

解雇CEO 麦当劳自酿“黑天鹅”

I'm lovin' it,麦当劳一定没想到,有一天这句全球皆知的口号会有另一番嘲讽的解读。CEO因“办公室恋情”黯然下课,这听起来像是一个值得八卦的小道消息,但对于麦当劳而言,这并非茶余饭后的谈资。在快餐行业日益严峻的压力之下,失去这位数字化干将的麦当劳,未来的转型升级之路可能增添了些许麻烦。

解雇CEO

在“办公室恋情”方面,麦当劳展现了铁面无私的一面。北京时间4日凌晨,麦当劳发布声明,称该公司首席执行官(CEO)史蒂夫·伊斯特布鲁克(Steve Easterbrook)因与不具名员工有“两情相悦的恋爱关系”,违反了公司的规定,因此,董事会于上周五投票决定免去其CEO一职。此外,麦当劳董事会决定任命克里斯·肯普钦斯基为新任总裁兼CEO,立即生效。克里斯·肯普钦斯基此前为麦当劳美国业务负责人。

在麦当劳发布声明的同时,现年52岁的史蒂夫也在一封给麦当劳员工的电子邮件中承认,他违反了公司关于个人行为的相关规定。“这是一个错误,”史蒂夫在邮件中写道,“考虑到公司的价值观念,我同意董事会让我离开的决定。”

自1993年加入麦当劳伦敦后,史蒂夫·伊斯特布鲁克在麦当劳已有20多年资历。他曾担任麦当劳英国首席执行官、麦当劳欧洲地区总裁,随后晋升为麦当劳全球首席品牌官,并自2015年起担任麦当劳全球总裁兼CEO。除了在麦当劳的职业生涯,史蒂夫·伊斯特布鲁克还曾领导过两个英国餐饮连锁品牌——玛尚诺和拉面道。

虽然如今不得不黯然离职,但史蒂夫·伊斯特布鲁克曾因扭亏为盈而备受赞誉,虽然营收持续下滑,但净利润却出现了增长。2015-2018年,麦当劳的营收从1650亿美元下滑至1443亿美元。与此同时,净利润分别上涨了3.47%、10.79%和14.1%。要知道,在史蒂夫·伊斯特布鲁克从前任CEO唐·汤普森那里接手之前,麦当劳的业绩每况愈下,正面临2012年来最严重的业绩下滑困境。

史蒂夫·伊斯特布鲁克最自豪的就是麦当劳的数字化变革,包括手机点单、店内数字化点单和得来速服务的数字化等等。彭博社指出,自从史蒂夫·伊斯特布鲁克担任CEO

后,麦当劳的同店销售额一直在递增,股价翻倍,上涨了139.44%。截至发稿时,麦当劳的总市值为1473亿美元。

美国市场滑铁卢

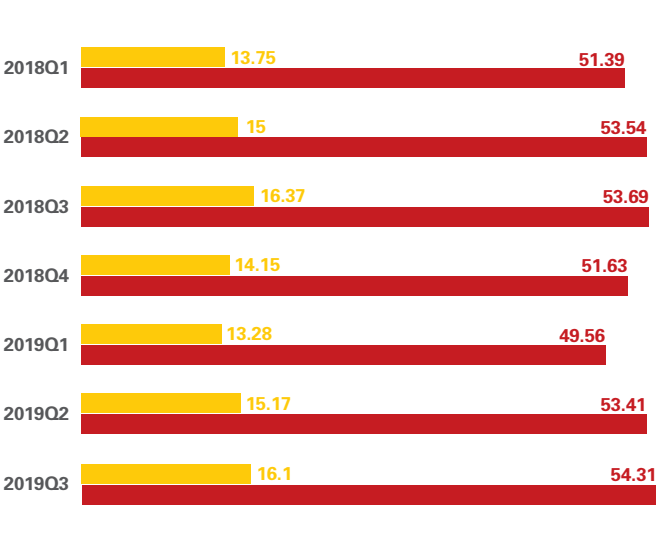
股价翻番、净利上扬,听起来都是值得称道的事情,但麦当劳的危机也不容小觑。上月22日,麦当劳的成绩单第一次没能达到市场预期。三季报显示,麦当劳的营收同比增长1%,至54.3亿美元;净利润却罕见下滑了2%,至16.1亿美元,均不及分析师此前的预期。受这份财报拖累,当天麦当劳的股价大跌了5%,市值蒸发了80亿美元。

美国作为麦当劳的大本营,却成了麦当劳如今最缺乏活力的市场。三季报中,麦当劳提到,截至2019年9月30日,其美国门店总数降到13876家,较去年同期减少了72家。与此同时,三季度麦当劳全球同店销售增长5.9%,超出预期的5.7%;而美国同店销售额增长为4.8%,低于华尔街预期的5.2%。而美国市场贡献了麦当劳营收的37%,接近四成。

麦当劳坦言,美国同店销售的增长主要来自于菜单价格上涨,全国和本地促销及以技术为中心的商店升级,且顾客流量仍是挑战,其门店客流量减少的趋势已持续了一年多。麦当劳在美国市场压力很大,核心问题是成本增长超过了销售增长,且回报正在减少,引发了特许经营商的不满和沮丧。”数据研究公司GlobalData Retail的分析师Neil Saunders分析道。

成本的增长也来自于史蒂夫·伊斯特布鲁克执着的数字化改革。2018年,麦当劳花费了14亿美元,改造了4500家餐厅,为门店增加了自助点餐机和数字菜单。只不过,改革总是需要经历一些阵痛。部分特许经营商抱怨,关闭升级商店的时间对销售造成了损失,而他们并没有从中看到长期回报。去年10月,麦当劳的美国加盟商们成立了一个全国业主协会,以捍卫自己的利益。

▼ 麦当劳近期业绩一览



史蒂夫·伊斯特布鲁克的执着不是没有道理。麦当劳美国的前CEO埃德·伦西曾对媒体表示:“购买一个价值3.5万美元的机械臂,要比雇佣一个效率低下、每小时赚15美元的装薯条工人便宜。”史蒂夫·伊斯特布鲁克也坚称,数字化改造能让餐厅供餐的速度更快,效率的提高可以最终提振业绩;“现在的世界和1955年不一样。麦当劳必须领先于这些变化”。

而如今,CEO的离职也为麦当劳的数字化增添了一些变数。虽然新CEO承诺会继续执行史蒂夫·伊斯特布鲁克在任时定好的路子,但不可否认的是,这位得力干将的离去让麦当劳失去了推动数字化的关键架构师。对于麦当劳后续的数字策略是否会受到影响,北京商报记者联系了麦当劳媒体联络中心,不过截至发稿还未收到具体回复。

健康和绿色的压力

数字化的急切之外,健康和绿色也是麦当劳饱受诟病的地方。近几年来,麦当劳开始



频频打出“健康牌”,如把所谓的“人工添加剂”从几款热门品类中去除,把松饼里的人造黄油换成真正的黄油,在2025年以前把所有普通鸡蛋换成散养鸡蛋,把汉堡里的冷冻肉饼换成鲜肉等等。麦当劳的求生欲已经足够明显了。2018年,麦当劳还搬迁了总部,并称新总部代表了一种日益都市化和注重健康的文化。

环保方面,以麦当劳为首的快餐行业也是众矢之的。BBC在今年8月曝光了麦当劳纸吸管难回收。去年麦当劳在英国所有门店推广纸质吸管,替代塑料吸管。但由于吸管厚度的原因,目前无法回收利用,暂时只能被当作一般废物扔进垃圾桶。

对此,麦当劳遭到了排山倒海的质疑,有消费者甚至在网上公开发起请求,要求使用纸吸管的快餐店重新用回塑料吸管,得到了数万人的支持。麦当劳一位发言人不得不公开表示,他们已在着手改进纸吸管的材质:“我们正和承包商一起寻找解决方案,将纸吸管当成一般垃圾处理只是暂时的。”

挑战和压力无处不在,事实上,为了找到

解决之道,麦当劳近几年高层变动一直较为频繁,从唐·汤普森到史蒂夫·伊斯特布鲁克再到克里斯·肯普钦斯基,从2012年至今的8年内麦当劳已经三度更换CEO。

目前于麦当劳而言,为数不多的好消息是中国市场的蒸蒸日上。去年麦当劳在中国新开432家门店,如今麦当劳中国门店总数已达3249家,员工总数超过17万人。麦当劳中国此前也曾制定目标:从2018年起,未来五年销售额年均增长率保持在两位数,并预计到2022年底,中国内地的麦当劳餐厅将从2500家增加至4500家,开设新餐厅的速度将从2017年每年约250家逐步提升至2022年每年约500家。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,麦当劳在全球的增长已经没有太多的亮点,更多的亮点在于麦当劳中国,因为麦当劳中国经过顶层设计的改变之后拥有更大的决策权及决断权,在三、四、五线城市市场相对空白的机遇下,麦当劳可以进行门店的扩张和下沉。这部分的增长可能会带动麦当劳全球的发展。

北京商报记者 陶凤 汤艺甜

聚焦

Focus

十年建百万充电桩 德国加速汽车业转型

船大难掉头,对于传统汽车大国德国来说,亦是如此。在气候变化压力越发紧迫的当下,传统汽车行业从曾经的骄傲变成如今的负担,德国也不得不考虑迈起略显沉重的步伐,走上转型的道路。德国总理默克尔3日表示,德联邦政府将携手汽车业界推动出行方式的转型,希望最晚到2030年能在该国建成100万个充电桩。

据了解,默克尔的上述决定出自于当天在总理府官网发布的例行视频,为此,她将在4日与与该国政界人士、车企负责人、工会代表和行业专家举行战略对话。对话将聚焦三大议题,即推广新能源汽车使用,包括联邦政府和车企共同出资的购车补贴,充电设施建设及如何确保汽车制造商和配件供应商的员工能够通过培训适应行业转型带来的影响。

从传统汽车大国转型,似乎已经成为了德国的一块心病。此前默克尔便已为电动汽车改革设立了专家小组,今年4月,该小组还发布报告称,到2030年德国必须实现1000万辆电动汽车上路才能显著降低二氧化碳排放量,满足德国所设定的2030年二氧化碳排放量减少37.5%的目标。

气候压力是德国政府不得不考虑的因素,毕竟气候问题关乎的从不只是汽车。一直以来,德国民众都对气候变化十分关注,德国政府在气候问题上的缓慢动作自然招致民众的不满,这也解释了为什么积极倡导气候和环保议题的绿党能在今年5月的欧洲议会选举中异军突起的关键所在。在

此背景下,德国政府不得不重新开始重视气候问题。

在原计划里,德国本应该在2020年前将温室气体排放较1990年降低40%,但在9月的新闻发布会上,默克尔最终不得不承认,这一目标很可能无法实现,取而代之的便是新出台的“气候保护计划2030”,希望以此推动德国实现2030年的减排目标,包括为二氧化碳排放定价、鼓励建筑节能改造、资助相关科研等诸多措施,涵盖能源、交通、建筑、农业等多个领域。

在汽车行业,这样的政策无异于晴天霹雳。传统燃油车的时代,德国积攒了太多的骄傲,但当气候问题迎面而来,传统汽车便成了靶子。此前,德国大众便已宣布将在2026年后停止开发使用内燃机技术的汽车,并且在2030年前推出70款电动汽车,约占总销量的40%。而戴姆勒的目标是到2030年,插电式混合动力和纯电动车型销量达到乘用车销量的一半以上。

气候压力逼着德国政府不得不出手干预,但更重要的是,放眼全球,世界早已不再是传统燃油车的时代了。特斯拉的崛起堪称一个标志,虽然电动汽车只占据全球汽车市场的一小部分,但汽车制造商却已经纷纷瞄准了这片红海。此前贝尔斯登研究公司表示,今年前七个月,全球电动汽车市场增长了35%。研究人员预计,2019年全年销量将增长23%至48%,达到240万至290万辆。

如果将目光聚焦到德国,情况似乎就

没那么乐观了。德国联邦汽车运输管理局(KBA)的数据显示,截至2018年12月,德国注册电动汽车的数量只有不到20万辆。德国媒体指出,德国政府此前设定的2020年左右电动车总量达到100万辆的目标一再推迟,而应对气候变化的紧迫性亦给德国汽车业带来压力。

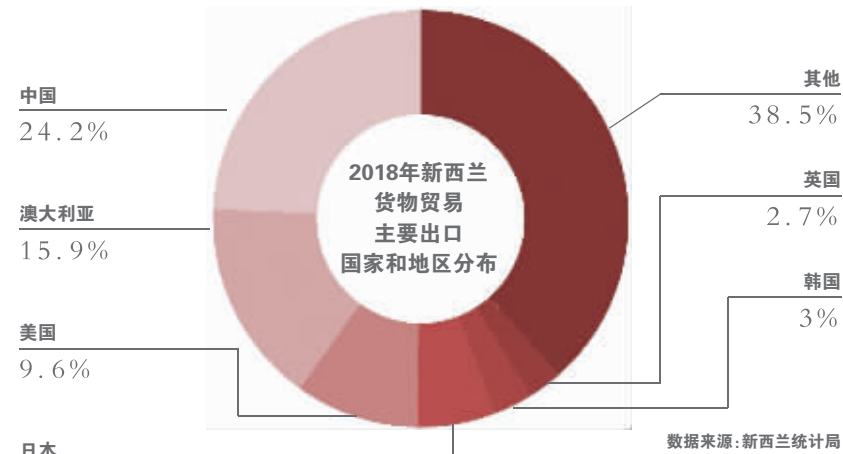
这一次,德国似乎下定了决心。在当天的视频讲话中,除了电动汽车外,默克尔还强调了氢能源的重要作用,此外,自动驾驶和数字化也将是汽车产业今后重点发展的方向。上个月,德国汽车工业联合会便已宣布,德国汽车行业将在2022年前投入逾400亿欧元用于加快电动汽车研发,另将投入180亿欧元用于数字化和联网及自动驾驶汽车研发。

彼时,该协会主席伯恩哈德·马特斯表示,为了达到这一目标,必须创造相应的基本条件,如坚定推进充电桩等基础设施建设,并对购买电动车实施奖励政策。电动汽车在欧洲正迎来加速发展阶段。若非如此,欧盟将无法达成其2030年二氧化碳排放目标。”

中国汽车流通协会汽车市场研究分会秘书长崔东树对北京商报记者称,对于汽车企业来说,转型意味着会损失巨大的利益,转型电动车更是如此,这也是为什么需要政府推动的原因。事实上,德系车目前的处境就是要在竞争中解决问题,还要在竞争中具有潜在的风险意识。

北京商报记者 杨月涵

新西兰赞赏新中结束自贸协定升级谈判



新华社电 新西兰总理办公室4日在惠灵顿发布消息说,新西兰与中国当天宣布正式结束两国之间的自由贸易协定升级谈判,新西兰政府对此表示赞赏,并对升级版自贸协定充满期待。

根据总理办公室发布的消息,新西兰总理阿德恩当天表示:“(新中两国结束自贸协定升级谈判)说明两国都高度重视彼此关系,并致力于在互惠互利基础上扩大合作。”

新西兰贸易部长戴维·帕克当天也对媒体表示,2008年新中两国签署了自贸协定,如今两国政府仍致力于不断更新和加深经贸合作。新西兰政府乐见本地出口商尽快享受新中自贸协定升级所带来的红利。

帕克还表示,升级版自贸协定体现出两国政府在环境保护和低碳减排方面的决心和承诺,他对中国在这些方面作出的贡献表示赞赏。

中国驻新西兰大使吴玺对新华社记者

说,两国结束自贸协定升级谈判是双方落实今年4月两国领导人会晤重要共识的具体举措,将进一步深化双边关系。同时,升级后的自贸协定将给双方贸易合作带来更大活力。

2008年中国与新西兰签署自贸协定,这是中国与发达国家签署的第一份自贸协定。在国际经贸规则和贸易活动发生深刻变化的背景下,中新双方于2016年11月启动自贸协定升级谈判,以准确反映两国双边经贸关系快速、动态、与时俱进的发展需要,并以此进一步促进区域经济一体化进程。

据悉,中新自贸协定升级谈判对原有的海关程序与合作、原产地规则及技术性贸易壁垒等章节进行了进一步升级,新增了电子商务、环境与贸易、竞争政策和政府采购等章节。双方还在服务贸易和货物贸易市场准入、自然人移动和投资等方面作出新的承诺。中国和新西兰的出口商都将从升级后更加便利的贸易规则中获益。