

快递业先驱跌出第一方阵 宅急送引资 10 亿推上市计划

■ 本报记者 宋笛

“这是宅急送最后一次机会。”10月16日,该公司创始人之一陈东升说道。

在发布会上,宅急送宣布与复星集团、招商证券、海通证券、弘泰资本、中新建招商股权投资基金五家公司达成合作,出让不超过30%的股份。

这位中国快递业的“先行者”在20年的时间里不断转型,脚步涉及了B2B、B2C、COD等几乎所有快递业细类,一度巅峰,又经波折。

如今,宅急送快递已然跌出了快递行业的第一梯队。而此次公布的2017—2019年的上市计划,又让人不禁期待,资本推手,能否助力宅急送重返辉煌?

投资金额或达 10 亿元

这次的发布会上,并未发布具体的投资金额。而据相关人士透露,这次融资的总金额达到10亿,分两次到账,第一批的6亿元已经入账,剩下的4亿元将在明年到账。复星集团领投了这次合作,投资金额占到总金额的70%左右。

领投的同时,复星还为宅急送制定了两个“百日计划”。第一个百日计划是对公司的架构进行调整,成立仓配事业部、快递事业部等业务部门,同时在人事方面也有相关调整,最高涉及副总裁。第二个百日计划则主要是围绕仓配建设、战略调整等问题进行。

宅急送此次还公布了一个2017—2019年的上市计划,有望成为快递行业第一家上市的公司。

据了解,这并不是宅急送第一份上市计划,早在2008年左右,宅急送就已经开始准备上市,在公司内部也发行了原始股,而也是在这一年,正风光的宅急送遭遇到了一些问题,上市计划最终搁浅。

令人唏嘘的是,宅急送前任董事长陈平并未出现在这次发布会上,这



资本的游戏虽然轰轰烈烈,但对于宅急送而言,转型之路还是要一步一步前行。

位曾计划将宅急送做成中国的宅急便的创始人在经历了“出走—创建星辰急便—倒闭”一系列的波折后,终于离开了这个他苦心经营19年的行业。

复星布局物流服务链

对复星而言,这次的投资则展现了其一贯对物流行业热衷的态度。

2011年,复星曾与联通携手,投资了韵达快递,2013年又相继投资了菜鸟和虹迪物流。

这些投资涉及了快递B2C、B2B、第四方等多个门类,俨然已经形成了一条物流供应链。

而这样一家公司的人股能给宅急送带来的不仅仅是资本的作用,与其旗下的物流公司进行有效互动也将给双方带来共赢的可能。以仓配建设为例,在宅急送未来仓储建设的相关规划和设计等服务均由复星旗下的一家物流相关公司所提供。

在此次投资的背后,陈东升穿针引线的踪影不时出现。据透露,这次参与投资的5家公司与陈东升均有着千丝万缕的联系。复星也是希望借这次对宅急送的投资,与泰康人寿进

行合作,推动其“投资+保险”的转型计划。

而具体到这次投资的回报上,复星希望收获的,也是其旗下能出现快递行业内的第一家上市公司——在复星投资韵达后,后者就曾制定过上市计划,但因诸多问题,这份计划曾被搁浅。

对于宅急送,复星抱有不少的期待。“这样大的行业,不可能由一种模式和一家公司所能垄断,必然是多种服务模式来满足不断出现的新的需求。因此他也看好宅急送所切到的市场需求。”复星董事长郭广昌如是说。

宅急送力赶最后一班车

资本的游戏虽然轰轰烈烈,但对于宅急送而言,转型之路还是要一步一步前行。

目前的宅急送已经定下了新的战略目标——以仓配一体化为支撑的BBC(B2B2C)业务。据了解,这个新战略是基于复星为宅急送做的一份详细的市场调研和分析的基础上提出的。

这个节点踏入转型仓配一体化

并不算是赶早,顺丰和通达系均已经开始仓配一体化之路,对宅急送而言,其优势正是在B2B行业,这家曾在B2B分类内登顶的快递企业,在经历了电商快递,开展“绿色割据”扩建网点等多次转型后,又终于重拾对B2B行业的重视。

目前宅急送在B2B行业依然有着强大的实力,2014年宅急送B2B行业的收入目标为6个亿,而其在电商快递市场长达3年的耕耘让其在B2C终端方面也积攒了一定的经验,正是基于此,宅急送最终将整体产品定位致力于打造订单收集分配系统与仓配一体化和货到付款三位一体产品。

“在物流快递行业,很少有企业既具有做公司业务的能力,又具有做消费者业务的优势,而唯独宅急送有这样的能力。”宅急送董事长陈显宝表示。

在形容宅急送这家公司时,业界时常会用到“起了个大早,却赶了个晚集”一语,而在资本的推手和战略的调整下,有理由期望,这次的宅急送可以“起的不算早,却赶上了最后一班车”。

360 再做硬件 放弃入口模式专攻数据

■ 本报记者 郭奎涛

从早期的手机、电视开始,互联网公司做硬件向来是入口思路,贱卖硬件,以低价占领市场,再通过植入服务盈利。今年以来,互联网公司做硬件的一种新玩法开始流行,将传统硬件智能化,进而挖掘其背后数据的商业价值,甚至在硬件销售上也能赚一笔。

作为一家网络安全公司,360做硬件的转变就是典型的案例。

在手机业务、安全路由器等一批入口级硬件产品相继沉没之后,近期,360旗下的硬件研发平台奇酷相继推出了随身wifi、家庭卫士、儿童卫士等新一代智能硬件产品。还有消息证实,360已经投资了一家主要生产母婴智能硬件套装的硬件公司。

入口情结

中国的互联网公司一直有深厚的入口情结。即时通讯、搜索等都可以视为入口,腾讯、百度占据了这些入口之后,分别从单一产品做成互联网帝国,更直观说明了入口的重要性。

2011年,移动互联网开始受到PC互联网巨头的重视,在预装软件方面具有绝对话语权的手机构成为重要的移动端入口,小米手机的成功更是为互联网公司打了一针兴奋剂。一时间,做手机几乎成了稍有名气的互联网公司的标配。

这个时候,360在PC安全领域已经站稳脚跟,进军移动互联网势在必行,也联合海尔等硬件厂商推出了多款智能手机产品。安全自然成了

360手机产品的主要标签,内置了360手机卫士等系列360移动端产品。

尽管反响很大,伴随着阿里巴巴、腾讯和百度手机的悄然落幕,360手机业务也逐渐淡出了市场。进入今年上半年,360公司董事长周鸿祎更是不止一次直言,360的手机业务失败了。

在手机之后,另一款被视为家庭互联网入口级产品的路由器趋热,360也研发了一款360安全路由器产品。经过小范围的推广销售,周鸿祎调侃说,做了很多人性化改进,但是用户看不到,再不做这种吃力不讨好的产品了。

新的机会

遇到了挫折,周鸿祎并没有停止

对做硬件的思考,就在声称“做硬件是个大坑”的同时,他还表示“真正的大数据还没有到来,传统行业将被互联网打破颠覆,做硬件的机遇在于将设备智能化、连入互联网以及云端化”。

“我觉得一个最重要的时代可能开始,那就是IoT——万物互联。”日前,在360主办的世界安全大会上,周鸿祎再次表示,互联网能够把今天我们所有能看到、能想到、能碰到的各种各样的设备连接起来。

据悉,IoT是在美国流行的一个概念,和过去所讲的物联网并不一样,物联网中的各个硬件更像一个传感器网络,IoT里面的所有设备都会内置一个智能的芯片和内置的智能操作系统,所有设备都通过网络和互联网、云端7x24小时相连。

(下转第十一版)

白酒行业整体下滑 部分企业利润降幅五成

■ 本报记者 刘凌林

“糖酒会上再也找不到以往那种热闹场景了。”刚刚从重庆第91届糖酒会展会回到北京的一位资深白酒业内人士告诉《中国企业报》记者,整个展会现场显得冷淡,缺少人气。参展厂家与往年相比也明显减少了,还有几个展馆空着没有开馆。“有的展位甚至免费送人,这在以往是不可能的。”

如果说,糖酒会是白酒市场的晴雨表,折射出当前白酒行业整体低迷的态势,那么,在销售一线的经销商们更是直接感受到市场的“寒冷”。

政府白酒销量下滑厉害

“虽然年初的销售目标完成过半,但年底要完成全年指标几乎不可能。”日前,白酒经销商张晓明在接受记者采访时,直喊压力大。

张晓明是保定、沧州、廊坊、张家口等地的42度五粮液和五粮液1618运营商,同时经营三个直营店和一个专卖店。

张晓明告诉记者,中秋、国庆节前20天就开始进入白酒的销售旺季,但今年的中秋、国庆期间,他公司的五粮液销量与往年相比至少减少20%—30%。

“往年一个店里中秋期间日均能销售五粮液十几箱,五粮液系列产品大概在几十箱不等,而渠道上一天的销售是门店的6—8倍。门店平时有员工4人,到节庆期间,就是增加人手往往还忙不过来,但今年4个人基本就够了。”张晓明说。

国庆期间,记者走访北京多个超市、烟酒店发现,今年国庆节期间不但没有出现逢节必涨的情况,而且销量遭遇“滑铁卢”。往年很多超市各种促销情景也不见了。

记者来到位于北京石景山区山姆会员店的酒楼销售区,醒目的位置上并没有像往年一样摆放白酒,前来购买的客人也寥寥无几,显得冷冷清清。一位店员告诉记者,今年的白酒卖不动。原来有单位来购买的,都是几箱十几箱地买,今年几乎没有了。

“政府部门这两年的白酒销量下滑得厉害。”张晓明告诉记者,原来政府部门是最大的客户。其次是一些企业主,往往是作为礼品赠送的情况,今年少很多。不过,“以往的大客户销量减了,部分小客户的销量却增加了。”

事实上,久未复苏的白酒行业不仅遭遇销量的下滑,在价格上同样出现持续下跌的态势。

有数据显示,15家白酒上市公司中报净利润整体下滑,包括贵州茅台在内的所有白酒上市公司上半年净利润均呈现负增长。

10月8日,泸州老窖发布业绩预告,公司预计1—9月累计实现净利润12.15亿元至13.5亿元,同比下降50%至55%。去年同期公司盈利27亿元。

行业洗牌持续上演

面对市场颓势,各大酒企纷纷祭出降价招数,茅台酒价格跌回5年前,五粮液供货价回到3年前,而国窖1573在经历了大幅降价抢市场之后又停止了供货。

另有经销商反映,其所经营的高端白酒销量同比下降了近七成。

不过,张晓明告诉记者,五粮液跌幅最大的是52度的五粮液。他经销的42度五粮液的价格基本上没有下跌。“42度的产品算是五粮液公司的一个低度新品,价位是介于52度和39度之间,它满足了一部分消费者嫌52度高或嫌39度低的人的要求。”

国庆期间,记者在某电商平台看到,53度飞天茅台的促销价为899元,出现历史最低价。而52度五粮液也降到了599元。

张晓明告诉记者,事实上,9月份52度五粮液的调价到了575元而已,也有经销商能拿到509元的进货价,不过并不是全部经销商都能拿到这样的价格,这是厂家根据经销商以往的销量给予的配额价,也不是要多给多少。也就是说一部分经销商达到厂家要求后,厂家会给一定比例的配额。实际上,大部分经销商的进货价格还是接近600元。

张晓明向记者分析认为,从大环境看高端酒是有些低迷,茅台、国窖还会继续下调价格,五粮液也会适当调低,但调到太低估计不可能。

高端白酒的价格还会继续下调,但市场并没有出现逆转,显然整个白酒行业都在“严冬”里。

有分析认为,较之价格上的调整,行业的洗牌也在持续上演,酒企之间的兼并重组屡见不鲜。茅台、五粮液、泸州老窖、洋河等一、二线品牌,凭借其自身的优势和实力,通过建立基地、并购等方式加深区域市场操作和争夺,区域品牌和地方小品牌不仅面临着自身转型的压力,还面临着一、二线品牌下沉后的竞争,生存空间越来越小。

值得一提的是,在资本市场上,银行今年已经将白酒行业列为控制信贷行业。在业内人士看来,没有银行资金的支持,许多中小酒厂很难撑下去,届时这些酒企不得不甩卖,白酒行业将迎来兼并重组小高峰。

事实上,已有不少业外资本涉足酒业,如娃哈哈巨资入驻贵州仁怀白酒工业园区;平安信托并购川酒企业红楼梦酒业;钢铁大佬天津荣程集团投资120亿元,在四川泸州建厂卖酒等。

今年9月份以来,又不断有白酒上市公司传出重组的消息,沱牌舍得披露消息称有意引进战略投资者,对母公司进行战略重组;洋河股份正在接洽安徽高炉家酒。

快消品行业专家邹文武分析认为,小企业将被并购,这是大趋势。未来三五年将会有更多的中小企业被并购,在资本运作下,通过兼并重组更集中在大品牌下。而那些是没有品牌、没有市场的白酒企业,它们的日子会越来越难过。

邹文武认为,白酒黄金十年,其实真正发展也就这三四年,因为回报率很高,没有压力,最后导致产能过剩,库存太大,都在等升值。

HELI
中国合力 提升未来



打造一流精品
创世界知名品牌

统一服务热线: 4001-600761

ISO9001 ISO14001 CE
中国质量认证中心 中国质量认证中心 CE Certification

安徽合力股份有限公司
ANHUI HELI CO., LTD.

电话: 0551-3648005
地址: 安徽合肥望江西路15号
传真: 0551-3633431
E-mail: market@helichina.com
www.helichina.com