

张近东:转型不能迷失自我

内部讲话提“三效法则”,要将互联网精髓和零售本质有机结合

2月10日,苏宁董事长张近东在开年苏宁春季部署会上发表内部讲话,将2013年的战略布局全面落实,并明确定位2014年是战略执行年。张近东强调,互联网时代的执行不再是标准化的复制,而是创新执行,要将互联网精髓和零售本质有机结合,转型不能迷失自我。

现代快报记者 刘德杰

互联网思维的“三效法则”

“2013年,苏宁实现了集团转型发展以来战略上的重大突破,明确了一体两翼的互联网零售发展的方向。”张近东将2014年定位为集团的绩效凸显年、战略执行年,要全面再造新十年、新苏宁、新的执行力。

张近东表示,创新执行力的核心要有意识上的紧迫感,构建创新执行的法则,并找到科学的执行方法。执行力的提高需要有危机意识、亮剑意识、团队意识,并强调互联网时代的执行不再是标准化的复制,而是要按

照“三效法则”来创新执行。围绕“效果、效益、效率”的“三效法则”,即“用户体验讲效果,经营创新讲效益,制度优化讲效率”,张近东强调要用“三效法则”来反思2013年工作中的问题,思考2014年的工作开展思路。

打造苏宁互联网化的执行力

“2013年苏宁在转型探索上开展了很多工作,但因为缺少聚焦,资源得不到有效的整合,导致很多工作结果没有达到预期。”张近东表示,2014年在工作执行的方向上一

定要有“产品突破”的意识,要“集中力量办大事”。

2014年,苏宁明确要把用户体验作为执行的导向,并要求把目标聚焦化、具象化,具体到核心产品上,以“产品决定目标、项目决定组织”的理念,打造苏宁互联网化的执行力,以产品推进带动目标的实现,最终要建立起战略性指标、战略性项目。

总部层面,各商品经营体系要立足行业、立足平台推进经营攻略。线上线下运营平台,要各自对标全国性的竞争平台,针对性地找出短板,围绕平台建设、会员发展、终端

互联网运营能力建设、顾客服务体验等核心指标落实攻略目标,指导部署大区的本地化经营。

大区和子公司层面,要立足自身的线下平台、共享总部的线上平台,明确辖区内的线下、线上竞争对手。针对不同的对手,制定出领先、超越、遏制等具体的攻略目标,联动总部资源实施地区市场的竞争策略。2014年的地区攻略,一方面要突破全国超大规模城市的线上经营格局,另一方面要突破三四级市场O2O的融合,由两头带中间,建立苏宁在全国的行业领先地位。

并购狂潮

阿里拟全面收购高德

地图导航股面临价值重估

互联网

阿里巴巴集团(以下简称“阿里巴巴”)入股高德仅仅9个月后就有了新的动作。阿里巴巴2月10日晚宣布,将以11亿美元现金收购高德公司72%股份,一旦交易完成,高德将成为阿里巴巴集团的全资子公司,而这有望成为今年互联网行业的首笔重磅交易。这个交易则凸显出阿里巴巴对于未来潜在危险的防御:在移动互联网领域,正受到来自腾讯和百度的挑战。



资料图片

阿里入局为市场卡位

上述交易标志着中国互联网BAT(百度、阿里巴巴和腾讯)三巨头已经全部“亲自”进入地图领域。此前,阿里巴巴集团在2013年5月以2.94亿美元战略投资高德。

此次交易完成后,阿里巴巴旗下淘点点、淘宝本地生活等服务平台与高德地图和导航应用的整合必将加速,这些业务正是此前阿里巴巴布局O2O的重点。

在移动互联网时代,地图作为入口的作用正在不断被强化。

百度地图此前是高德的主要竞争对手,借助百度地图,百度正快速切入生活服务领域。

值得注意的是,百度今年1月份宣布将全资收购糯米网,弥补了其生活服务业务,用户可以通过百度地图得到完整的团购服务体验。

另一方面,虽然与百度地图和高德地图相比,腾讯地图市场份额相对较小,但是2013年下半年其经历了一系列调整,以及团队的扩充。腾讯地图相关负责人表示,2013年,腾讯地图完成了O2O基本布局,接下来或将与腾讯其他产品结合,提供更好的用户体验。

激烈竞争推动阿里巴巴加快布

局,阿里巴巴从投资转为全资收购高德,其市场卡位的意图十分明显。互联网评论人士洪波认为,阿里巴巴收购高德后,可为阿里巴巴的O2O加码。

此前,高德发布的财报显示,截至9月30日,三季度高德软件净营收3770万美元,同比降6%;而由于运营成本明显上升,该季净利也首次出现亏损,净亏670万美元。

A股相关概念股受关注

A股市场中我国车载导航市场的另外一家领先企业,为百度提供地图数据的上市公司四维图新近期股价大幅上扬。

A股市场上,相关数字地图概念股包括:四维图新、超图软件、数字政通等。

另外,与地图导航相关的硬件设备也可适当关注,GPS芯片:国腾电子、北斗星通、华力创通;终端产品:江苏三友、中海达、合众思壮、海格通信等。

多位产业观察人士猜测,下一步阿里巴巴很可能进军安全领域,此前已经有传闻阿里巴巴入股奇虎360。安全领域很可能将成为BAT三巨头全面介入的新战场。

综合腾讯、《证券日报》

家居

春节假期刚过,中国家居连锁行业曝出一则重磅消息:排队上市一年未获突破的红星美凯龙新年有了大动向——收购吉盛伟邦。2月10日晚间,记者从红星美凯龙相关人士处获悉,红星美凯龙已确认全资收购行业排名第三的吉盛伟邦,目前这一事项已取得实质性进展。据了解,双方已签署框架协议,近期将完成全部收购事宜。

吉盛伟邦的市场总监吴玉奇对记者表示,收购的事是确实的,具体金额和方式还无法说,以红星美凯龙公告为准。

家居业迎史上最大整合

红星美凯龙“吞”吉盛伟邦

推进双品牌战略

红星美凯龙收购吉盛伟邦可谓一波三折。早在2009年下半年,业内便风传,中国家居流通业两大巨头红星美凯龙和吉盛伟邦开展所谓“深度合作”。2010年1月,更有媒体率先披露了内部消息——原本据说是“水到渠成”的“收购”,结果却以失败告终。然而,在“收购门”始末,红星美凯龙和吉盛伟邦均未发表过任何官方声明。

此后,关于红星美凯龙与吉盛伟邦将携手整合的消息不断传出,而历经4年之久,两家公司经过长时间的战略谋划,国内家居业“第一并购案”成功落地。

根据记者了解到的信息,此次收购完成后,红星美凯龙将继续保留“吉盛伟邦”品牌,并有效利用其已经积累的品牌影响力和市场口碑,推进“双品牌”战略,进一步扩大市场份额。在吉盛伟邦的“家具村”模式中加入建材品类,成为世

界家居工厂直销中心。公司产品线也将得到进一步丰富和扩大。同时,吉盛伟邦的管理将实行本地化,原有的团队和人才保留融合。

在未来数月内,中国家居业将迎来史上最大的一次整合。业内人士指出,收购可以使红星美凯龙进行横向整合,做大做强巩固其霸主地位,但目前家居卖场深受电商冲击,公司疯狂扩张背后,如何保持稳定的租金收益和客户资源将是一大难题。

或为上市做准备

业内专家分析指出,当前国内家居行业的品牌集中度仍非常低,全国性的渠道旗舰将有利于促进大品牌厂商的形成,具有较强的品牌孵化器作用。

吉盛伟邦内部人士向记者表示,目前吉盛伟邦主要在高端家居有一些市场份额,模式主要是收租金,类似于商业地产。一位国内家居业内人士表示,红星美凯龙收购吉盛伟邦主要是为了提升家居品牌的招商能力,加强渠道控制能力,可能是为其未来的上市作准备。

据《每日经济新闻》



资料图片

热点传闻

“五环变四环” “与我们无关”

索契冬奥会开幕式故障屏非我们提供

索契冬奥会开幕式现场发生倒计时黑屏和“五环变四环”的意外事故近期成为关注焦点,有传言称国内上市公司洲明科技是故障LED屏提供方。昨午,洲明科技发布澄清公告称,公司携手控股子公司雷迪奥为索契冬奥会开幕式提供的产品是开幕式舞台中央的216个灯柱创意屏,并非倒计时所用的大屏幕,该屏幕并非由公司供应生产。截至昨日收盘,洲明科技报26.88元/股,下跌2.96%。

据悉,在索契冬奥会开幕式举行前一天,洲明科技于2月7日在公司官方网站上发表了题为“中国显示屏助力索契冬奥会”的报道。在索契冬奥会开幕式现场显示屏出现倒计时黑屏及“五环变四环”的失误状况后,众多媒体及LED显示屏业界猜测该显示屏的供应来源为洲明科技。

实习生 金悦然 现代快报记者 刘元媛

数据观察

1月份26家公司 定增融资468亿元

2013年IPO暂停,通过定增融资已被越来越多的上市公司所采纳,对于这一趋势,昨日有不愿具名的策略分析师对记者表示,去年下半年以来,上市公司们推出定增方案的热情空前高涨,但最终能否实施,却充满了不确定性。

“上市公司扎堆推出定增方案的同时,募集资金的投向和拟购买的项目却有不少呈现出种种潜在问题,会为这些定增方案的通过埋下隐忧。”上述分析师表示。

2014年以来,上市公司们对定增的热度依然不减,据记者通过Wind数据统计,2014年1月1日至1月31日,已有26家上市公司实施增发,而这26家公司的发行方式无一例外地选择了定向增发。数据显示,这26家上市公司拟实现实际募资总额468.01亿元。 据《证券日报》

公告幕后

康得新一季报 提早一个月公布 投资者质疑其另有目的

业绩预告得太慢容易招来不满,但预测得太快也难免惹人怀疑。这不,刚发布一季报预告的康得新就被投资者盯上。

周一,康得新发布2014年一季度预告,比去年预告时间(3月5日)整整提早一个月。扣除春节放假,2014年才过1个月,这份超前的业绩预告让投资者觉得公司是另有目的。有投资者称:“一季度才过了一个月,就预测调整,看来跌太多,大股东不在现价增持,改发利好,有问题。”周一公告一出,康得新股价直奔涨停而去。

不过,董秘钟凯却认为,提前发布预告正是对投资者负责,“春节之前很多人都对业绩问题很关心,有一个预告的范围(公告),也是上市公司应该做的事。”康得新一季报预告,盈利2亿元至2.07亿元,同比增长55%~60%。 全景