

# 四巨头340亿元入股万达 要帮王健林实现一个目标

每次有万达和王健林的新闻，一定有大手笔的生意发生。

1月29日，万达商业突然发布消息，引入340亿元人民币的战略投资，而这些投资者正是无人不知，无人不晓的腾讯、苏宁、京东、融创。

## 京东、腾讯、苏宁、融创 收购万达商业约14%股份

腾讯控股作为发起方，联合苏宁、京东、融创与万达商业在北京签订战略投资协议，计划投资约340亿元人民币，收购万达商业香港H股退市时引入的投资人持有的约14%股份。这将是全球互联网公司和实体商业巨头之间最大的单笔战略投资之一。

## 引入340亿战投 更名为万达商管集团

万达商业于2016年9月20日从香港退市，欲回归A股。戏剧性的是，自万达商业从港股退市之后，H股和A股的房地产股票便开始大涨。

而且，目前A股IPO审核越来越严，上周18家公司上会，仅有3家获得通过，14家被否，1家取消审核，通过率仅为16.7%。在这种环境下，想要回归A股，可能需要等待更长的时间。

今天万达商业引入340亿战略投资，与它私有化和回归A股有什么关系呢？

据《万达商业私有化投资基金推介说明



书》显示，若万达商业成功私有化之后，未能如约在2018年8月31日前在A股上市，万达集团将会以每年10%向基金回购全部股权，费用总回报率为20%，而需扣除主要费用，如利息、过桥、承诺函、两年管理费及通道管理费等开支，预计扣除费用总计约为16.5%-20%。

换言之，一旦两年内不能登陆A股，万达将面临回购款、利息以及相关费用的支付，这对万达短期流动性是巨大威胁。万达还表示：

引入新战略投资者后，万达商业将更名为万达商管集团，1至2年内消化房地产业务，万达商管今后不再进行房地产开发，成为

纯粹的商业管理运营企业，各方将推动万达商管集团尽快上市。

## 京东联合腾讯入股万达 将联手打造无界零售价值组合

此次腾讯和京东将在线上运营、用户数据、移动支付、消费金融、仓储物流、云业务等领域与万达商业展开全方位合作。作为国内线上线下两大品质消费平台的京东和万达商业也将携手合作，协力帮助品牌商实现对国内主力消费群体的全覆盖。

2017年，万达商业、腾讯和京东不约而同，都提出了面向未来、更加趋于开放的大战

略。万达商业的轻资产战略超出预期，成功由商业地产公司转型为商业管理公司；腾讯推出了智慧零售解决方案，把流量平台开放给品牌商、零售商、商业地产等合作伙伴；京东正式确立了“无界零售”战略，以开放、共生、共赢的姿态转型为零售基础设施的提供商，将自身极强的物流、技术、运营能力等优势开放给合作伙伴。

## 到底什么是“无界零售”？

刘强东表示，无界零售不是某一种特殊的业态。就像连锁商店的出现不是对百货商店的取代、超市的出现也不是对连锁商店的取代一样，无界零售绝对不会替代今天这些最为经典的零售业态。所以说，零售革命改变的不是零售业态，其实是背后的零售基础设施——基础设施需要专业化升级。

无界零售不仅仅是线下+线上，而是零售活动本身融入到了生活中，用一种“润物细无声”的方式潜入生活的各个角落。它不仅仅是交易场景的碎片化，更是重新定义产业的边界、重新定义人和企业的关系。

京东之所以提出“无界零售”，是确确实实看到：在不久的将来，零售行业的商业范式会发生彻底的改变。它不是对过去惯例、思维的简单延伸，而是重新定义创造和获取价值的方式。它带来的改变不仅限于单个企业，而是会对整个行业的角色、边界、格局产生深远影响。

你看好这个布局吗？

(来源：央视财经频道)

# 河南众品食业入选 首批国家级三同示范企业

■ 本报记者 李代广

近日，国家质检总局进出口食品局公布第一批国家级“三同”示范企业。这次评选是在已经批准为三同企业的名单中，由地方政府推荐，经过全国食品评委会严格地进行符合性初审和量化评估，从推荐的三同企业中“优中选优”，最后评选出各自产品领域中，能起到标杆、示范、引领作用的企业。河南众品食业股份有限公司等河南省3家企业被成功当选，全国共有58家食品企业入选。

“三同”即内外销产品“同线同标同质”，是指出口生产企业出口和内销产品在统一生产线按相同的标准生产，使供应国内市场和国际市场的产品达到相同的质量水准。

据了解，2016年7月29日，国家质检总局出台《关于打造出口食品“三同”示范企业工作的实施意见》，旨在推进食品供给侧结构性改革，拓展我国出口食品质量管理机制优势，创新质量管理方式，提升国家食品质量供给水平，探索建立以发展质量和效益为中心，以一套最严标准、统筹国内国际两个市场为主线的食品安全现代管理体系和经济发展方式。

河南众品食业股份有限公司之所以首批全国出口食品“三同”示范企业，是因为其质量基础、创新能力强、标准执行严、品牌效应大、社会信誉好。

**应用新技术，建立产品质量保障体系。**此次，众品出口食品“三同”主要包括冻猪分割肉、肉制品、果蔬制品等。多年来，众品坚持以质取胜，通过将物联网、IT等新技术与生鲜食品产业链融合，将新技术应用于原料采购、生产加工、流通加工、温控仓储、冷链运输配送、终端等生鲜产业链各个环节，实现食品安全的可追溯。

**严格执行标准化流程管理，落实质量责任。**众品先后通过HACCP、ISO9001、ISO1004、ISO22000等体系认证。9个项目公司通过了出口食品企业备案，并通过了新加坡AVA、美国FDA、北美AIB、欧洲UIQ等体系注册。在生产过程中，公司严格执行执行“SSOP程序”、“食品安全预防控制体系”及“食品防护计划”等流程标准，将其各项管理要素和要求延伸并植入经营管理各个环节，落实食品安全主体责任，做好安全管理和质量管理工作。

**创新模式，实现食品安全社会共治。**对于食品生产加工制造业，技术、品控、研发等食品安全管控和食品技术研发是企业的必要成本。近年来，公司将技术、品控和研发等成本变成资源要素平台，成立河南鲜咨达食品技术咨询公司，对内成为员工的创业平台。对外，鲜咨达依托公司国家级企业技术中心、博士后科研工作站、CNAS认证实验室等平台，链接国内外标准、技术等资源，为生态圈合作伙伴提供食品技术和标准相关服务，为食品行业技术进步、保障食品安全作出积极贡献。

## 河南省畜牧局调研组到华英公司

考察和指导“无规定动物疫病小区”建设工作

■ 本报记者 李代广

近日，河南省畜牧局副局长周辰良带领调研组专程来到华英农业公司，考察和指导华英公司“无规定动物疫病小区”(简称无疫小区)建设工作。

调研组重点参观考察了华英禽类加工厂，了解华英的发展和产业布局。在随后的座谈会上，调研组听取了华英在“无疫小区”建设方面的情况汇报，对无疫小区建设工作提出了指导性意见。信阳市畜牧局局长刘正国、潢川县县长兰恩民、华英公司董事长曹家富等领导参加座谈会和相关调研工作。

动物疫病区域化管理是当前国际通行的动物卫生管理模式，尤其适合禽流感等难以通过边界控制措施阻止其传入传播的疫病。“无疫小区”是指处于同一生物安全管理体系建设下，在一定期限内没有发生一种或几种规定动物疫病的若干动物养殖场和其他辅助生产单元所构成的特定区域。开展无疫小区建设既有利于保证出口肉类产品卫生安全，又可以减少肉类产品国际贸易纠纷和摩擦，避免动物疫病成为肉类产品国际贸易的壁垒，有助于企业深入开拓国际市场。

周辰良副局长对华英公司积极开展无禽流感生物安全隔离区建设工作给予充分肯定，认为华英公司已经具备无疫小区建设的良好基础。他表示，河南省畜牧局目前已和中国动物卫生与流行病学中心签订合作协议，将把无疫小区建设作为2018年的一项重点工作来抓。

周辰良副局长希望华英公司完善从养殖到加工等环节的软硬件设施，确保各个环节符合无疫小区建设标准，争取在无疫小区建设方面率先取得突破。他指出，无疫小区建设是一个系统工程，也是一个长效、持续的过程，需要方方面面的密切配合，因此地方政府要创新工作机制，在政策、资源等各方面给予大力支持。

# “华龙一号”全球首堆压力容器成功吊装

28日17时左右，“华龙一号”全球首堆、中核集团福清核电5号机组反应堆压力容器顺利吊装入堆。该设备是我国首个具有完全自主知识产权的三代核电工程压力容器，此次顺利吊装将为“华龙一号”机组的后续安装工作开展创造良好条件。

反应堆压力容器是核反应发生的核心设备。此次安装的设备于本月中旬从辽宁大连运抵福建福清，并顺利引入福清核电5号机组反应堆厂房16.5米平台。在28日吊装就位以后，工程团队将进行压力容器管嘴保



温安装及侧部垫板测量加工，而后全面展开反应堆主管道焊接工作。

中核集团福建福清核电有限公司工作

人员介绍，与二代改进型核电机组相比，“华龙一号”示范工程压力容器的制造标准更新为RCCM-2007，采用全新的177堆芯结构设计，设计寿命由40年延长到60年，同时在堆芯、堆顶实现多处设计改进，这一系列重要创新提高了机组安全性和寿命。

此次安装的压力容器由中国核动力研究设计院自主设计，中国第一重型机械股份有限公司承制，历时四年制造完成。设备的顺利安装也意味着我国核电设备设计、制造技术水平已步入世界前列。 (黄鹏飞 彭培根)

# 红豆股份步入转型升级快车道



●红豆男装号发车仪式



●红豆男装参展服博会

服装企业业绩好不好，卖的这盘货很关键。而货好不好，需要消费者说了算。在日益升级的消费需求下、新零售的背景下，红豆股份抓住了用户痛点，打开了局面。以消费者为核心，最直接的就是要讲产品、讲服务。

产品层面，红豆股份坚持“平实、平和、平民、平价”的理念，相继推出了轻西服、典藏版白衬衫、3D高弹裤等“爆款”。以轻西服为例，自2014年推出至今，每年都会进行更新迭代，至2016年就累计销售量超过1000万件。从2017红豆轻西服的细节来看，可窥一斑，在打破传统西装拘谨与束缚的属性下，精益求精，内里去掉所有里布和包边、内口袋去掉所有外漏、采用硅胶橡皮纽扣、面料采用超细纬弹尼龙和日本进口的四面弹力尼龙丝。

服务层面，红豆股份提出了“五好门店”，确保店铺形象好、个人形象好、顾客接待好、促销活动好、监督管理好，并逐年优化标准。以线下零售为消费主场景，红豆股份基于人、店、货的三要素，从消费升级的角度出发，将体验式服务升级至营销层面。形象店主打“体验牌”，不断“圈粉”。消费者可以体验到集视觉、味觉、听觉、触觉、嗅觉于一体的五觉体验卖场，使用试衣魔镜、智能试衣间、个性化定制等智能设备，增强购物的舒适性、趣味性。

## 从渠道现状看规模， 销售渠道渐成规模

关键词：渠道规模扩大、服装销售提速

红豆股份持续打造“一化三优先”的连锁专卖模式，渠道规模日益扩大，门店总数在2014-2016年期间达到近35%的复合增长率。据公开数据显示，至2017年9月末，红豆股份实体门店数量达1027家，其中加盟联营店965家。遵循服装行业规律，门店数量达到一定规模化后，会不断产生规模效应，支撑业绩的持续、稳步增长。

且从红豆股份现有数据来看，服装销售收入正不断提速。2014-2016年红豆股份的服装类销售收入，同比增幅分别为6.24%、16.16%和18.03%。2017年1-9月，线上、线下销售渠道营业收入合计11.28亿元，线下销售占比86.95%。

目前，红豆股份的规模化扩张路径清晰，依托红豆男装品牌，走连锁专卖路线，对品牌、加盟联营店统一管理，与加盟商、供应商结为利益共同体，以共赢促发展。公司也于2017年6月完成重大资产重组，出售房地产业务，集中优势资源发展男装业务。

## 从管理看发展， 向智慧化企业挺进

关键词：以自主品牌促质量变革、以卓

越管理促效率变革、以自主创新促动力变

革

衡量一个企业的价值，需要客观评估其发展前景。红豆股份，是一家秉承了制

造业、服务业基因的大型服装企业，自

1995年成立，历经20多年的积淀，一直不断求变，在自主品牌、卓越管理、自主创新上不断变革。

以自主品牌促质量变革。红豆股份坚持打造文化品牌，以门店为落脚点、广告为渗透点、产品为引爆点，节日情感营销为手段，推行全方位的整合营销，与品牌核心价值共同构建品牌联想。服装行业首家冠名高铁品牌专列、五季“寻找最美爱的故事”等营销活动，不断诠释其品牌特色和生活方式。

以卓越管理促效率变革。红豆于2009年正式导入卓越绩效管理，红豆股份将该管理模式落地到生产一线、营销一线。荣获“全国工人先锋号”荣誉称号的红豆股份西服车间，就是卓越绩效样板工厂之一，车间通过现场管理、精益生产、品质管理、TOC瓶颈管理等手段不断提升生产均衡率。

以自主创新促动力变革。红豆于2015年提出“智慧红豆”概念；2016年募集18.1亿投入建设；2017年携手全球国际咨询巨头埃森哲，开启智慧红豆的全面推行新阶段；2018年，红豆股份将围绕新时代、新技术、新零售，全面打造智慧红豆。在红豆股份的发展战略中，将建立集企业信息流、资金流、物流、工作流于一体的智慧平台，带动公司经营管理的科学化、网络化和智能化，推动公司向“智慧创造运营、经营模式转型”发展，致力于成为男装行业领军型企业。

纺织服装2017年基本面呈复苏态势，行业向好的趋势叠加红豆股份良好的发展势头，在转型升级的快车道上，2018年红豆股份正以新姿态谋求新发展，将“智慧化发展”高质量落地，有望实现靓丽业绩。

(黄鹤)

## 从产品卖点看市场， 产品定位契合市场需求

关键词：抓用户痛点打爆款、推优质服

务“圈粉”消费者

关键词：自主品牌促质量变革、以卓

越管理促效率变革、以自主创新促动力变

革

衡量一个企业的价值，需要客观评估其发展前景。红豆股份，是一家秉承了制

造业、服务业基因的大型服装企业，自

1995年成立，历经20多年的积淀，一直不断求变，在自主品牌、卓越管理、自主创新上不断变革。

以自主品牌促质量变革。红豆股份坚持

打造文化品牌，以门店为落脚点、广告为

渗透点、产品为引爆点，节日情感营销为

手段，推行全方位的整合营销，与品牌核

心价值共同构建品牌联想。服装行业首

家冠名高铁品牌专列、五季“寻找最美爱

的故事”等营销活动，不断诠释其品牌特

色和价值。

纺织服装2017年基本面呈复苏态势，

行业向好的趋势叠加红豆股份良好的发

展势头，在转型升级的快车道上，2018年

红豆股份正以新姿态谋求新发展，将“智

慧化发展”高质量落地，有望实现靓丽业

绩。

(黄鹤)