

从榜单变动看500 强大企业生态忧虑

江金骐

“500 强”是堵墙,不管是熊孩子还是老猫头,都在憋着劲,努力地往上撞。不过,前者可能是为了“到此一游”,而后者除了要立此存照,更多的是想靠着墙爬梯子,就像恒大集团,在“2014 年中国企业 500 强榜单”揭晓的同时,许家印就号召恒大:明年要跻身世界 500 强!这是继 2014 年年初万达王健林发出“要在短期内进军世界 500 强”宣言后,又一位上榜企业家冲着 500 强吹响“集结号”。

在今年中国企业 500 强榜单上,恒大集团排名 145 位,跟 2013 年 176 名的排位相比,直升了 31 个位次;万达集团今年排名 87 位,较上年递进了 4 位。其实,无论是恒大或是万达,也不论其在 500 强榜单上呈怎样的变动趋势,公众对它们的关注,更多的是此前发生的新闻,那就是恒大除了做房子、卖冰泉,最近又跟阿里巴巴搞到一起;而万达铁着心要找百度腾讯做电商;还有中石化,虽说连续 10 年问鼎 500 强排行榜,但最近也牵手腾讯,借力挖掘“非油”金矿。至此,江湖之上的 BAT,由相互鏖战演变成各自被人“拜山头”。

且不论百度和腾讯只是“新科 500 强”,阿里巴巴甚至未上榜,但他们三家无一例外地被传统企业“相媚好”,何以如此?还是拿恒大大说事。

恒大 2014 年中期业绩显示,今年上半年,恒大持有现金总额加上未动用的银行授信,手头可动用资金多达 1144 余亿元,也就是说,恒大如果想拿地、盖楼,那是“不差钱”的,但实际上,今年上半年恒大的“囤地”数

“ 一些贵为 500 强的企业,为了证明自己的“大”,使劲做着面上的文章,与此同时,为了不输掉未来的“局”,这些企业又在为营造“新生态”各怀心思。

量,较去年同期明显减少,与此同时,恒大高调布局粮油、乳业和畜牧业。当然,与马云联手,看似与主业关联不大,但谁都明白这是许家印的战略延伸。对许家印来说,虽然双脚站在中国企业 500 强排行榜上,眼睛却盯着世界 500 强,他说他看到了“它们绝大部分都走多元化经营战略”,他还说:如果恒大不走多元化战略,会失掉很多机会!

许家印的说法,让人想起王石不久前“万科要倒闭”的担心。作为中国当下炙手可热的两大企业巨头,前后一唱一和,看似偶然,其实必然。分析 2014 世界 500 强上榜企业,中国企业大都是典型的劳动密集型产业,属于产业的低级形态;而在现代金融服务领域、IT 领域和高端装备制造领域,

我国企业走势堪忧。

拿房地产业来说,地产本身是间断性业务,是一个不完全依赖品牌往前推进的产业,在很大程度上,它取决于是否能拿到地,翻译成通俗说法是:房企要做大,必须多拿地。但是,商业用地说到底是要总量控制,与此相应,“房屋制造业”自然就成了限量版产业。

为资源而生的产业忧虑,绝非只有房地产,中石化联盟腾讯发展非油业务,就是为此做的典型注脚。对此,中国企联会长王忠禹在这次的 500 强发布会上指出:“中国经济从‘中国制造’向‘中国服务’转型已成定势。”

从发达国家的经验来看,在第三产业占 GDP 比重超过第二产业之后,后工业化会推动现代服务业加速发展。信息技术服务、电子商务、商务咨询以及与之相关的产业,都是新增点,从这一点上说,BAT 既然作为互联网企业的带头大哥,坐地接受传统企业的攀亲再正常不过了,此为其一。其二,在我国,随着收入水平的提升,居民的消费结构会沿着“衣食—住行—休闲娱乐”的路径升级,在这个大背景下,虽然当前 500 强榜单上,诸如信息传媒、电子商务、网购娱乐等互联网服务业少之又少,但电商介入服务业发展的基本取向不可否认,互联网思维促进传统产业自我转型的基本思路不可否认。这一点,被万达王健林诠释得淋漓尽致。

王健林曾经对“互联网思维”的提法异常反感,在年初举行的“2014 年冬季达沃斯论坛”上,面对媒体甚至公开质疑互联网思维,认为“不存在互联网思维,那只是互联网个别企

业为自己贴金”。但时隔仅半年,王健林变了,因为就在前几天,在万达、百度、腾讯三大巨头签约前,万达内部有个级别很高的研讨会,王健林就万达电商的未来发展,做了“五点建议”。他同时强调在这个时代,如果不用互联网思维、不用新的方式去做,可能就要落伍、被淘汰,并要求万达高层都必须要有互联网营销思维,都要考虑各自的业务如何利用互联网发展,如何实现 O2O。

谁都看得出,互联网尤其是移动互联网的出现,对任何一个行业都有冲击,制造业当然不能置身事外。当今中国的制造业企业,都面临着产品升级,企业转型,都在想办法走向高端,这就是我们常说的智能化制造。智能化制造靠的是“工业化+信息化”,靠的是“互联网+物联网”,企业如果没点儿前世之忧,何谈第四次工业革命。

以前在没有互联网的时候,由于信息不对称,企业可以充分利用这个不对称建立自己的优势。现在,在互联网背景下的任何商业运行,大家在一个相对平等、开放、透明的条件下,人和人之间的关系已经发生了根本性变化,当客户和商家进行博弈,客户稍有不满就可立马转头,这对传统行业、传统作业方式来说,其冲击之大,几乎是一种颠覆。

所以,不管是卖房子、卖家电或是卖石油、卖黄金,作为传统企业、传统运营商,它们为了制胜未来,现在走多元化道路、推互联网思维、携手产业生态圈里的每一位成员,或帮助客户实现价值最大化等“新生态”的营造,也就不难理解了。

紫竹评论



500 强数据“失约”第三次大牛市梦想

丁是钉

随着近日 A 股出现反弹,特别是由于上周(8 月 25 日至 29 日)证券市场交易结算资金单周净转入逾 2000 亿元,创出了该数据自 2012 年 4 月有统计以来的新高,一些机构认为 A 股出现了 2007 年牛市时的特征,并据此判断中国 A 股的第三次大牛市即将到来。然而,新近发布的 2014 年中国企业 500 强数据,显然不支撑关于第三次大牛市的说法,从中国 500 强的数据指标上看,所谓第三次大牛市和此前一些机构的多次类似预言一样,依然是基于赚钱理想的一厢情愿。

首先是以 500 强为代表的中国企业盈利能力不强,缺乏股市大幅上涨的基础性支撑因素。对于股市有一个传统的说法,买股票就是买企业的未来。那么,一个盈利能力不强并且没有明显增长趋势的企业股票显然不值得买,至少不值得花高价去买,这是一个基本常识。数据显示,2014 中国企业 500 强的收入利润率为 4.24%,较上年 4.34%的水平有所下降;资产利润率为 1.36%,较上年的 1.44%也有所下降。2014 中国企业 500 强的净资产收益率为 11.21%,下降了 0.21 个百分点。从总体上看,2014 中国企业 500 强利润增幅低于营业收入增幅,企业依然处于外延型扩张阶段,随着去库存化、去产能化趋势的加剧,中国企业的盈利能力可能会进一步下降。

和世界 500 强横向比较一下,就会发现中国企业的盈利水平依然十分低下。2014 世界 500 强的净利润增长了 27%,但中国企业的净利润只增长了不到 8%,利润增速显著落后于世界 500 强的整体水平。从利润率的角度看,2014 世界 500 强中,美国企业的平均利润率为 9.33%,中国企业的平均利润率为 5.10%,中国企业的盈利能力明显低于美国企业。近三年,世界 500 强中美企业的平均利润率分别为 6.59%、6.60%和 9.33%,而中国企业的平均利润率分别为 5.56%、5.36%和 5.10%。在美国企业盈利率持续提升的同时,中国企业的盈利能力却在逐年下滑。这样的数据指标显然不会支持企业股票的大幅上涨。

第二是中国银行业盈利能力偏高,形成对实体经济的抽血效应,企业盈利能力好转缺乏金融支撑。中国是一个素有“世界工厂”之称的制造业大国,但长期以来,制造业企业一直受到银行等金融部门的压抑。2014 年中国企业 500 强数据显示,260 家制造企业的总资产不足 17 家银行的 1/5,净利润总和不足 17 家银行的 40%。制造业企业的平均净资产收益率为 8.8%,而银行的平均净资产收益率为 18.6%。从某种程度上讲,过分垄断的银行业正在榨干实体经济的利润。

(下转第八版)

和讯
hexun.com

中国财经网络领袖

全球精英相约天津

推动创新 创造价值

2014
中国·天津
9月10-12日



和讯财经新闻端

和讯网全程直击
news.hexun.com

和讯
财经中国圈
和讯品牌专题阵线
和讯网上大讲堂精品