

# 苏宁万达“绯闻”坐实 万达广场将“迎娶”易购云店

双方合作仅为业务合作,暂不涉及资本层面

证券时报记者 倪天歌 张达

在绯闻传了近一个月后,万达商业和苏宁云商终于正式“缔结婚约”。9月6日,王健林和张近东在北京签署合作协议。根据协议,苏宁易购云店等品牌将进入已开业或即将开业的万达广场经营,双方确定的首批合作项目为40个。从2016年开始,双方将根据万达广场开业情况每年确定成批合作项目,万达商业可根据苏宁云商需求定制规划设计。

苏宁董秘办的相关人士告诉证券时报记者,双方此次的合作不涉及资本层面,而是业务方面的合作,苏宁以前一直是自己开门店,这是苏宁易购云店第一次进驻第三方的商场。

实际上,这已经是王健林和张近东在一个月内的第二次握手。早在今年8月的“互联网+零售黄金峰会”上,王健林曾受邀来南京论坛互联网+时代的开放融合,当时就曾在演讲中透露合作的意向。事后虽然在“苏百万”联手的猜测后爆出大冷门——苏宁牵手阿里,但万达将与苏宁合作的消息也不胫而走。

据了解,为快速实现与苏宁云商的合作,万达商业已有计划地对万达广场进行了调整,协议签署后,苏宁易购云店将很快在万达广场落地。到



2015年,万达商业预计将在全国开业135座万达广场,客流量达到20亿人次;到2020年开业500个万达广场,年客流量超过100亿人次。

苏宁方面表示,万达商业将为苏宁易购云店提供丰富的物业资源和庞大的客流量,苏宁易购云店将进驻已开业或即将开业的万达广场,以用户体验为出发点,与万达携手探索全新的商业零售定制模式。

苏宁云商集团董事长张近东表示,苏宁用六年时间构建了商品供应链、物流配送、售后服务等零售

CPU”核心能力,将为更多的合作伙伴开放接口。苏宁与万达的合作,不仅是中国最大的商业地产和最大的商业零售的合作,更是社会资源的共享融合的典范。

万达集团董事长王健林表示,万达和苏宁两家各自行业龙头的强强联合,会产生1+1大于2的效果。同时,这不是简单的土豪合作,而是协同互补,万达需要苏宁云商这种线上线下融合的新型商家来引领,苏宁云商需要万达广场这样有稳定经营和客流增长做保障。此外,这次合作是互利共

赢,苏宁云商可得到稳定可预期的发展速度,万达商业可发展新的业态使品质得到提升。双方是紧密型合作,今后任何万达广场项目,苏宁都有选择权。”他说。

对于万达与苏宁的此次合作,RET睿意德策略顾问部董事陈曦认为,万达的O2O战略至今未有实质性的突破与进展,而苏宁易购云店则是实体商业向线上转型中较为成功的。不排除双方会利用万达广场线下合作的机会,利用苏宁线上的平台与经验,在线上形成合力,打造有别于在线零售商的实体商业线上航母。

# 中国中车全球抢单 称未发布5年规划

证券时报记者 李雪峰

基于海外高铁战略等多个原因而合并组建的中国中车一直备受关注,尤其是其海外订单等序列数据。中国中车今日针对媒体有关海外订单的报道发布了澄清公告。

中国中车称,公司及授权人士近期未发布海外战略情况。按照媒体的报道,中国中车近期完成了海外开发战略初步计划,2015年海外市场订单量要达到70-80亿美元,2020年则在此基础上翻番。

记者注意到,中国中车并未直接肯定或否定上述报道,仅称开拓海外业务系其既定战略,目前生产经营活动正常。公开资料显示,中国中车今年上半年海外(含港澳台)营收为111.24

亿元,约占公司上半年总营收的11.93%。去年全年,依据同口径计算,中国中车前身中国南车与中国北车海外营收规模仅为103.45亿元,约占当年总营收的8.64%。

订单方面,去年中国南车、中国北车海外订单规模约为67亿美元,至于今年前8个月海外订单,中国中车暂未集中披露。据中国中车非定期重大合同公告,6月上旬,中国中车与土耳其伊兹密尔市政府签订了约5.6亿元地铁车辆出口合同;同期,中国中车全资子公司中国北车集团大连机车车辆有限公司与中国技术进出口总公司组成联合体,中标乌兹别克斯坦国家铁路公司约2.8亿元机车订单。

7月下旬,中国中车下属中车必和必拓及VALE莫桑比克公司总计

约4.4亿元货车订单。此外,中国中车控股子公司南车青岛四方股份7月份也中标香港市区线地铁车辆项目,总金额约48.4亿元。据悉,香港地铁订单系港铁历史上最大规模车辆采购订单。

需要注意的是,中国中车今日所澄清的数据之一年度海外订单达到70-80亿美元并非空穴来风,业界实际上早有预期。如元大证券(香港)分析师吴靛美日前曾指出,中国中车上半年海外新增订单仅为11亿美元,但公司目标为全年海外新增订单达到75亿美元,即同比增长约12%。

根据已披露的数据,中国中车前8个月海外订单规模约为20亿美元,若要完成75亿美元的年度计划,中国中车在剩下的4个月内须新增50亿美元的海外订单。有分析认为,参照此

前中国南车、中国北车的海外拿单情况,第四季度的海外订单往往较为密集,如无意中,中国中车完成75亿美元的新增订单可能性较大。

假设中国中车今年完成上述目标且海外订单年均增长率维持在12%左右,则该公司2020年海外订单规模将达到132亿美元,约为去年海外订单规模的197%。当然,中国中车并未披露后续的海外订单拓展计划,能否维持12%的订单增长率亦未可知。

数据显示,中国中车目前在国内市场则早已形成垄断格局,而在全球机车市场的占有率仅为15%,海外业务将对中车业务规模形成明显的影响。吴靛美指出,中国中车海外事业持续扩张,且公司对其海外市场扩张能力具有信心。

# 贝因美进入转型攻坚期 发力渠道变革

证券时报记者 李小平

国产奶粉龙头企业贝因美600570最近颇不平静。尴尬的中报,使其遭遇了空前的舆论压力。业绩变脸难免让人叹息,更何况贝因美还处于二次创业关键期。是转型期的阵痛?还是创业路上遭遇不测?就此,证券时报记者对贝因美多位高管进行了采访。

## 为成功转型付代价

作为国产奶粉的大哥,贝因美今年中报公布了一份并不好看的业绩表。今年上半年,贝因美实现营收17.73亿元,同比下降26.28%;净利润亏损1.03亿元。

贝因美的首次亏损,令不少业界人士叹息。不过,在贝因美董事长王振泰看来,业绩下滑在意料之中,没有人可以不付代价的成功转型,创新和创业的路上,探索者需要付出代价。

2014年2月,王振泰就任贝因美董事长。此时的贝因美,已经过了上市之初的快速成长期。就任后的首份季报显示,贝因美收入和净利润均出现了三成下滑。这也成为贝因美上市后首次业绩下滑。

王振泰称,国内奶粉行业早已过了黄金发展期,贝因美早在2012—2013年对此已有感受。电商和海淘的兴起,加速了行业下滑,正所谓“不转型等死,转不好找死”。经过一番研讨

后,公司选择了走转型升级之路。于是,贝因美开启了自己的二次创业。2014年初,经过多轮筛选,贝因美选择全球最大的信息技术和业务解决方案公司——IBM,作为转型升级的合作伙伴,摸索转型升级之路,预计将通过三年的时间,打造全新的贝因美。

对转型期带来的阵痛早有预料,但低估了行业的下滑速度。”王振泰说。

据介绍,国内奶粉行业黄金期已成过去式,近两年下滑明显,主要原因包括三方面,一是由于宏观经济整体下滑,国内需求放缓;二是奶粉行业产能过剩,引发企业大量促销,导致业绩下滑;三是今年以来奶粉进口量增加,对国内品牌造成冲击加剧,导致销售下滑。

从经营业绩来看,今年上半年国内主要奶粉企业整体都呈现下滑态势。数据显示,上半年在净利润方面,三元股份同比下降72.31%;合生元同比下降34.4%;雅士利同比下降63.9%;澳优乳业同比下降24.3%。

奶粉原料价格的大幅下滑,让贝因美始料未及。王振泰称,2013年由于原料价格波动及供应紧张,公司主销产品一度断货,因此公司根据对未来原料供应趋势的判断及生产规模扩大需求,相应增加了原材料库存储备。市场上原料价格下跌对公司现在业绩并未带来好处,相关的正面影响将在

明年体现。

## 渠道升级攻坚克难

诸多不利因素的叠加,是否会令二次创业中的贝因美就此作罢?贝因美对此给出了否定的回答。贝因美现在的主动转向升级,其实是适应新环境的下一个综合竞争力的打造,除了强化原有的核心竞争力以外,固化基础竞争力,打造可持续竞争力的过程是非常痛苦,贝因美已经连续2年业绩下滑就可以看出有人在转型的过程中是不付出代价的。真正的转型升级,都是有代价的,一旦启动不能回头,就像当年的股改一样,开弓没有回头箭”。王振泰称。

贝因美总经理黄焘表示,在战略性引入合作伙伴IBM后,贝因美去年改革集中在公司内部结构上,包括搭建骨干框架ERP及CRM,进行流程再造。而当前,贝因美正在推行营销渠道的变革,预计主体变革年内能够完成。

据了解,贝因美推进中的渠道变革,包括设立营销控股子公司,构建营销领域的业务实施平台,设立15家营销全资子公司,赋予子公司更多的销售经营责任;同时对部分客户进行优化,由原本的经销商体制转变为代理商体制,通过代理商的转制,鼓励优质的客户(代理商)做大做强,把好产品好资源集中在有意愿发展壮大的代理商手中,给代理商带来可持久保障的

品牌及利润的优势,增强渠道变革带来的竞争力。据悉贝因美也通过持续招商,来吸引更多优质代理商,与贝因美共同发展。

贝因美全国销售总监徐晓洪称,传统的经销商模式经过二十几年的发展,现面临海淘、电商等新兴渠道的挑战。面对渠道变革必须要对此进行有针对性的调整。从经销商向代理商转变是国际行业总体的发展趋势,贝因美需要花一些时间和代价,来顺应行业发展规律,真正达到转型的目的。

对于奶粉企业而言,得渠道者得天下。贝因美今年6月启动的渠道变革,得到了董事会高层力挺。据了解,为了贴近市场,实时掌握渠道变革,贝因美高管奔走各地市场,包括董事长王振泰。

采访期间,IBM大中华地区全球企业咨询服务部合伙人叶国晖正在出差途中。叶国晖称,国际乳业的发展趋势,从B2B向B2C发展,最终有可能走向C2B。IBM作为全球最大的信息技术和业务解决方案公司,可以凭借数据处理优势,帮助贝因美做好业务转型,实现从B2B到B2C的转变,逐步做到分渠道分产品的精准营销。

黄焘表示,贝因美在这场变革中,顺应了乳业形势的变革,基本也没有被破坏。通过内部流程再造,产业链整合和营销渠道变革等转型升级措施,使贝因美成为一家可以利用全球乳业资源的企业,从而减少周期性风险冲击,最终为打造一家百年老店夯实基础。

# 上市公司应把注意力集中到主业上来

证券时报记者 刘昆明

“老板总算同意让我休假了”,老王是一家上市公司负责资本运作的高管,“上半年股市火爆,我们忙着考察项目、做方案,前段时间则忙着维稳、救股价,现在稍得喘息,老板也明白了,搞来搞去,还是要先把主业搞好。”

作为一位浸淫资本市场多年的专业人士,老王深知资本运作之道。过去大半年,趁着行情好,市场热络,为了能够将公司的市值提升一个量级,在老板的同意下,老王及其团队积极奔走,努力寻找符合市场风格的投资项目、撮合战略合作、成立投资基金等,上市公司上下也积极配合响应,在市值节节攀升的诱惑下,不知不觉,整个管理团队的重心都在向资本市场倾斜。

像老王这样忙碌的上市公司高管不在少数,有许多基本没有双休日,更不要提年假这样的长假期,为了一个接一个的战略合作、一个接一个的融资方案,这些高管成了空中飞人,熬过不少不眠之夜,有些上市公司高峰时每隔一日就要出公告,可想而知他们的忙碌程度。

在一次出差中,记者看到一位熟悉的上市公司高管,为了完善一份方案,熬了三个通宵,眼睛布满血丝。记者问,“你们这样拼命,值得吗?”他说,“谁说值不值得,有机会,总得抓住,资本市场讲努力,更讲运气,为股东、为员工,累一点没有什么”。

看到这些高管身上的敬业精神,记者甚为感动,也甚为钦佩。

不过,正如这位高管所言,资本市场讲努力,更讲运气。随着热情退去,那些曾经付出诸多心血的融资、合作、重组方案中的关键词汇,似乎只要能够帮助提升市值,即使跟自身主业毫不沾边的故事也可以讲。

纵观上市公司推出的方案,绝大部分都想与市场热点沾边,互联网、智能制造、游戏、影视、丝绸之路等频频成为这些上市公司再融资、战略合作、重组方案中的关键词汇,似乎只要能够帮助提升市值,即使跟自身主业毫不沾边的故事也可以讲。

为了讲好这些故事,上市公司付出了极大的人力物力,整个公司的工作重心都向此倾斜,有的耗时几个月,有的甚至停牌长达半年时间来筹划做方案。与此同时,主业却裹足不前,甚至不进反退。

记者跟踪观察的某家上市公司,在过去的两年中,对互联网金融概念热衷,原本以制造、金融外包服务为主业的公司,更是花费巨资打造为被市场喜欢的互联网金融概念,现在概念业务不断烧钱,亏损连连,主业却连连滑坡。

反思过去,这种受市场诱惑的讲故事行为,又何尝不是投机?作为资本市场的基石,上市公司如果普遍都以投机心态来决策投资项目,又如何期待能够建设一个理性的、以价值投资为主导的资本市场呢?

在喧嚣归于宁静之时,上市公司应该改变预期,将注意力再次集中到主业上来。

# 恒生电子被罚逾5亿 今年业绩将受重大影响

见习记者 康殷

日前,中国证监会对恒生公司、铭创公司、同花顺公司非法经营证券业务案作出行政处罚。证监会宣布,将没收恒生电子旗下子公司恒生网络违法所得1.328亿元,并处以3.98亿元罚款。同时,对恒生网络董事长刘曜峰、总经理官晓岚给予警告,并分别处以30万元罚款。

总额逾5亿元的罚款,让恒生电子(600570)备受打击。公司今日发布公告,证监会处罚事项将对恒生电子年度业绩产生重大影响。

同时另一家被证监会处罚的上

市公司同花顺发布公告,公司被没收违法所得217.7万元,并处以653万元罚款,共计约871万元。同时,证监会拟对同花顺副总经理朱志峰、产品经理郭红波给予警告,并分别处以10万元、5万元罚款。

证监会指出,经查,恒生网络开发具有开立证券交易账户、接受证券交易委托、查询证券交易信息、进行证券和资金的交易结算清算等多种证券业务属性功能的系统。通过该系统,投资者不履行实名开户程序即可进行证券交易。恒生网络在明知客户的经营方式的情况下,仍向不具有经营证券业务资质的客户销售系统,严重扰乱证券市场秩序。

# 天山生物终端产品众筹 加速产业战略推进

证券时报记者 宋晓颖

天山生物(600313)日前与百度网讯、中信托签署《互联网金融众筹消费产品战略合作框架协议》,天山生物通过百度众筹平台发售牛羊肉产品筹集资金,获得的资金定向解决公司肉牛养殖前期资金投入大的问题,同时,消费者能够便捷地获得公司中高端牛羊肉产品。众筹发售消费券所得资金还可通过中信托的运作、管理和创新实现资金融通,为公司提供综合金融解决方案。

对于具体运作模式,据公司介绍,天山生物为安格斯牛肉、巴什拜有机羔羊肉产品消费券的发售机构,产品提供方和消费权益兑现的责任方;百度网讯为互联网金融服务平台,为消费券发售机构提供网络发售、营销、品牌推广、在线支付等平台渠道服务;中信托为金融机构

服务平台,为项目依法运作的各项业务提供综合金融解决方案、资金信托计划创设与运营管理、资金监督管理、消费权益信托管理等各类金融和相关服务。协议三方发挥各自优势资源,向消费者提供优质创新服务,以实现多赢目标。

今年以来,天山生物引种、繁育、养殖、育肥、屠宰加工、精细分割至终端销售服务全产业链的大肉牛战略”产业发展计划加速推进,跨界合作的新典范商业运营模式将以终端产品销售带动产业中段养殖育肥,以此实现缩短市场流通环节,树立消费者放心品牌的目的。

随着消费者对优质肉产品需求的不增加,在2-3年的时间里,天山生物西北、东北、华北三大产业中心将收获高转化率的优质肉牛,公司创新运用多种营销渠道,将提前完成全国产品市场销售布局。