

# 苏宁最全业态首次参战双十一

“2019 苏宁易购双十一全民嘉年华”发布会近日在北京举行。在这场以“场景引力”为主题的发布会上，苏宁推出了场景零售发展战略，以及三个让全场景零售落地的重磅措施：“1 小时场景生活圈”、“场景会员升级计划”和“场景零售 OS”。苏宁易购总裁侯恩龙表示，过去十年，苏宁始终围绕用户需求进行深耕。

据了解，本次发布会首度揭晓了苏宁十年全场景布局，并首次系统阐述了场景零售的丰富内涵。目前苏宁已经形成了多业态部署、多层次渠道网络布局、近场数字化基础设施搭建、大数据场景 OS 平台以及全域全时的物流网络。未来苏宁将始终聚焦场景布局，围绕用户场景需求，提供更加完整的零售解决方案，场景零售也将是苏宁最具差异化优势的赛道。

对于苏宁未来场景零售的发展战略，多家券商机构表示认可，并看好苏宁投资前景。光大证券研究报告指出，外部经营环境不改公司对于推进全场景零售布局的决心，预计苏宁在下沉市场及百货、便利店等业态的探索将持续推进，收入端仍有较好增长表现，锁定未来盈利潜力。

中泰证券则指出目前苏宁零售主业全渠道、多业态的布局逐步完善，经营效率有望持续提升。若基本面持续向好，苏宁下半年有望迎来业绩改善，后续市值增长空间较大。

今年以来，苏宁加大推进全场景、全品类零售布局，接连完成了对万达百货、家乐福中国的重磅收购，同时加快社区、农村市场下沉，强化社交、社群运营，均取得明显效果。上半年，在消费市场弱复苏的环境下，苏宁易购营业收入依然实现超两成的快速增长。与此同时，苏宁的获客能力也显著提升，截至 6 月底，苏宁易购零售体系注册会员数量达 4.42 亿。

而从门店的实际运营情况来看，客流及转化率都出现了明显的增长。一个典型的例子是，三季度苏宁极物连续在无锡和重庆开设两家旗舰店，其中无锡旗舰店实现 19.8% 的线下转化率和 47 分钟的人均停留时间，重庆旗舰店用户平均停留 41 分钟，转化率 21.2%。

无论是财务数据还是运营数据，都表明苏宁场景零售的协同效应已经凸显。未来随着苏宁精细化运营程度加深，更有望释放红利。

事实上，本次发布会上作为苏宁“1 小时场景生活圈”新成员亮相的家乐福，已经感受到了苏宁全场景融合的裂变效应。

家乐福中国商品副总裁龚文瑞在发布会上表示，经过数月的优化和调整，家乐福今年双十一将进行全场景玩法互动，同时接入苏宁金融以及会员权益等能力，打造全链路场景数字化。此外，到年底前，全国 210 家“社区履约中心”将全部完成建设和上线，苏宁小店、家乐福等将实现有机整合，真正实现全场景互通。

据龚文瑞透露，预计在今年四季度，家乐福门店将实现盈利，四季度所有家乐福门店和线上销售额，将同比实现增长。

苏宁对家乐福中国的快速整合，获得了券商机构的看好。招商证券认为，一方面家乐福可与线上超市频道打通，实现 O2O 数字化经营；另一方面，家乐福可与苏宁小店进行业务协同创新，输出智慧零售场景塑造能力，并通过此入口进一步完善公司全场景业态布局，探索多业态融合。

■ 刘石磊 张家伟 周舟

# “链”向未来——前景广阔的区块链技术

因比特币而走进大众视野的区块链技术，近年来悄然延伸到众多领域，逐渐显现出“区块链+”的巨大潜能。不觉间，区块链已成为全球技术发展的一个前沿阵地，各国争相探索其应用价值。

究竟什么是区块链？它将把人类生产生活“链”向何方？全球科技大国采取了哪些行动？

## 高科技“账本”

区块链本质上是一种去中心化的分布式数据库，是分布式数据存储、多中心的点对点传输、共识机制和加密算法等多种技术在互联网时代的创新应用模式。

通俗地说，可以把区块链比作一种“账本”。传统账本由一方“集中记账”，这种新式“账本”则可以在互联网上由多方参与、共享，各参与方都可以“记账”并备份，而每个备份就是一个“区块”。每个“区块”与下一个“区块”按时间顺序线性相连，其结构特征使记录无法被篡改和伪造。

区块链“账本”的核心价值在于解决了“中介信用”问题，它使所有参与方都拥有完整、公开且不可篡改的交易信息。美国 IBM 公司首席执行官弗吉尼亚·罗梅蒂曾评价说，区块链对于可信交易的意义正如互联网对于通信的意义。

区块链记的“账”不只是狭义上的交易信息，还可以是能用代码表示的任何信息，因此在金融、社会生活、政府管理等方面拥有广阔应用前景。同时，分布式数据也保证了“账本”高度安全。这种“账本”是“集体共管共存”，由于不存在一个集中“账本”，攻击者找不到单一入口，难以破坏相关数据。



## 多领域应用

提到区块链，很多人首先想到近年来被炒热的比特币，甚至把二者混为一谈。其实，比特币只是区块链技术最为人熟知的应用，该系统不依靠中心机构运营管理却运行多年，很大程度上证实了作为其基础的区块链技术的可靠性。

今年 6 月，美国脸书公司宣布将发行基于区块链的加密数字货币 Libra，引发关于其波动风险以及对现有货币体系影响等方面的热议。除了虚拟货币，区块链在金融业还有许多应用模式。例如，其安全、信任度高等特点可以帮助金融机构防范风险、降低成本、提高效率等。国际数据公司今年 8 月发布一份报告显示，2018 年到 2023 年，银行业将领先全球区块链支出，占全球用于区块链技术总体支出的约 30%。

在贸易、消费等领域，区块链实现了高度可溯源性，可帮助监管机构、交易方或消费者核查某种产品的真实来源。在全球化供应链中，该技术有助于提高交易的可靠性并提升监管效率。

在制造业领域，区块链有助于复杂供应链的协作和流水线化。比如，制造一架飞机可能需要来自全球的数百万个零部件，区块链技术可以帮助制造商了解多级供应商及原材料的信息，在提高效率的同时降低成本。

美国国际战略研究中心去年年底发布一份报告，详细介绍了区块链在医疗、制造业、运输业和农业等领域的成功应用案例。其中一个案例就是欧洲飞机制造商空中客车公司已开始利用区块链技术分析供应商以及组件源头，帮助公司减少了飞机零部件修复时间和费用。

在中国，区块链技术的许多应用场景已经落地，腾讯、蚂蚁金服、华为等企业在电子

票据、版权保护、商品溯源等领域展开相关实践。

## 各国竞相布局

目前，区块链已成为全球技术发展的一个前沿阵地，全球科技大国正加紧在该领域布局。美国不断完善与区块链技术相关的公共政策。今年 7 月，美国参议院商业、科学和交通委员会通过了《区块链促进法案》，指出区块链可能的应用领域包括防止税务欺诈、医疗保险跟踪、社会保障福利体系、政府档案管理等等。

欧盟致力于把欧洲打造成全球发展和投资区块链技术的领先地位，加快研究国际级“区块链标准”。欧洲各国政府也已行动起来。

德国政府今年 9 月发布区块链战略，希望挖掘区块链技术促进经济社会数字化转型的潜力。这一战略明确了五大领域的行动举措，包括在金融领域确保稳定并刺激创新，支持技术创新项目与应用实验，制定清晰可靠的投资框架，加强数字行政服务领域的技术应用，传播普及区块链相关知识并加强有关教育培训及合作等。

在英国，区块链被视为金融科技的一部分而受到高度重视。为了给金融科技提供更好的创新环境，英国监管部门推出“沙盒机制”，利用区块链创造一个安全空间，在这个特定范围内对一些创新型产品、服务和商业模式的合规要求会有所放宽，以降低企业成果转化的时间和成本。

中国国务院 2016 年印发的《“十三五”国家信息化规划》，将区块链技术列为战略性前沿技术。2018 年 6 月，工信部印发《工业互联网发展行动计划(2018-2020 年)》，鼓励区块链等新兴前沿技术在工业互联网中的应用研究与探索。

# 格力 400 亿股权转让花落高瓴 董明珠仍稳坐“C 位”

10 月 28 日晚间，格力电器发布公告称，格力集团函告公司，经评审委员会对参与本次公开征集的两家意向受让方进行综合评审，确定珠海明骏投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“珠海明骏”)为最终受让方。

## 400 亿股权二选一，高瓴胜出

2019 年 4 月 1 日，格力电器发布重大事项停牌公告，格力集团混改正式开始。随后，格力集团宣布拟以不低于 44.17 元/股的价格，通过公开征集受让方的方式协议转让格力集团持有的格力电器总股本 15% 的股票，共计 9.02 亿股，以此价格计算，此次受让股份总价值近 400 亿元。

9 月 2 日晚间，格力电器披露股权转让进展，共有两家意向受让方向格力集团提交了受让申请材料，分别为珠海明骏以及格物厚德(与 GENESIS FINANCIAL INVESTMENT COMPANY LIMITED 组成的联合体)。

据悉，珠海明骏与格物厚德背后分别是两大资本高瓴资本和厚朴投资，最终，在这场



价值 400 亿的股权角逐中，高瓴资本笑到了最后。

公开资料显示，高瓴资本成立于 2005 年，十多年来在消费、科技、健康、金融等领域投资了一大批国内外优秀企业，包括百度、腾讯、京东、携程、滴滴、美团等知名企业。同时，格力也是高瓴资本投资的企业之一，格力电

器半年报显示，高瓴资本-HCM 中国基金目前持有公司 4339.64 万股，持股比例为 0.72%。

## 高瓴张磊：让企业家坐在 C 位上

在当时的背景下，格力电器 15% 股权转让结果未定，格力电器管理层这一举动引发外界猜测。

家电行业分析师刘步尘在接受记者采访时表示，这 15% 的股权最终花落高瓴并不意外，唯一有点出乎意料的是，董明珠及格力电器高管团队没有参与其中。

不过，这并不代表董明珠在格力电器中的地位暂时会有所改变。

据媒体报道，近日，在第六届世界互联网大会“产业数字化论坛”中，高瓴资本创始人兼 CEO 张磊在开场演讲中提到，过去的十几年中，高瓴一直强调和坚持，“让企业家坐在 C 位上”。他还表示，尊重是产业数字化的关键词，要尊重企业家精神，尊重企业和企业家在产业变革中的主体地位。

刘步尘分析认为，张磊的这番言论暗示了他对格力电器现管理层的态度，其意显然在于打消管理层的顾虑。(国金)

# 长三角积极承接进博会溢出效益 浙江交易团采购商增 66%

浙江省商务厅表示，做好进口采购前期摸底和成交统计工作是接下来的重点工作。一方面，发挥各地政府的作用，广泛摸底各地今年或今后几年进口需求。另一方面则发挥省级相关部门作用，比如浙江省卫健委继续做好国外先进药品和易耗品采购工作。

第二届中国国际进口博览会(下称“进博会”)的各项筹备工作已经进入最后冲刺阶段，不少地方交易团的采购商已经目标明确。

作为浙江交易团的采购商之一，浙江海亮股份有限公司(下称“海亮股份”)采购管理中心部长郑武均告诉记者，在当地商务局的组织下，公司今年早早报名成为了第二届进博会的采购商，并已有了初步的采购意向，签约规模总计在 27.5 亿元人民币左右。

按照计划，海亮股份将与全球矿业公司英美资源集团和新加坡托克集团在进博会现场进行集中签约，签订电解铜方面的采购意向。

像海亮股份这样在进博会开幕前就与业内上下游进行沟通，并希望在进博会现场再进行深入接触和交流的采购商不在少数。

## 有企业采购计划增三成

10 月 25 日，浙江省商务厅在浙江省参与进博会的相关发布会上透露，第二届进博会的招商同比首届有较大幅度的增长。

截至目前，浙江省累计报名并缴费的采购企业达 1.38 万家，比首届增长 15%，缴费采购商 4 万多人，比首届增长 66%。

具体的招商工作可以说既重数量也重质量。数量方面，浙江省给各交易分团下达的招商任务在去年计划数的基础上增长 10%(2.75 万人)，要求重点发挥浙江省经济活力强的优



势，突出邀请中小企业和民营企业参会采购。

质量方面，在全面深入分析市场需求的前提下，要求做好企业进口意向和采购摸底，制定合理、可落实、可持续的招商目标，瞄准重点进口企业、重点行业和大额成交，深入挖掘成交意向，科学测算预期成交规模，体现精准招商。

比如，郑武均就表示：“公司将在今年进博会上达成的 2020 年采购意向，规模与 2019 年相比预计增加了 30%，主要会增加‘一带一路’沿线及欧洲等地电解铜的进口。”

郑武均告诉记者，通过进博会的平台，能有效丰富企业的采购渠道，并降低采购成本。其中，通过就近采购，运输成本可以大幅度降

低。比如欧洲工厂就在欧洲当地采购，以尽可能地优化和调配采购资源。

浙江省商务厅表示，做好进口采购前期摸底和成交统计工作是接下来的重点工作。

一方面，发挥各地政府的作用，广泛摸底各地今年或今后几年进口需求。另一方面则发挥省级相关部门作用，比如浙江省卫健委继续做好国外先进药品和易耗品采购工作；浙江省发改委、省经信厅做好重大项目涉及的进口技术和设备采购工作；浙江省科技厅做好先进技术采购，特别是发挥浙江数字经济产业优势，加快引进一批数字经济先进技术和设备。

根据浙江省商务厅提供的信息，在第二届进博会上，除了海亮股份，浙江大洋世家股份

有限公司、浙江石油化工有限公司等采购商都将在进博会现场与长崎鱼市株式会社和霍尼韦尔等集中签订采购意向。其中，浙江石油化工有限公司的采购规模预计在数亿元人民币。

另外，还要充分发挥浙江省的电商发展优势，做好日用消费品采购，力争进口成交继续走在全国前列。

## 承接进博会溢出效应

为了更好地承接进博会的溢出效益，浙江省商务厅方面表示，将把进博会作为招揽外资的平台，举办百场投资促进活动，千名招商人员进馆对接洽谈，其中 11 月 6 日就将举办中意直升机暨全省高质量外投资项目集中开工仪式。

在第二届进博会期间，浙江省参与的配套活动共达 26 场，其中现场活动 9 场、非现场活动 17 场。具体来说，省级层面将举办第三届浙江-德国(欧洲)数字经济和高新技术产业高峰对接会，浙江省进口药品耗材、医疗器械采购意向签约及合作对接会、省属企业采购专场活动，省交易团集中签约仪式等。9 月 12 日~15 日，首个配套活动 2019 浙江国际进口(武林洋海)博览会在杭州举办，超过 35 万人次观展，直接成交 1.5 亿元，意向成交达 20 亿元。

按照“规模更大、质量更优、创新更强、层次更高、成效更好”的目标，浙江省还计划把第三届浙江-德国(欧洲)数字经济和高新技术产业高峰对接会打造成参与进博会的品牌活动，规模和效果均将超过前两届。

除了举办场地面积比首届增加了一倍，德国(欧洲)的参会企业邀请工作也已超越目标。目前，已有 96 家德国(欧洲)数字经济领域的世界 500 强和隐形冠军企业的 178 位高管参

加对接会，比如西门子、博世、拜耳、埃森哲、思爱普等；浙江方面目前已有 400 多家企业报名参加对接。

## 长三角辐射升级

希望放大进博会溢出效应的不只浙江省。随着长三角区域一体化上升为国家战略，浙江省、江苏省和安徽省都在加速融入长三角，并借助区位优势成为了采购商数量的“大头”。

10 月 24 日，江苏省政府相关新闻发布会上表示，第二届进博会江苏交易团已报名企业单位达 2 万家，报名人数 8.2 万人，人数约占全国总数的 1/6。其中，企业报名人数占比 82%，高于首届 7 个百分点，高于全国 10 个百分点。

根据安徽省商务厅提供的数据，第二届进博会安徽交易团组建了各市交易分团、省属企业交易分团和省直外贸交易分团等 18 个分团 1500 家企业参展，比较关注机械装备、食品农产品及消费品等领域。

此外，9 月 25 日，由上海进出口商会为理事长单位，东方国际集团等 10 家单位为副理事长单位，上海市商务委等为指导单位的华东进出口商合作联盟正式揭牌。

作为首届进博会官方招展合作伙伴和第二届进博会企业商业展展展合作伙伴，以及上海地区招商合作单位，东方国际集团在该联盟成立之际，专门牵头组织了“放大进博溢出效应，助推长三角一体化发展”合作共享主题活动，邀请了来自全国 12 个省级行政区、40 个城市的 400 余位嘉宾参会。集团方面称，希望借助华东进出口商联盟的平台作用，开拓长三角市场，扩展网络渠道，发挥进博会溢出效应。

(缪琦)