

电商平台策略“调转车头” 重视成交额淡化“卷价格”

证券时报记者 葛英好

继上半年大幅投入低价策略后,淘宝、抖音电商、拼多多等电商平台当前再度“调转车头”,重新将GMV(成交额)提上第一优先级,低价开始逐渐被淡化。这意味着各电商平台或将再度回到市场竞争战场上。

据悉,“低价模式”的发起者拼多多在今年二季度调整了业务重点,从追求商业化、提升利润,转向将GMV放回第一目标。

就在拼多多调整策略目标之前,抖音电商也在7月下旬调整经营目标优先级,“价格力”不再成为第一目标,GMV增长成为今年下半年的重点。此前在今年年初时,GMV在抖音电商的目标任务里还排在末位,彼时抖音电商首要任务是实现低价,其次是衡量消费体验的“完美订单率”、反映电商用户规模的月成交客户数。

同样在7月,阿里淘天集团在“6·18”大促后淡化“价格力”战略,GMV成为业务最关注的指标。据悉,淘天集团CEO吴泳铭彼时已在内部明确要以GMV为第一指标、回归货架电商,转变考核重点至GMV与年度活跃用户,不再单纯追求低价带来的订单量。

网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅对证券时报记者表示,各大电商平台重新把GMV放回第一优先级,目前来看确实与GMV的争夺有关系。价格战只能成为有限的和局部的竞争,各大电商平台需要在品类优势、体验和服务差异上重新审视,有侧重点地加大投入,形成价格之外的差异化竞争优势。

庄帅指出,货架电商有两大流量分配体系,一类是按转化率分发流量,鼓励以低价获取更高的订单量,例如在拼多多,通常价格更低,转化率会更高,而低价的商品会获得更多的曝光。另一类是按GMV分发流量,同时将客单价纳入考量,例如在淘宝、京东等销售额高的商品,排名更靠前。



拼多多、抖音电商、阿里淘天集团等电商平台纷纷调整经营目标优先级,淡化“价格力”战略,GMV成为最关注的指标。

图虫创意/供图 彭春霞/制图

“淘天集团弱化绝对低价的流量分配体系,有两大考虑,一方面消费者还是有‘一分钱一分货’的消费心理,高性价比的商品比一味低价的商品更吸引消费者;另一方面淘宝的优势品类之一是服装,而服装的品牌商品比价难度较大,单一按照价格维度分配流量,会降低商品丰富度,而且在天猫可比价的知名服装品牌,一般控价能力也会更强,靠低价获取到的分发流量对知名品牌的意义也不会那么大。”对于淘天集团弱化低价策略,庄帅分析称。

抖音电商淡化低价策略的原因,则与淘宝类似。“当抖音电商陷入低客单价的价格竞争,从结果来看,既拉低了平台整体客单价,对GMV增长的帮助也有限,反而开始让越来越多的优质商家转投线下或者其他新兴的电商平台,比如小红书电商、视频号电商等。”庄帅指出。

“拼多多调整业务重点的原因,也是为了争夺更大的存量市场。”庄帅分析,虽然低价竞争一直以来都是零售电商行业的常态,但是过度且恶性的低价竞争,对消费者、商家和平台都有较大的伤害。

今年以来,拼多多低价模式掀起了电商行业低价“内卷”潮,京东、淘宝先后加入低价厮杀战之中,这一策略实施在今年“6·18”电商大促期间表现得尤为明显。为争夺存量消费市场中的消费者,各大电商平台不约而同地给出更为直接的优惠策略,那就是低价。

在今年“6·18”期间,拼多多推出自动跟价工具,开启该功能后,如同款商品出现更低价格,拼多多可根据商家设置的降幅自主下调价格;淘天集团在今年“6·18”期间推出淘宝百亿补

贴、淘宝百亿秒杀、天猫超市自营狂补等活动。

今年京东“6·18”的主题是“又便宜又好”,不仅有百亿补贴、便宜包邮等,消费者每天还能领20元额外补贴,同时还推出“2元包邮日”,带来百万份2元福利品,还有众多来自产业带的低价好物全包邮。在去年3月,京东上线百亿补贴频道,目前该频道的累计用户数已经超过亿。

值得注意的是,尽管抖音、淘天集团和拼多多陆续开始淡化低价,京东似乎暂无“调头”的迹象。

近日,京东宣布了“京东超级18”新活动,也就是每个月办“6·18”促销,进一步推广其低价策略,这项活动自7月开始实施。简单来说,每个月的17日晚上8点至18日全天,京东将推出一系列精选商品,以远低于市场的18元超低价格销售,这些商品涵盖了从高端白酒到家电、家居用品以及电子产品等众多品类。

对于投资者而言,最关注的往往是“善后”阶段的各类问题。比如,赔偿及补偿问题。从不同退市类别的对比来看,主动退市案例补偿方案最为积极,无论从此前的二重重装主动退市,还是从经纬纺机因为“中植系”事件主动退市,抑或是最新案例中*ST亚星提供现金选

作判决后再做安排。

市值缩水80%

除了这场悬而未决的官司,纳微科技经营情况也引人关注。

公开信息显示,纳微科技是专注于高精度、高性能和高附加值微球材料研发和生产,为生物医药、平板显示、分析检测及体外诊断等领域客户提供核心微球材料及相关技术解决方案的国家高新技术企业、国家专精特新“小巨人”企业。

在2021年上市后,纳微科技的业绩一度突飞猛进。2021年度,纳微科技实现营业收入4.46亿元,较上年同期增长117.74%;实现归属于上市公司股东的净利润1.88亿元,较上年同期增长158.75%。2022年度,公司实现营业收入7.06亿元,较上年同期增长58.14%;实现归属于上市公司股东的净利润2.75亿元,较上年同期增长46.27%。

不过进入2023年,受宏观经济环境波动和生物医药投融资环境趋紧及行业竞争加剧的影响,纳微科技业绩出现下滑。2023年度,公司实现营业收入5.87亿元,较上年同期下降16.86%。2023年公司实现净利润6856.63万元,较上年同期下降75.08%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3158.65万元,较上年同期下降83.97%。

回顾上市首日,纳微科技股价涨幅超1200%,刷新科创板首日涨幅纪录,当天市值更是超过400亿元。至2024年8月5日收盘,公司总市值不足73亿元,3年时间缩水超过80%。



上市公司资讯第一平台

退市原因多元互补 资本市场新陈代谢进阶

证券时报记者 王小伟

今年以来,退市环节不断出现标志性事件。一方面,面值退市案例不断增多,且开始出现大规模营收公司“面值”案例;另一方面,建车B和*ST深天开创“市值退市”先河;最新出现的案例是*ST亚星,公司通过主动退市方式作别A股,成为今年首家筹划主动退市公司。叠加财务类退市、规范类退市、重大违法退市等不同类别,资本市场退市多元化和常态化的特征越发勾勒成形。

不同退市方式背后,折射出不同诉求或指向意义。例如,近年来,面值退市公司数量明显增多,背后指向相关公司基本面的长期业绩不佳,持续经营能力薄弱、公司治理混乱等诸多问题,二级市场资金倾向于减少炒小炒差等非理性投资,市场化“投票”力量凸显。

再比如,主动退市往往是结合自身公司战略考量主动作出的市场化选择,部分公司有解决同业竞争等考量,部分公司是为了降低合规和运营成本,也有些公司是为了维护公司舆论形象及投资者关系,在一定程度上避免引发证券集体诉讼等事件发生。

新一轮退市改革方案出炉以及交易所退市规则修订后,坚持“应退尽退”,逐步构建常态化退市机制,形成进退有序、优胜劣汰的市场生态成为重要方向。诸多标志性案例的出现,可以视为市场步入“退市常态化”时代大潮中的朵朵浪花,这说明资本市场优胜劣汰的新格局正在加快形成。

对于市场生态而言,一个成熟稳定健康发展的资本市场,必然要求畅通“入口”和“出口”两道关,形成有进有出、良性循环的良好生态。随着注册制改革走深走实,常态化退市机制得以巩固和深化,在加快资本市场新陈代谢、优化资源配置等方面发挥重要功能作用。

对于投资者而言,最关注的往往是“善后”阶段的各类问题。比如,赔偿及补偿问题。从不同退市类别的对比来看,主动退市案例补偿方案最为积极,无论从此前的二重重装主动退市,还是从经纬纺机因为“中植系”事件主动退市,抑或是最新案例中*ST亚星提供现金选

择权来看,都体现出这一点。这些企业均为国资性质,相较于部分发生资金占用等违规公司和破产清算等恶意运作的案例,体现出更多的担当性。

退市原因多元化,可以补齐市场“出口”的拼图。从某种意义上说,今年首次出现的“市值退市”,与面值退市之间就有某种互补性。一些上市公司可能基本面已较差,但股价仍远高于面值,面值退市规定难以对此类情形发挥作用。而市值退市规定,就可以将一些股价仍高于面值但市值持续低于某一阈值的公司即时淘汰出局,实现市场的出清。

同时,主动退市与强制退市也存在某种天然的互补性。企业发展是一个系统工程,赛道、管理、周期、运营等都是影响公司能否长远健康发展的核心因素。相较于强制退市,主动退市更有利于为公司提供缓冲,逆境求生、转换机制,找寻新的发展机遇,这也是主流市场观点认为“退”一步海阔天空的背后原因。

诚然,叩开资本市场的大门是不少企业竞相追逐的梦想,但上市归根结底并非终极目标,而是企业做大做强的一种手段。与此类似,退市从本质上也不是终点,反而应该成为企业重新出发或价值重估的起点。

相比于成熟资本市场,A股在主动退市动机方面还存在差异。前者中,主动撤回上市地位,不同企业有着不同的原因:有的是股价未能反映公司内在价值,有的是股票长期成交低迷缺乏融资能力,有的是公司自身有业务整合需求等。这种差异,也为A股市场出现更多多元化的主动退市案例带来了空间。

可以肯定的是,伴随着退市原因的多元化,中国资本市场退出实践将会更加丰富,从而进一步形成有进有退、高效配置市场资源的格局。公司主体也应该树立“上市不是终点,退市也不是终点”的发展愿景与责任担当,成为进一步提高上市公司质量、夯实资本市场之基的重要推动力量。

记者观察

离职总监诉讼纠纷两年未决 殃及纳微科技股权激励正常推进

证券时报记者 臧晓松

一场持续近两年的诉讼纠纷,导致纳微科技(688690)股权激励计划推进受阻。

纳微科技8月1日晚间公告,公司收到苏州中级人民法院送达的《民事裁定书》及《财产保全清单》,前员工韩寒申请冻结苏州纳百管理咨询有限公司(以下简称“苏州纳百”)名下银行账户资金3.03亿元或查封、扣押其相应价值的其他财产。公告显示,韩寒关于该案由法院申请财产保全合计达到4.26亿元。

时间拨回到2022年,纳微科技原销售总监韩寒将纳微科技、苏州纳百及上市公司董事长江必旺诉至法庭,要求上述被告支付激励股份收购价款,并承担资金占用损失。此后在2023年,韩寒变更诉讼请求后,纳微科技不再作为案件被告,而是以第三人身份参与案件。

城门失火,殃及池鱼。最新披露的公告显示,这场官司已经影响公司推进股权激励计划,“以上苏州纳百股权激励被冻结导致公司原计划向26名激励对象授予员工持股平台份额事项无法正常推进,公司需要等待法院判决结束后做出后续安排”。

证券时报记者与纳微科技取得联系,相关人士在8月5日回应称,考虑到该案件处于庭审阶段,公司作为案件第三人暂不便接受采访。

原告曾是销售总监

2017年4月份,韩寒受聘入职纳微科技,先后担任销售总监和生物事业部总经理职务。

在韩寒入职这一年的11月份,纳微科技制订并发布《员工股权激励计划》,分别设立苏州纳卓管理咨询合伙企业(有限合伙)(以下简称“苏州纳卓”)、苏州纳研管理咨询合伙企业

(有限合伙)(以下简称“苏州纳研”)两家员工持股平台,持股平台仅持有公司股份。苏州纳卓和苏州纳研的执行董事事务合伙人均为苏州纳百,董事长江必旺持有苏州纳百100%股权。

在纳微科技上市之前,公司分别实施了两次股权激励。

2017年12月18日,林生跃、华晓锋等股权激励对象与纳微科技、苏州纳研、苏州纳百签署协议,合计受让苏州纳百持有的苏州纳研22.97%出资份额(其中1名激励对象后期离职,并将其份额转让给苏州纳百);2019年1月2日,林生跃、华晓锋等股权激励对象又与纳微科技、苏州纳研、苏州纳百签署协议,合计受让苏州纳百持有的苏州纳研15.16%出资份额(其中2名激励对象后期离职,并将其份额转让给苏州纳百)。

截至招股说明书签署之日,苏州纳百仍持有苏州纳研60.33%份额(对应公司股份1719.31万股)和持有苏州纳卓35.40%份额(对应公司股份504.45万股),系未来对员工进行股权激励的预留份额。截至目前,苏州纳研持有纳微科技股份2850万股,持股比例7.07%;苏州纳卓持有公司股份1425万股,持股比例3.53%。

在最初的《民事起诉书》中,韩寒将纳微科技也列为被告。2022年12月6日晚间,纳微科技发布公告称,收到法院送达的关于已离职员工韩寒起诉上市公司、苏州纳百及公司董事长江必旺等三方的《民事起诉书》。韩寒要求公司支付激励股份收购价款,并承担资金占用损失。2023年8月,韩寒的诉讼请求变更后,纳微科技不再作为案件被告,而是以第三人身份参与案件。

股权激励受阻

在这场诉讼发起近两年后,纳微科技披露了最新进展。

7月31日,纳微科技收到法院送达的《民事裁定书》及《财产保全清单》。本次原告韩寒请求冻结苏州纳百名下银行账户资金3.03亿元或查封、扣押其相应价值的其他财产。根据《财产保全清单》,苏州纳百名下银行账户存款合计370.2万元被冻结;苏州纳百持有苏州纳研60.3267%(950.15万元)的合伙份额被冻结;苏州纳百持有苏州纳卓35.88%(282.56万元)的合伙份额被冻结。截至目前,原告韩寒关于该案由法院申请财产保全合计4.26亿元。

纳微科技称,公司以第三人身份参与案件,原告未要求公司作为第三人承担责任,本次诉讼事项不会对公司生产经营及本期经营性利润或期后经营性利润产生影响。不过,这场官司已经影响公司股权激励计划的推进。

2022年9月24日,纳微科技发布《苏州纳微科技股份有限公司关于向激励对象授予员工持股平台财产份额的公告》,公司决定向牟一萍、赵顺、金百胜等26名激励对象授予员工持股平台合计2376万元的财产份额,对应公司股份429.94万股,其中苏州纳研的授予份额为181.78万元,对应公司股份328.94万股;苏州纳卓的授予份额为55.82万元,对应公司股份101万股。

上述财产份额授予后,通过持股平台苏州纳卓和苏州纳研的执行董事事务合伙人苏州纳百向激励对象转让方式完成,相关股份转让计划在公司首次公开发行股份上市满36个月办理。2021年6月23日,纳微科技在上交所科创板成功挂牌上市。时至今日,纳微科技首次公开发行股份上市已满36个月,但这场诉讼却使得股权激励计划迟迟无法兑现。纳微科技在最新披露的公告中直言,以上苏州纳百股权被冻结导致公司原计划向26名激励对象授予员工持股平台份额事项无法正常推进,公司需要等待法院