

20岁苏宁朝世界级零售平台迈进

圣诞节前的第一天,就是中国最著名的家电零售企业苏宁电器(002024.SZ)的20岁生日,已经在今年9月间,登上中国民营企业500强第二名位置的这家中国民企,20年来,发展迅猛,既实现了自己的股票上市,也成功完成了对日本等地的海外上市公司、百年老店的收购。如今,它正以20年的新锐发展和丰厚积累,冲击和创新着全球的家电零售格局。

□本版撰稿 快报记者 石成

进入500强不是梦

张近东作为苏宁电器的掌门人,从来不讳言自己和自己的企业,对于成为全球500强企业中的强中强的信心和渴望,张近东说:“我的总部对面就是沃尔玛,我的目标就是做中国式的沃尔玛,并且在世界范围内最终成为超越沃尔玛的伟大企业。过去的15年,苏宁年销售收入增长保持在85%。从连锁家电业市场空间看,未来几年即使增速不会这么快,但以100亿美元作为世界500强的人围线,苏宁5年内完全能够达到。”

作为张近东这个伟大理想的注脚,苏宁电器在深圳证券

交易所的公告显示,截至今年第三季度,已经累计完成主营收入542亿元人民币,而第四季度是传统的电器销售旺季,所以即使苏宁在今年第四季度的销售仅与第三季度的182亿元持平(事实上,四季度超过三季度是常态),那么苏宁电器今年度的主营收入也会达到724亿元人民币的规模,按照目前人民币与美元6.65的基准汇率换算,苏宁电器今年销售收入达到109亿美元,是个相当有把握的事情,则迈入100亿美元的世界500强俱乐部,也是个相当稳健和有胜算的大概率事件。

张近东打算超越沃尔玛

“苏宁电器已经做过中国股市的第一高价股,也当上了《福布斯》全球2000大企业中国零售企业第一名,获得的其他排名和荣誉,多得数不过来,但我们现在不希望仅仅拿数据去比拼,数据不是结果的一个方面,我们更看重背后的能力。”

不可否认,现在是苏宁电器发展20年来,各种数据最抢眼的时候。8月29日全国工商联发布了“2010中国民企500强”,苏宁电器集团以营业收入1170亿位居第二,并跃居中国连锁百强榜首。第二天上市公司苏宁电器发布中期财报,上半年总营收360.5亿元,同比增长32%,净利润19.7亿元,同比增长56%。不难发现,苏宁电器营收超越第二名110亿,净利等于第二名的2倍多。

两年前,张近东曾表示过,“三年内领跑行业”的愿望,而眼前不争的事实是,他已提前一年实现了这个目标,从去年起,苏宁电器已稳坐行业老大的位置。

至于沃尔玛,目前它在全球拥有8500家连锁店,210万雇员,2009年销售收入达到了4000多亿美元,且还在以每年4%左右的速度变大。张近东打算挑战并超越它,这可能吗?但视数据如浮云的张近东

并不认为数据上差距有想象中那么可怕,因为庞大的中国市场足以培育出能够超越沃尔玛的企业,并且时间不需要太长。“如果简单换算,沃尔玛可能要领先我们20年、30年,我觉得超越它不是不可想象的。”张近东坚信,未来的市场上有很多机会。从南京一家200平方米的空调专卖店起家的苏宁,用20年塑身为在海内外300多个城市拥有近1400家连锁店的中国巨无霸,在完成了几千倍的膨胀后,完成了全球家电业最近50年的最大传奇(三星全球总裁语),这一传奇的完成,让张近东有信心去实现他的理想王国——做中国式的伟大企业,而绝不是克隆另一个沃尔玛出来——“那没有技术含量”,他说:“我们很淡定。因这么多年苏宁始终坚持做自己,最大的对手就是超越自我。我们已经改变了家电世界,我们创造了成功的中国家电模式,我们未来还会像所有那些真正的百年企业、业界巨人一样,树立苏宁电器自己的价值观,我希望人们将来能接触和认知到的,是一个中国的苏宁,一个没有模板的苏宁,一个和整个民族共同进步、不断进步的苏宁,事实上,我们这20年,也正是这么一路走来的。”



中华第一店 苏宁南京新街口店 资料图片

总部成全球家电流通“圣地”

苏宁电器的飞速发展,不仅使得自己日益成为全球家电零售业的核企业,也捎带着让总部所在地南京沾了光,由于全球各大家电企业掌门人纷至沓来的商业拜访,由于苏宁电器在当地设立的规模恢宏的全中国物流中心的辐射影响,更由于每天数以千计的指令、企划的发出,让南京这座古城,在日新月异的全国家电流通业变局中,变成一个不可或缺的中心,事实上,那些每天从这里发出的指令和计划,大的是可以震动整个家电业竞争格局的并购、资本运作,小的是惠及万户千家普通中国人的让利、促销方案,某种程度上,南京已经因为苏宁电器和张近东的存在,俨然已是很多家电从业者们的“圣地”。

苏宁电器南京地区管理中心总经理陶京海表示,“矢志推动中国城市现代化进程,未来5年会在南京建设16座大型城市

商业广场,构建南京高端商业服务业平台。2009年12月26日,南京新街口苏宁电器广场正式奠基,正式启动苏宁在南京开发建设城市综合体的项目。该项目规划依据南京城市商业格局和商圈分布现状,按照城中、城东、西、南、北五个区域以及城市周边的江宁、六合、浦口、溧水、高淳等郊区县进行布局,依据商圈商业发展状况科学开发建设苏宁广场和苏宁电器广场。推动城市建设,提升城市商业层级,充分服务于城市长远发展规划,在服务外包、高端酒店、购物休闲等领域为南京打造高端性的服务平台。”

苏宁在南京、江苏引进雅高、凯悦等国际顶级酒店品牌,一系列高端酒店将在未来纷纷入驻规划和建设中的苏宁广场、苏宁电器广场,将全面改写南京高端酒店业的格局,打造更国际化的城市商旅配套服务平台。

相关新闻

《苏宁:背后的力量》系列专著正式出版

——全面解读中国第一商企20年持续成长基因

作为张近东在全球家电界树立苏宁电器价值观的最新努力,昨天,《苏宁:背后的力量》系列专著正式出版,由中信出版社出版的这本新书,也成为12月26日苏宁电器二十周年庆典的一项重要内容。苏宁电器副董事长孙为民、书籍作者南京大学商学院教授成志明、中信出版社副总编辑蒋蕾、海尔集团执行副总裁周云杰、华夏时报总编辑水皮、清华大学经济管理学院教授李飞、IBM运营战略首席顾问白立新等各界重量级嘉宾出席了新书发布会并共同为新书揭幕,即日起在全国各大书店上架销售。

今年是苏宁电器20周年,从20年前前的200平米小店,发展到拥有近1400家门店,连锁网络覆盖中国大陆、中国香港和日本,年销售规模达1500亿元的中国连锁百强之首,苏宁电器已经成为中国经济发展的标杆企业,其罕见的持续成长性和内在的企业基因已经吸引了越来越多专家学者的关注和研究。

在此次撰写《苏宁:背后的力量》系列专著的过程中,全体创作团队也展示出了高度严谨的治学风格。多达近千人次的苏宁内部高层级员工的面对面访谈,时长半年的实地驻扎和调研,对《第一财经日报》总编秦朔、IBM战略运营首席顾问白立新博士、《新营销》杂志主编孙全胜、东南大学经济管理学院教授李东、家电厂商高层、主流财经媒体资深记者等数十位业内资深人士的访问,三易其稿反复修订,最终在苏宁电器20周年来临前夕顺利由中信出版社集结出版。

据了解,此次出版的《苏宁:背后的力量》系列丛书共分为三本,分别从营销变革、信息化建设、组织管理三个方面对苏宁进行深入的剖析。

据介绍,《创新营销》分册从苏宁创新营销的过程来揭示苏宁成长背后的力量。苏宁一直站在行业转型的角度,奉行大营销理念,坚定大创新意识,这是成就今日苏宁连锁奇迹的力量之一,苏宁每一次大的变革与创新,改变的是一个企业,影响的是整个行业。

《信息化天梯》分册则是从苏宁信息化的过程来揭示它成长背后的力量。苏宁的信息化工程就是一个构建“天梯”的过程。通过这样一个可以无限延展的“天梯”,推送着苏宁不断地达到更高的高度,足够坚实的信息化后台才能让苏宁的“摘星揽月”的梦想成为可能。

《组织智慧》分册从组织智慧的角度来揭示苏宁成长背后的力量。一个企业的组织智慧影响和决定了它能做多、做多、多走多远。能把企业的价值观、理念、工作方法、领袖个人魅力和员工群体作用有机结合并充分发挥出来,苏宁体现的就是这种优秀的组织智慧。

Table with columns for stock codes (代码), names (名称), closing prices (收盘), and percentage changes (涨跌%). It lists various companies and their market performance data.