

6 公司调查 Investigations

阿里汽车版图浮现:16S 如何撬动 6000 万车主?

俞凌琳 报道

在宣布了声势浩大的联合造车计划后,4月22日,阿里又开始强势进攻汽车产业链的销售端。阿里汽车事业部总经理王立成在上海向记者描绘了阿里汽车2015战略图:阿里将联手各大企业全面进入用户选车、买车、养车、二手车的各环节,并推出“汽车生活”APP。

随着选车到二手车各环节的打通,阿里也顺势掌握了消费者在整个汽车消费环节中的大数据,而这些数据,又可使阿里更好地掌握客户需求,从而在造车环节,造出更多符合消费者需求的产品。

事实上,从2014年开辟天猫旗舰店起,阿里就开启了网上购车之路。有数据统计,过去三年,阿里汽车相关业务整体以年均超70%的幅度增长。2014年,淘宝和天猫汽车相关业务成交近400亿元。

不过,阿里卖车,在厂家眼里仍是集客效应,因为多数网上成交,都是线下客户搬到线上。半个月前,阿里成立汽车事业部,想从新的角度寻求突围,只是目前的突围环境已今非昔比。

京东、苏宁等电商纷纷开设垂直网站,车企的网购平台也在陆续搭建中,在这样的大环境中,除了竞争,阿里自己规划的16S能否实现,答案并不明朗。

阿里的16S版图

根据阿里汽车事业部宣布的2015年战略,今年阿里将联手整车、二手车、本地服务等汽车相关企业,打造“互联网+汽车”产业,利用阿里大数据,从传统的4S服务升级为16S服务,重新定义未来车生活。

在阿里打造的生态圈体系中,淘宝将被定位为最大的车主市场和线上汽车后市场;天猫则被定位为最大的线上整车市场和线上汽车首发平台;聚划算将被打造成最大的汽车团购和品牌营销平台。



在三大平台的作用下,消费者点击键盘就能实现买车;随后,专业的汽车顾问还将送货上门,消费者只要验收签字即可。

不过,消费者与阿里之间的联系不会就此终结。在王立成的描绘中,或许几年后,消费者只需用一个连接云端的移动终端,比如汽车中控台屏幕,就可以呈现友好、便捷的交互界面,解决与汽车的相关问题。

在阿里的规划中,未来“汽车生活”会与YunOS智能车载系统无缝对接,通过汽车的LED屏幕或激光抬头显示系统,引导用户更合理使用养护汽车。此外,阿里汽车还将和蚂蚁金服合作,推出余额宝购车,考虑推出信用购车、租车等产品。

如何撬动6000万车主?

“阿里汽车事业部的目标,是降低车企营销成本,让卖车更精准、更高效;让消费者快速找到符合需求的汽车,而且更便宜、决策门槛更低;最后,要让汽车本身更易用,使用成

本更低、让有车生活更加美好。”王立成表示。

随着阿里“2015战略”启动,4月22日,包括宝马、捷豹路虎、别克、丰田、雪佛兰等40家企业成为阿里汽车事业部首批战略合作伙伴。

“未来汽车与互联网的结合将越来越紧密,特别是随着90后买车潮的开启,这些习惯网上购物的消费者,很可能会改变传统的汽车消费。”上海通用汽车副总经理蔡宾认为。

尼尔森研究报告显示,超过65%的阿里买家拥有汽车,这个数字远高于其他电商平台,且阿里凭借大数据优势已能精准接触与影响其中6000万车主。这也是马云继续加大下注阿里汽车的重要原因。不过,阿里能否成功撬动6000万车主,仍面临很多现实压力。

“16S其实就是噱头。”某汽车企业数字营销部的相关负责人告诉记者,虽然与其他网站相比,天猫流量大,不过天猫消费者对汽车的黏度不够高;反而是专业垂直网站的网民,对汽车产品更关注。

中信银行、顺丰跨界合作 探索信用卡“面签”O2O

钟辉 报道

互联网金融时代,金融服务的线下客户身份确认成为一道阻碍。当金融业界纷纷探索人脸识别技术远程开户时,银行与物流公司的跨界合作,成为互联网金融线下客户身份确认,打通O2O闭环的另一种创新方式。

4月28日,中信银行与顺丰集团在深圳召开发布会,宣布共同推出移动客户端、联名信用卡、O2O应用在内的多项跨界合作。

中信银行表示,本次跨界合作,线上移动端与线下顺丰嘿客店“最后1公里”的服务、中信特惠商户的结合,充分将用户、商品与服务连接,完整构建一个基于支付和消费信贷的O2O生态圈。

“在中信银行与顺丰的跨界合作中,可以利用互联网大数据和O2O信息互动,挖掘客户的需求,提高客户体验。在安全性考虑上,客户线上申请中信银行信用卡后的身份确认,也可以运用顺丰的嘿客店,或者中信与顺丰共同的线下场景,只要中信银行的客户经理在那边,就都可以完成这最后的闭环。”中信银行信用卡中心总裁吕天贵接受记者采访时表示。

客户身份最终确认 由银行人员完成

顺丰嘿客门店的“最后1公里”理念,成为践行包括互联网金融在内的各种互联网服务O2O闭环的载体。

“互联网时代突破时空限制,但人与人沟通需要感情的,而线下沟通是顺丰快递员和嘿客店服务员的优势,他们对周边客户基本信息和需求最了解,这是O2O闭环服务的基础。”吕天贵向记者表示,“这种闭环可以解决顺丰‘最后1公里’的物流服务,也可以解决中信银行‘最后100米’的金融服务。”

吕天贵还透露,在中信银行与顺丰合作完成O2O客户身份确认过程中,将会根据客户体验和监管规定,在不同阶段采取不同的策略和方法,尽力把客户体验做到最好。

“金融服务最终一定要由金融机构人员来提供。客户身份确认前期的信息搜集、核对可以有其他方式,但支付或者开立信用账户所需要的最终身份确认,一定是由中信银行的人来完成,因为银行对专业的金融业务更

了解。”吕天贵称,“中信银行会按照监管的要求,保证跟客户直接身份确认的这一刻,是安全的,这是我们的底线。”

事实上,在金融服务的“面签”和客户身份确认上,银行与物流公司的跨界合作,可能会带来更多的信息获取方式、更准确的身份识别手段。

“顺丰快递员对它所服务的客户有长期的跟踪,他们更了解客户,他们对客户身份识别的能力更强,我们就可以结合这个优势,在前期客户信息搜集上有更丰富的方法。顺丰把客户的这些信息传递给中信银行,在最终的身份确认中,我们可以有很多创新的手段。”吕天贵向记者表示。

合规、自愿、安全三原则

中信银行与顺丰集团的跨界O2O合作正在推进中,目前已有一定的合作框架,但包括客户线下身份确认的多项金融服务具体合作形态,并未形成完整的方案,尚在探讨中。

“在快速的变化时代,有时候存在领先于定义。顺丰与中信跨界O2O合作具体成型的模式还在探讨和演化中,但有几个基本的底

线。”顺丰集团副总裁舒明向记者表示,“首先,金融服务是一个强监管的领域,毫无疑问,合法性、合规性是最重要的底线;其次,涉及到用户数据时,用户自愿是基础;最后技术层面上,在我们能力范围内,一定要保证客户数据的安全性。”

谁能掌控渠道主动权?

“吉利是第一个在天猫开店的车企,但我们的重心正慢慢向官网转移。”吉利数字营销部部长戴世惠告诉记者,由于成本因素,吉利正在启动自己的购车官网平台。而这几乎是目前主流车企共有的行为。

“虽然我们也会在各类电商平台上推出一些特供车,但一般都属于库存或特价车,真正热销车是不会在这些平台上出售的。”某企业负责人告诉记者,虽然在天猫开店的厂家越来越多,但仍以集客为主。

以吉利为例,其新上市的旗舰车型博瑞,仅在自己官网出售,希望借此带动官网人气。吉利这样做的主要原因一是为了减少成本,二是希望自己掌控渠道主动权。“网上购车看似省钱,事实上对车企来说,除了天猫店铺一年70万元的费用,再加上在淘宝首页的广告费用,这些分摊到单车成本依然很高。”戴世惠称。

汽车电商目前看似势不可挡,但谁将最后赢得主导权仍无定论,这也使得阿里的“2015战略”并不能轻松实现。在汽车厂家看来,即便未来能实现汽车电子商务,最好也是宝马i3和特斯拉的模式,即汽车厂家自己做直销,经销商网点转化为体验店,负责交车和售后服务。当然这个模式的前提是价格统一透明,产品竞争力强。

国际经验看来,目前一手车交易最成功的是美国的“Truecar”。“True car”的运营模式更像国内的房产中介,比如消费者将要购买一辆奥迪的信息在网上登记后,即可收到所有奥迪店的报价,成交后,双方即各自支付一定的手续费。目前,国内也有互联网企业开始探索这一模式。这意味着,当红的汽车电子商务,究竟哪种运营模式能占据主流,仍无定论。

“中信银行很早就介入互联网金融业务,在金融业务和客户识别上,我们一直在尝试用互联网思维和相关技术手段突破。只要有新的方法,我们一定会在监管允许的前提下尝试运用。”吕天贵向记者说。

“中信银行很早就介入互联网金融业务,在金融业务和客户识别上,我们一直在尝试用互联网思维和相关技术手段突破。只要有新的方法,我们一定会在监管允许的前提下尝试运用。”吕天贵向记者说。

“中信银行很早就介入互联网金融业务,在金融业务和客户识别上,我们一直在尝试用互联网思维和相关技术手段突破。只要有新的方法,我们一定会在监管允许的前提下尝试运用。”吕天贵向记者说。

“中信银行很早就介入互联网金融业务,在金融业务和客户识别上,我们一直在尝试用互联网思维和相关技术手段突破。只要有新的方法,我们一定会在监管允许的前提下尝试运用。”吕天贵向记者说。

上市银行去年“不良”近6700亿 今年首季资产质量仍承压

杨柳哈 报道

截至4月28日,16家上市银行2014年年报收官,虽然16家银行均实现了净利润的增长,且合计实现净利润1.25万亿元,但净利润增速已明显下滑。多家银行净利润增幅下滑至个位数,在已经公布今年一季报的上市银行中,亦有多家银行一季度数据依然表现惨淡。

而在净利润增幅下滑的同时,不良贷款余额也在大幅增加,去年,16家上市银行不良贷款余额合计近6700亿元。

超半数上市银行 净利润增速降为个位数

16家上市银行中,平安银行、华夏银行、浦发银行、北京银行、兴业银行、宁波银行、南京银行净利仍保持两位数增长,其中平安银行增速达到30%,是16家上市银行中业绩增速最快的银行,其他9家商业银行净利增速均跌至个位数。

工行、农行、中行、建行和交行这五大国有商业银行净利增速都降至个位数,股份制银行中,招行、中信银行、民生银行、光大银行也仅实现了个位数的增长。

据银监会此前数据,2014年商业银行当年累计实现净利润1.55万亿元,同比增长9.65%,这一增幅较2013年下滑明显,国内商业银行2013年全年实现净利润累计约1.42

万亿元,较2012的1.24万亿元增长14.5%。

就16家上市银行而言,2014年,16家上市银行净利润达到1.25万亿元,较2013年的1.17万亿元增幅不足10%,明显低于2013年13.5%的增幅。

银监会数据显示,2014年商业银行平均资产利润率为1.23%,同比下降0.04个百分点;平均资本利润率17.59%,同比下降1.58个百分点。

在净利润增幅低于10%的9家银行中,中信银行公布2014年净利润增速仅3.87%,也是16家上市银行中净利润增幅最低的一家,增幅大幅低于2013年的26%。

五大行中,2014年,工行实现净利润2763亿元,增长5.1%;建行实现净利润2278.3亿元,同比增长6.14%;中行实现净利润1696亿元,同比增长仅8.1%;农行实现净利润1795亿元,同比增长8%;交行实现净利润658.50亿元,同比增长5.71%。

与此同时,从今年一季报来看,上市商业银行净利润增幅下行压力依然不小,多家银行仍停留在个位数水平。

4月28日,农行发布了2015年一季度报告,一季度实现净利润543.19亿元,较上年同期增长仅1.49%,远远小于去年全年8%的利润增幅;同日,交行公布一季报,实现净利润189.70亿元,同比仅增长1.50%。

伴随利润增幅下滑的是资产回报率的下降,2015年一季度,农行年化平均总资产回报率为1.32%,同比下降0.11个百分点,年化

加权平均净资产收益率为21.28%,同比下降3.19个百分点。

此外,今年一季度,民生银行实现净利润133.77亿元,同比增长5.53%。平安银行一季度实现净利润56.29亿元,同比增长11.38%,也大幅低于去年全年的30%增速。

资产质量继续承压

银监会同时指出,2014年12月末,商业银行不良贷款余额8426亿元,较年初增加2506亿元;商业银行不良贷款率1.25%,较年初上升0.25个百分点。

然而,进入2015年,商业银行的资产质量依然有恶化的迹象。平安证券报告认为,进入2015年第一季度以来,实体经济继续下行,一季度GDP增速降至7%,银行真实不良爆収趋势并未缓解,不良生成率较去年第四季度环比继续扩大,并没有回落迹象。

多家已经公布一季报的上市银行则继续面临不良双升的局面。兴业银行一季度不良贷款余额208.33亿元,较期初增加32.89个百分点,不良贷款率1.24%,较期初上升0.14个百分点。

农行一季度不良贷款余额1399.62亿元,比上年末增加149.92亿元,不良贷款率为1.65%,比上年末上升0.11个百分点。拨备覆盖率为268.5%,比上年末下降18.48个百分点。

交行一季度末,不良贷款余额达到468

亿元,较上年末的430亿元增加38亿元,不良贷款率也从1.25%增加到1.3%。

有分析人士对记者表示,受经济增速放缓、担保链等因素影响,部分地区和行业信用风险加大,偿债能力下降、资金链断裂等情况的企业有所增加导致银行不良增加迅速。

普华永道近日报告预计,中国银行业不良贷款余额和不良贷款率进一步“双升”,信贷资产质量风险持续显现。商业银行需要审慎计提贷款减值准备金,加大准备金计提的力度以防范风险。并且加大不良贷款的处置力度,通过核销及转让等手段,减轻不良资产压力。

据记者了解,钢铁、煤炭等行业依然是传统“不良”高发区,为控制“不良”增长,压缩地方融资平台贷款也成为商业银行发力的重点。

以利润增速最低的中信银行为例,2014年,中信银行加大了风险管控和排查力度,对钢铁、煤炭、政府融资平台、钢贸等重点领域实施名单制管理,对互保互保业务、大宗商品抵质押、个人经营贷、融资类理财等业务进行风险排查,堵截和化解风险贷款559亿元,主动退出授信客户2401户,退出授信金额604亿元。同时,中信银行落实案防责任制,加大了不良资产责任追究力度。

交通银行也加大了清收保全工作力度,一季度累计清收表内不良贷款68.3亿元,同比增长16.99%,其中现金清收25.15亿元,损失核销10.02亿元。

格力电器 推A股最牛分红方案 派发现金90亿

陈鹏丽 报道

4月28日,格力电器发布2014年年报,并拟推出10转10派30元的慷慨分红。此家电界最厚分红预案瞬间引爆网络,股民直呼“牛”,受该消息影响,当日格力股价一字涨停。

作为格力电器董事长,董明珠本人也是此次分红的受益者,将分得6000多万元。除了高分红外,随着格力股价上涨,董明珠在过去一年多时间里身家也大涨。

在家电业整体低迷的年头,最慷慨分红的背后,格力所面临的压力也不小。记者注意到,2014年格力致力挖掘新增长点,格力小家电业务已全面开花,电商渠道以及智能家居等建设也在提速。

董明珠持股市值近12亿

格力电器2014年年报显示,公司去年实现营业收入1377.5亿元,同比增长16.1%,净利润为141.55亿元,同比增长三成。此外,格力拟按公司总股本30亿设计,向公司全体股东每10股派现金30元,以资本公积金转增股本,向全体股东每10股转增10股。

以30亿总股本计,每股派现3元,格力电器此次共分红派现超过90亿元,分红比例超60%。此家电界最慷慨分红预案一出,投资者直呼“良心企业”。不管其他只拿年薪的国企高管如何看,格力电器股价当日开盘即涨停。记者注意到,按照格力年报披露数据,截至目前董明珠共持有格力电器2120.7万股,是持股最多的高管。在此次分红中,董明珠将获得超过6000万元的分红。

年报显示,2014年董明珠实际所得报酬为419万元,6000万元的分红相当于董明珠14年的年薪。

除了高分红外,格力电器股价去年也在稳定上升。今年初,格力电器开盘价为31.05元,而28日收盘时已达到56.39元,期间累计涨幅为81.6%。董明珠所持股票收益也几近翻倍,身家大增。

值得注意的是,去年3月开始,董明珠首次对格力电器进行增持,通过全年4次竞价交易,董累计增持5.79万股。以29.3元的成交均价粗略计算,一年间,仅就增持的5万多股股票,董明珠就已获得约156万元浮盈。而其手握格力电器股票总市值已接近12亿元。

2013年底,董明珠与雷军发起10亿赌约之时,还曾有人对董明珠的薪酬及持股作分析,称“5年后董明珠拿出10亿元难度略大。”如今,虽然董明珠已经宣布与雷军的赌约撤销,但在过去一年多时间内其身家暴涨却是事实。

格力多元化提速

然而亦有分析认为,过高分红说明企业已经处于成熟稳定期。增长压力持续增大的格力,其多元化脚步越走越快。

格力电器年报显示,2014年格力正式推出大松生活电器品牌后,又推出了一批小家电新产品。其中涵盖净水机、空气净化器、台地扇、干衣除湿机等,小家电业务悄然全面铺开。去年,格力生活电器业务实现17.8亿元的营收,同比增长10.4%。

而在两年前,董明珠还对外宣称坚持做专业空调企业。

此外,格力方面还表示,加强智能家居研发力度、线上线渠道建设、自动化制造升级以及加快发展上下游核心产业培养新业务增长点将是格力电器2015年的经营重点。

可以看出,格力电器正在加速多元化并拥抱互联网,今年或将有更大动作。格力也在年报中坦言,“过去一年,家电行业整体处在结构调整、转型升级的关口,增速有所放缓,趋向平稳。”

奥维云网(AVC)研究院院长张彦斌认为,格力多元化提速是因为空调市场已经达到“天花板”,降价促销会伤及盈利能力。在年增长200亿的经营压力下,多元化是格力的必由之路。

家电研究专家刘步尘也认为,单凭空调,格力难以与另两大巨头(海尔、美的)竞争。多元化有利于格力扩大规模。

除了小家电外,董明珠还明确提出格力将造手机,且样机已经生产出来。此前董甚至表示格力将来或会涉足汽车领域。

