专用淡酱油,且用于烹饪也是很好的调味品。“今年,我们预计面条鲜酱油销售可过亿。”杨振表示。面条鲜酱油是加加食品自主研发的淡酱油新品类,作为加加食品淡酱油的主力产品,毛利率比普通酱油高出20%左右。自推广上市以来,实现70%以上的年均增速。

长城证券分析师王萍认为,加加食品目前主要是受限于产能不足。她认为,加加食品20万吨优质酱油募投项目和1万吨纯压榨茶油募投项目,分别预计2013年7月投产。如果按照加加食品目前销售的高端酱油均价0.8万吨/吨、高端茶油均价18万元/吨测算,募投项目理论上将为加加食品带来34亿元的销售收入,且毛利率均在40%以上。

华谊兄弟上半年净利增长超六成

□本报记者 陈光

华谊兄弟 800027)8月16日公布的2012年度半年报显示,公司上半年净利润为1.05亿元,同比大幅增长65.75%。报告显示,华谊上半年实现营业收入4.49亿元,同比增长35.83%。公司方面表示,增长主要源于扩大公司主要业务板块生产规模,电影、电视、艺人经纪等核心主营业务的稳健发展,《画皮II》票房破纪录超七亿,有力提振投资者和业界信心。

报告显示,公司主营业务电影、电视、艺人经纪收入均正向上升。虽受累于国产电影整体低迷,公司电影业务利润持平略增。上半年国内电视剧市场整体表现不佳,公司电视剧业务同样受到严峻冲击,但销售收入仍同比增长71.28%。

据悉,下半年公司出品电影大片云集,《太极1从零开始》、《太极2英雄崛起》、《十二生肖》、《九层半》等均有望领跑档期,最终刷新四单片和全年票房纪录。电视剧下半年将有《光荣和他的儿女们》、《唐山大地震》、《怪门口》等总计8部、300集作品播出,将延续强劲增长势头。

相关分析师指出,华谊电影、电视、艺人经纪三大业务逐步进入产能释放期,上市以来苦练内功已有成效。电影工业化生产模式逐步成型,有助于实现单片的商业成功和整体收益最大化。而电视剧方面,由于其领先地位内的平台式合作方式可有效整合资源,显现出强劲的抗风险能力。艺人经纪业务增长平稳,并随着公司在新媒体和“微电影”方面工作不断,有望开创全新格局。

南方食品南管7年股权纠纷终结

□本报记者 张洁

南方食品(000716)公司17日公告称,近日,公司与南宁中燃城市燃气发展有限公司签订《资产转让合同》,将所持有南宁市管道燃气供气管网资产以1.4亿元人民币的价格转让给南宁中燃公司。此举也意味着长达7年之久的南管燃气股权纠纷终于画上圆满句号。

2005年至今,公司与深圳威特投资有限公司、上海新华闻投资有限公司关于南管燃气公司80%股权转让合同纠纷已诉争多年。最终经广西高院对本案最终调解,确认南管燃气80%股权归目前股东中燃燃气实业(深圳)有限公司和深圳市中燃燃气基数有限公司拥有。

深圳中燃公司以其控股子公司南宁市管道燃气供气管网资产时,以正常的市场价格再溢价3000万元作价成交作为补偿。即其他应收款共1.1亿元的债权和3000万元的现金作价出售。今年8月10日,公司与南宁中燃公司签署上述资产转让合同。

公告显示,此次转让的燃气管网资产原值为1.14亿元,已累计计提折旧5705.5万元,截至2012年6月30日账面净值为6844.32万元。

公司表示,本次管网资产实际转让价格为10,950万元,扣除相关的费用、债务以及管网资产核销损失、债权核销损失后,获得约550万元的净收益。

中铁二局中期业绩下降55%

□本报记者 王锦

中铁二局 600528)半年报称,2012年上半年完成营业收入266.04亿元,占董事会目标589.51亿元的45.13%,较上年同期降低2.06%;实现净利润 归属母公司1.715亿元,较上年同期下降55.79%。基本每股收益0.1198元。其中,公司施工的铁路工程完成营业收入57.27亿元,占公司营业收入的21.53%;公路、工业、能源、民用等工程施工完成营业收入80.35亿元,占公司营业收入

的30.20%;房地产业务收入3.57亿元,占公司营业收入的1.34%;物资销售及其他方式收入124.84亿元,占公司营业收入的46.93%。

公司解释,受国家铁路投资的影响,2012年上半年公司铁路工程实现的营业收入较上年同期明显下降,使公司业绩大幅下降。上半年公司完成物资销售收入123.19亿元,与上年同期相比增长40.08%,因物资销售毛利率较低,稀释了公司综合毛利率。

雷士照明纷争再升级 阎焱被指涉嫌操纵股价

和君创业搅局 “第三者”李肃谋独董席位

□本报记者 姚轩杰

在雷士照明(02222.HK)8月14日发布公告拒绝创始人吴长江“以公谋私、利用裙带关系占用公司资源带给公司巨额坏账风险”的处理不力,李肃表示,雷士照明董事会应尽快在内地和香港检察机关和证券交易所举报立案,查办公司内部的一切违法犯罪行为;应该呼吁尽快召开临时股东大会,把公司总部搬迁问题、解体外利益回归问题、关联交易终止问题、经营班子任命问题等,全部交由股东大会表决。

对于吴长江声称将召开特别股东会,以大股东身份“回归”雷士照明一事,李肃称,高盛、施耐德、阎焱等大股东占到雷士股权的43%左右,其在规范公司治理方面的利益是一致的,而吴长江只占到20%左右,这样算起来吴

以雷士照明小股东身份出面推动该公司“外股东革命”。

面对董事会对吴长江“以公谋私、利用裙带关系占用公司资源带给公司巨额坏账风险”的处理不力,李肃表示,雷士照明董事会应尽快在内地和香港检察机关和证券交易所举报立案,查办公司内部的一切违法犯罪行为;应该呼吁尽快召开临时股东大会,把公司总部搬迁问题、解体外利益回归问题、关联交易终止问题、经营班子任命问题等,全部交由股东大会表决。

对于吴长江声称将召开特别股东会,以大股东身份“回归”雷士照明一事,李肃称,高盛、施耐德、阎焱等大股东占到雷士股权的43%左右,其在规范公司治理方面的利益是一致的,而吴长江只占到20%左右,这样算起来吴

长江没有胜算”。

然而,和君创业参与此事的目的疑点重重。事实上,和君创业咨询自称受雷士小股东委托,但李肃对具体受何人委托、受委托的小股东人数、持股比例总数等语焉不详。

此外,此前有传言称和君创业接受了阎焱500万元的公关费用,来煽动小股东“炮轰”吴长江。在发布会现场,李肃予以否认,称自己不认识雷士照明现任董事长、赛富亚洲创始合伙人阎焱,没有与他见过面,和君创业受小股东委托发出公开信,实际上是对阎焱担任董事长的董事会进行施压。

李肃还自曝,他正在考虑寻求成为雷士照明的独立董事,或者参与雷士照明与经销商的重组,即将经销商纳入雷士照明公司体系。

吴长江称阎焱被调查

吴长江16日在接受媒体采访时表示,其在5月25日辞去董事长和董事职务前,阎焱已提前获知这一信息,并涉嫌操纵股价。吴长江称,前香港证交会和香港联交所已经介入调查此事。5月25日,雷士照明发布公告称,董事长兼CEO吴长江因个人原因辞职,阎焱接任董事长,从而引发雷士照明内讧,持续至今。

阎焱对这一指控未作出回应。雷士照明公司新闻发言人石勇军表示,这件事只能问阎焱本人,他没有接到任何有关这一事件要发布的消息。

此外,在发布会上,李肃称,吴长江不服从董事会决议,执意将雷士公司总部迁至重庆南岸区,并和当地政府签订了一份合

同,可能涉及商业腐败和一宗土地交易问题,但吴长江一直拒绝将合同拿出来。

公开资料显示,2011年7月,雷士照明在重庆南岸区拿到了一块22亩土地,吴长江承诺投资约8亿元,在此建成雷士总部大厦。而当时的南岸区区委书记,正是与吴长江关系密切的夏泽良。夏泽良于2012年3月被带走调查。

吴长江回应称,和南岸区政府签协议是当时董事会的决议,他没有违规,没有侵犯公司任何的利益,没有跟公司发生任何关联交易。

吴长江15日在微薄中表示要召开特别股东大会。对于胜算几率,他称“希望施耐德和高盛能站好队。”他还表示,自己一直和对现任董事会的沟通保持开放态度,并计划在17日前往公司和董事会沟通。

畜禽养殖上半年业绩风光不再

□本报记者 王锦

由于上半年鸡苗及肉鸡产业链价格的大幅下降,去年曾一度赚得“盆满钵满”的畜禽养殖行业今年中期业绩出现“熄火”,民和股份 002234)净利润下降83.85%,并预计公司2012年1-9月业绩将出现亏损;圣农发展 002299)净利润同比微增1.44%,前三季度预计将出现下滑。

圣农发展逆市扩产

从事肉鸡自养自宰的圣农发展半年报显示,上半年实现营业

总收入18.62亿元,同比增长49.61%;实现归属于上市公司股东的净利润1.29亿元,同比增长1.44%;基本每股收益0.1418元。

报告期内,公司主营业务毛利率为10.39%,比上年同期下降了5.39个百分点。下降原因主要是报告期内鸡肉销售价格下降和玉米采购价格上涨。与上年同期相比,鸡肉销售均价下降了990.66元/吨,降幅为8.17%,同时,主要原料玉米采购均价上涨了182.85元/吨,涨幅为8.15%。

圣农发展还预计今年前三季度归属于上市公司股东的净利润

为1.56亿元-3.12亿元,同比下降50%以内。公司解释,非公开发行股票募集资金投资项目将逐步投产,鸡产品产量和销量将持续增加,但受制于低迷的鸡肉销售价格和高企的原料成本,相比于上年同期,预计业绩将下降。

圣农发展提出,在未来5年内将公司生产规模由现在的年产2.5亿羽肉鸡扩大至年产7.5亿羽肉鸡的战略规划。未来5年,公司将紧紧围绕福建北部地区,进一步做大、做强白羽肉鸡一条龙产业链,达到年生产饲料375万吨、年养殖祖代鸡16万套、年养殖父

母代种鸡750万套、年饲养商品代肉鸡7.5亿羽、年屠宰加工肉鸡7.5亿羽的目标。

民和股份前三季预亏

民和股份半年报显示,报告期内,公司实现营业收入6.24亿元,比去年同期增加6.17%,营业总成本61,565.81万元,比去年同期增加22.41%;实现归属于母公司所有者的净利润1,378.16万元,比去年同期减少83.85%。

公司称,随着国内通胀水平的下降,国内禽肉价格同步走低,受到产品价格下降和成本上升的

双重影响,公司主营产品鸡苗及鸡肉毛利率与上年同期相比有所下降,公司2012年上半年盈利较去年同期有所下降;公司主营产品雏鸡业务毛利率下降15.9个百分点至24.56%,鸡肉制品毛利率也同样下降7.15个百分点,仅为-0.09%。

此外,半年报还显示,由于国内禽肉价格持续走低,公司业绩受到产品价格下降和成本上升的双重影响,预计公司2012年1-9月业绩将出现亏损,亏损额为5500至6000万元,而去年同期公司净利润为1.89亿元。