

物美张文中:5G 助推零售革命3.0 到来

本报讯 3月23日,在国务院发展研究中心主办的2019中国发展高层论坛上,多点Dmall董事长、物美集团创始人张文中发表了“数字时代和商业革命”主题演讲。

张文中认为,零售业的第一次革命由沃尔玛、家乐福等大型商超发起,而二次革命是阿里巴巴、亚马逊等电商带来的,如今零售业的第三次变革已经到来,以多点Dmall模式为代表的数字化零售将引领这次变革。

“数字时代零售业革命到底什么含义?”张文中认为,人类生活方式正在彻底改变,将会全面“在线化”。具体在零售业,会



员、员工、营销、商品、服务、管理等各方面都会实时在线,商业进入全面数字化的时代,在数字化

基础上将可以用人工智能技术做很多事。

张文中表示,实现这一变革

有两条路线,一条是建立新世界,一条是如《流浪地球》中的“地球派”去改造旧世界。创立多点Dmall,正是选择了第二条路线,用新技术新方法对传统业态和经营方式进行彻底的、接地气的改造,使现有网点资源和供应链资源得到有效复用,实现低投入、可持续、高增长。通过多点Dmall,以数字化为基础,传统零售能高效实现线上线下一体化,服务用户到店到家一体化全场景购物。张文中表示,多点正保持高速增长,目前已经合作全国50多个头部连锁商超。通过盘活店铺、供应链资源,多点已经拥有5500万用户,千万月活,

在生鲜快消O2O领域APP榜单上排名第一。

在张文中看来,5G技术无疑会对全面在线、全面数字化带来深切影响,加速带来彻底变革。而多点Dmall的最终目标是实现模式最佳、流程最优、成本最低、效率最高、速度最快、体验最好的全新的商业生态。

据悉,中国发展高层论坛由国务院发展研究中心主办,中国发展研究基金会承办,以“与世界对话,谋共同发展”为宗旨,每年在紧邻全国两会之后的周末举行,是中国政府高层领导、全球商界领袖、国际组织和中外学者之间重要的对话平台。

盒马鲜生扩张要开四种新业态品牌

盒马 CEO 侯毅最近公布了盒马除了标准门店之外的4个新业态:盒马F2、盒马菜市、盒马mini和盒马小站——你可以把它们理解为盒马的子品牌。

盒马小站相当于“前置仓”,它将开在那些盒马无法开店的区域,只提供外送服务。目前它在上海开了两家盒马小站。侯毅透露每日大约有1000多单的销量。

因为需要4000~6000平米面积,盒马的扩张选址不如那些不需要沿街面积更小的前置仓容易获取。对于无法快速扩店又想发展线上业务的零售商来说,前置仓成为了一种选择。在上海做生鲜电商的叮咚买菜全部采用前置仓的模式,没有门店。目前它有200多个前置仓。

盒马小站能帮助盒马实现今年年底上海和北京主城区全覆盖的目标。侯毅在3月18日的一个和地产商的合作会议上透露,截至3月底盒马在上海城区已实现80%覆盖,仅剩黄浦、嘉善等少数区域仍有空白。

而其他新业态形式也体现了“因地制宜”的选址。盒马菜市定位城市的社区和郊区,跟盒马标准门店不同的是,它的蔬果产品都以散装形式出售,也不带有餐饮区。

盒马mini选址定位在郊区和城镇,甚至是县市。面积在500平米左右。它在上海已经开了一家盒马mini。侯毅称日均销售额在8万元左右,这一数字远低于盒马80万的单店日均销售额。未来,盒马mini还将在上海开设两家继续测试,效果符合预期后再将该业态开设至三四线城市。

盒马F2定位办公楼商圈,有点像一家便利店。它于2017年年底在上海北外滩的白金湾广场开了一家这样的店:它拿掉了销售日化产品的部分,和日资便利店比鲜食的选择更多。最近盒马F2增加了自提柜。这还不包括盒马和大润发合作的盒小马。

目前盒马在二线省会城市和沿海地区的二三线城市扩店中,但它是否能适应低线城市的消费者习惯还未可知。侯毅说:“针对不同的商圈,不同的城市,你要去做符合当地消费者收入水平,消费习惯所需要的机构配置。”

根据盒马官网显示目前它有138家店,和8个月前比翻了一倍。

其中上海有26家,北京20家,深圳14家,广州7家,成都11家,杭州8家,武汉13家,西安9家,南京4家,苏州3家,宁波2家,昆山2家,南通3家,重庆3家,贵阳5家,福州3家。另外,它在海口、长沙、青岛、大连和无锡分别有1家店。

(董芷菲)

>> 上接12版

“猪肉也疯狂”背后:疫情致生猪产能短缺?

另外,2018年冬季猪价低迷、养殖户管理意愿不足等因素,导致当前仔猪供应量紧张。而年后猪价上涨,市场确认了猪价牛市,补栏意愿开始有所增加。不过,由于疫情不确定性,仔猪涨价区域明显。部分地区40斤仔猪价格从年前的300元/头,飙升至当前的700~750元/头。仔猪价格上涨,有利于增加以繁育为主生猪养殖企业的利润,也在一定程度上推升了生猪养殖的成本,强化后期猪价的上涨。

业内分析称,虽然疫情仍然有不确定性,但是养殖户愿意高价购买,较大程度上表明当前仔猪的供应量不足,以及能繁母猪的数量不足,进一步确认猪价的上涨趋势。

同时,根据美国农业部3月14日公布的数据,美国在前一周向中国出口23846吨猪肉,单周进口量已刷新了2016年下半年以来单个月从美国进口猪肉数量。

东北及华北猪价的大幅上涨等现象,都预示着:本轮猪价牛市已启动。

天风证券研究所吴立团队在研究报告表示,在产能大幅去化以及生产效率(受疫情影响MSY和出栏均重有可能下滑)下降的背景下,本轮周期有望超越2006~2008年的周期,上涨时间将持续2~3年,高点将超过25元/公斤,部分地区有望达到30元/公斤。

该研报认为,从周期的角度看,猪价上涨的高度和幅度很大,作为周期行业,猪价的持续上涨是股价上涨的核心驱动力。

“绝地反弹”的生猪概念股

资本市场早已关注到这一行情。前期生猪养殖行业备受利空打压,股价不断下跌,如今受猪价大涨这一基本面的影响,猪肉价格也助推了生猪养殖股的绝地反弹。

截至3月5日收盘,温氏股份

(300498.SZ)市值达到2045.55亿元,在将近9个月之后重新成为创业板市值第一。牧原股份(002714.SZ)2019年以来累计超过100%的涨幅,1213.4亿元的市值也让秦英林(现任董事长)、钱瑛夫妇坐稳河南首富的交椅。

然而,前期强势的以猪肉股和鸡肉股为主的农业股,在3月14日,也遭遇市场的“大屠杀”,走出“杀鸡宰猪”的行情。

与之相应的是,3月生猪价格一度连涨11日,从3月12日至今的最近几日,生猪价格出现连续调整。业内人士表示,在猪价止涨回落的影响下,养殖场出栏意愿明显提高,屠宰企业进一步压价,预计短期调整还将继续,但整体来看,市场产能去化明显,对猪价支撑力度较强,回调也只是阶段性的调整,与此同时,近几日仔猪价格继续大涨,也说明市场对后期的看好未变。

芝华数据生猪分析师姚桂玲对第一财经记者表示,由于这段时间猪价涨幅过快,接下来猪价或在回归理性后稳步上行。

姚桂玲认为,生猪价格出现下跌的原因,主要是前期猪价涨幅过快,屠企开始压价。因为终端需求清淡,销量和走货不佳,成交量还是下降的,猪肉价格涨幅并不理想。虽然批发市场白条猪肉价格依然在上涨,截至3月14日,全国主要批发市场白条猪肉价格19.84元/公斤,较月初大幅上涨10.2%,但涨幅不到猪价涨幅一半。从3月12日开始的压价效果来说,虽然猪价回落,但跌幅较小,猪价下跌有限。

生猪养殖作为周期性行情,猪肉价格的牛市,也让养殖企业的收益翻倍。按照当前饲料价格,不考虑疫情影响因素,生猪平均单位成本在11.6元/公斤,豆粕弱势有望进一步降低饲料成本,进而降低生猪平均生产成本。

业内预计,2019年生猪出栏平均价格有望达到17~18元/公斤,平均盈利在700~800元/头,2020~2021年猪价仍有望维持在高位,预计生猪平均单头盈利在600~1000元,低饲料养殖水平,及过去几年养殖集团的产能大量释放,有望在未来三年快速兑现利润。

林国发称,由于养殖利润的爆发性上涨,资本市场对生猪未来产生良好的盈利预期,这推动了生猪养殖概念股的上涨。然而,预期转为最终的盈利能力,还需要一个过程,且由于本轮疫情对不同生猪养殖企业的影响存在明显差异。企业产能集中在疫情影响较大的地区,其盈利能力将较少,另外企业现金流情况良好,有利于在2019年及2020加快产能恢复或者扩张,进一步分享行业的丰厚利润。

他认为,从中长期来看,生猪管理水平高的企业,比如疫情管理、财务管理、产业布局等,将迎来新风口,在2019年二季度后逐步表现大幅盈利,并延长不低于两年的丰厚利润,而盲目扩张且产能集中一个区域、现金流紧张的养殖企业,其盈利的恢复需要较长时间,盈利能力将逐步与头部企业拉开。

就现在的生猪行情看,冯永辉称,猪价在短时间内出现了大范围上涨,然后会出现短暂的平稳震荡,随之生猪价格再出现震荡上涨,未来的高点在哪里,还要看疫情的态势,很多不确定的因素依然存在。

这就意味着,业内要充分认识到,虽然2019年生猪价格牛市,但由于疫情的不确定性,企业在生产过程中存在一定可能遭受非洲猪瘟的影响,减少企业实际盈利能力。另外,部分企业由于现金流及其他客观因素,产能有所下降,且短时间能难快速恢复,对其生产经营存在一定影响。