

# 中国企业500强,谁主沉浮

总营收超50万亿元、净利润超4万亿元……7月27日,2020年《财富》中国500强榜单出炉。今年500家上榜的中国上市公司净利润较去年增长超16%。不过,上榜企业并非全部盈利。其中,拼多多等15家上市公司处于亏损状态。业内人士认为,占据500强主要位置的依然是金融、能源、基建、地产、汽车等传统行业,而伴随“新基建”的发展,新兴企业将会掀起新的时代潮流。

## 前三格局未变

7月27日,财富中文网发布了2020年《财富》中国500强排行榜。榜单覆盖范围包括在中国境内外上市的所有中国企业,考量了全球范围内最大的中国上市企业在过去一年的业绩和成就。

今年,500家上榜的中国上市公司总营业收入达到50.5万亿元人民币,较去年增长11%。2019年中国GDP突破99万亿元,这意味着,500强的收入总和超过了当年GDP的一半。

在不断更新的《财富》中国500强中,2020年榜单前三的格局并未改变,依旧被中石化、中石油和中国建筑牢牢占据。中国平安位列第四,继续蝉联非国有企业第一位。

盈利能力方面,与去年情况相同,最赚钱的10家上市公司除了几家商业银行和保险公司之外,仍是阿里巴巴、中国移动和腾讯。这10家公司在2019年的总利润约为1.7万亿元,接近全部上市公司利润总和的40%。

事实上,排名前列的各家国企,不仅营收规模巨大,也是纳税大户。中石化相关负责人告诉北京商报记者,作为2020年《财富》中国500强榜单排名第一的企业,中石化每年税费贡献一般都超过3000亿元。中国联通相关负责人提供给记者的一则报告披露,中国联通2019年纳税44.9亿元。但截至记者发稿,中国电信相关负责人对此并未予以回复。

经济学家宋清辉认为,此次上榜企业具有规模大、效益高等一系列共性。中石化、中石油和中国建筑依旧占据着前三,意味着传统行业依然有着超强的盈利能力。

值得一提的是,在此次榜单中也有诸多“新面孔”。榜单显示,今年共有39家新上榜和重新上榜企业。其中,拼多多首次上榜,2019年总收入为301亿元,排名第321位;非洲智

能手机之王”深圳传音也是本次新晋上榜公司之一。互联网新上榜公司有以游戏直播为主营业务的欢聚集团,其2019年营收约为256亿元,名列榜单第359位。

不过,在2020年《财富》中国500强中,上榜的互联网科技公司只有13家,占比为2.6%。而华为、蚂蚁集团、字节跳动等巨头目前还不是上市公司,因而暂未上榜。

## 15家企业亏损807亿

2020年《财富》中国500强中,共计有15家上市企业2019年未能盈利,亏损总额约807亿元。居亏损榜首位的是青海盐湖,亏损额超过458亿元;位居第二位的爱奇艺亏损额达到103亿元;拼多多2019年亏损额超过69亿元,位居亏损榜第三位。

除自身经营因素外,15家企业的亏损原因不尽相同。作为重工业的重要组成部分,汽车、能源行业上榜企业的亏损与行业整体不景气或政策调整不无关系。

作为亏损最严重的500强企业,青海盐湖主营业务钾肥板块面临着需求疲弱的问题。根据中国海关数据,2019年中国进口钾肥总量同比增长约22%。然而,由于人民币汇率变化和非洲猪瘟导致的种植面积减少,国内需求受到了负面影响。2019年底,港口库存达到了320万吨,导致新的钾肥供应合同签订被推迟。

不仅是钾肥行业,五矿资源所属的有色金属行业,2019年效益也延续下滑走势,其中铜、铝、铅、锌现货均价分别同比下跌5.8%、2.1%、13%、13.5%。长安汽车所属的汽车行业也一直低迷,2019年国内汽车产销分别同比下降7.5%和8.2%,产销降幅比上年分别扩大3.3个百分点和5.4个百分点。

以保利协鑫为代表的光伏企业,目前面临着补贴持续退坡的成本压力。2018年5月,

## 2020年《财富》中国500强榜单TOP10

中石化、中石油、中国建筑、中国平安、工商银行、中铁股份、上汽集团、中国铁建、中国移动、中国人寿

## 2020年《财富》中国500强榜单亏损TOP10

青海盐湖、爱奇艺、拼多多、跨境通、长安汽车、国美、科达集团、厦门信达、五矿资源、瑞康医药

500家上榜的中国上市公司总营业收入达到**50.5**万亿元人民币,较去年增长**11%**

阿里巴巴上升**6**位至第**18**位;拼多多首次上榜

国家发改委、能源局、财政部联合发布通知提出,暂不下发普通电站指标、项目规模限制在10GW以内以及上网电价补贴每千瓦时降低0.05元。

不同于能源、汽车行业,互联网企业的亏损与商业模式密切相关。作为一家从事互联网电子商务业务的企业,拼多多通过巨额补贴来吸引用户,以此迅速扩张。财报显示,自2018年一季度以来,拼多多的运营利润持续处于亏损状态。2020年一季度拼多多营收为65.4亿元,而销售费用却高达73亿元,销售费用主要包括广告推广和优惠券支出。

此外,还有一些零售企业亏损背后是自身转型进程的不顺。近年来,国美也在加强线上线下融合发展,但相较于苏宁、京东等竞争对手,成效并不明显。财报显示,2019年国美总收入的83.5%来自1308家可比较门店,线下门店依然是其收入的大头,而这部分收入同比下降4.45%。宋清辉表示,国美没有突破商

业模式困局,最终导致巨额亏损。

## “新经济”掀起新浪潮

尽管今年榜单中国企业的重要地位仍不言而喻,但不少民营企业也在快速进步。其中京东、阿里巴巴、小米集团、卓尔智联的排位均有提升,京东排名上升4位至第13位,阿里巴巴上升6位至第18位。

中国人民大学助理教授王鹏对北京商报记者表示,在榜单排名靠前的企业中,民营企业的数量逐步增加,尤其是部分这种高新技术企业、独角兽企业、瞪羚企业都在逐步进入榜单,这反映出中国整体的创新环境、创业发展环境都是在稳步向好。

7月15日,国家发改委等十三部门发布《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》(以下简称《意见》)提出,把支持线上线下融合的新业态新模

式作为经济转型和促进改革创新的重要突破口。随着《意见》的发布,电商直播、互联网医疗等新业态新模式迎来发展新机遇。

艾媒咨询的数据显示,2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元。预计今年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人,市场规模将突破9000亿元。作为最热门的新兴商业模式之一,直播电商在疫情期间不断获得新的发展。

目前,京东、阿里巴巴、拼多多已在电商直播领域展开激烈竞争。目前,大数据、人工智能、以互联网为代表的新兴信息技术产业的服务内容越来越丰富,相关企业的盈利能力、财富情况越来越好。中国的互联网产业正越来越跟社会生活、政府治理相融合,并迸发出更多商业模式的创新,这已成为中国经济发展的新趋势。”王鹏说。

新增榜单里还多了一家物流企业——韵达股份。韵达凭借2019年344亿元的营收排在了284位。在入围的物流企业里,除了圆通速递从去年的306位滑落到310位外,顺丰控股、百世集团、德邦股份、申通快递和中通快递的排名均小有进步。

除了一些代表新业态新模式的企业排名提升,一些涉足“新基建”的企业也进步明显。其中,北汽新能源母公司北汽蓝谷新能源科技股份有限公司去年排名494位,今年排位386位,提升幅度达108位。

今年3月,中共中央政治局常务委员会召开会议提出,加快新型基础设施建设进度。新型基础设施建设覆盖七大领域,主要包括5G基站建设、特高压、城际高速铁路和城市轨道交通、新能源汽车充电桩、大数据中心、人工智能、工业互联网七大领域。

“科技创新驱动‘新基建’是未来发展方向,将来应该会有更多涉足‘新基建’领域的企业入选中国500强企业榜单。”宋清辉表示。

需要注意的是,虽然“新基建”方兴未艾,但“老基建”仍发挥着不可或缺的作用。此次榜单中“老基建”的相关行业基建、建筑、电力、工程机械、港口、物流的收入总额达到8.6万亿元,同比增长17.7%,相关行业仍是经济稳定增长的重要支柱之一。

北京商报记者 白杨 赵述评 濮振宇 何倩

# 不惧水土难题 DS在华推倒重来

七年磕磕绊绊,与长安汽车和平分手的法国豪华品牌DS,在沉寂半年后决定单干。7月27日,DS品牌宣布,将继续拓展在华市场,从品牌建设、产品布局、服务模式等方面开启在华“新篇章”。DS相关负责人对北京商报记者透露:“在渠道方面我们还会采用新零售方式提升用户体验。”

从2012年入华到2019年与长安汽车分手,DS品牌在华逐年边缘化。尽管PSA方面多次表态“DS品牌不会退出中国市场”,但面对征战七年未果的现状,推倒重来能否打开局面还是未知数。

## 重整架构

事实上,在合资公司长安PSA“股权出售阶段,PSA曾一度负责DS品牌相关工作,并表示DS品牌将成为PSA在中国独资、独立运营的板块,决策由集团主导。从2019年底合资公司出售至今,DS品牌用7个月的时间重建团队。

“我们从产品、品牌、服务方面进行规划,采用全新业务模式布局。”DS品牌相关负责人对北京商报记者表示,DS中国在上海的全新运营团队将全面负责该品牌在华发展。

重新打造团队后,在品牌建设方面,DS品牌将为中国市场定制全新品牌市场策略;在产品布局方面,DS品牌将建立起覆盖豪华轿车、SUV和纯电动车的家族产品阵容。旗下全新豪华轿车DS 9及首款纯电动SUV DS 3将登陆国内市场。此外,在服务模式上,DS品牌将针对中国市场推出零售服务模式,实施O2O发展计划。

值得注意的是,进入中国市场后,DS品牌在华共推出5款车型。但在后期销售中,仅DS

6和DS 7车型能支撑一定销量。这意味着,DS品牌想要在华翻身,迅速导入车型尤为重要。

不过,今年3月的日内瓦车展,在DS品牌发布新车型DS 9时,PSA方面表示,该车型将率先在华国产,今年引入中国市场销售,并仍在深圳工厂进行生产。然而,目前该车型仍未给出时间表。北京商报记者了解到,目前国产DS 9展车已在国内部分4S店进行展示。对于新车型何时上市,DS品牌方面仅表示:在未来的一段时间。”

“股份出售后,PSA加速着手对DS品牌进行梳理,独立经营可免去合资公司股东双方的话语权问题。尽管DS品牌定位豪华市场,不过和很多日系品牌一样对于中国市场认知不清,独立经营后对新战略中打造清晰形象对其推进产品有一定帮助。”汽车行业专家颜景辉表示,但对于DS来说,最重要的还是需尽快推出新车型。

## 水土不服

DS从产品到品牌再到服务模式的重新

布局,是为扫清七年来品牌在华的一路荆棘。颜景辉表示,DS品牌入华之初便水土不服,七年间始终未找到准确定位,推倒重来也实属无奈。

2011年,长安汽车集团与法国PSA集团共同成立长安PSA,双方各持50%股份。随后,长安汽车集团将50%股份转让给长安汽车。长安PSA主要生产豪华汽车品牌DS系列车型。2013年开始,DS先后在华推出5款车型。然而,多款车型的导入并未给股东双方带来可观的利润和销量,DS品牌入华后销量从未超过3万辆,2019年销量仅维持在2000辆左右。

为挽救DS品牌,2018年初,长安汽车与PSA集团共同向长安PSA“输血”36亿元,但DS品牌业绩未见起色,截至2019年前三季度,长安PSA总负债高达59.99亿元。乘用车市场联席会秘书长崔东树表示,DS品牌定位不清晰、车型竞争力不足、中国市场受众小等原因,让其高端化之路一直非常艰难。

面对“造血”能力较差的长安PSA,2019年股东双方先后宣布出让合资公司相关股份,宝能集团成为最终买家。据了解,宝能集团在收购长安汽车手中50%股权的同时,也向PSA集团提出收购请求,最终宝能集团100%接手长安PSA。这意味着,长安PSA股权完全交接后,深圳工厂及销售公司均会纳入宝能集团。

虽然出售股份,但PSA集团曾发布声明强调:“中国市场是DS品牌全球发展战略部署中的重点,DS品牌不会退出中国”。新战略发布的同时,PSA集团执行副总裁、DS品牌全球

首席执行官阿特丽斯·富彻也表示:“中国市场对DS品牌的全球性发展更具战略意义,可与表现良好的欧洲市场形成互补。”

尽管PSA对中国市场仍充满信心,不过想要推出新产品打造新品牌,重建渠道并不容易。据统计,2016年DS在华经销商数量曾超百家,目前仅剩78家,其中将近一半的经销商已显示为仅提供售后服务。北京商报记者了解到,在宝能接管后,北京地区仅有一家DS品牌经销商还在经营。

## O2O模式待考

面对萎缩的渠道现状“重来”的DS品牌选择借道新零售,以期通过轻资产突围。

本次DS品牌服务模式布局中提出,DS中国将采用新零售服务模式,实施O2O发展计划,在线下设立城市展厅和独立售后服务网点,在线上推出DS汽车官方小程序等。

近年来,部分车企开始向新零售转型,以实现低成本运营,将经销商变为服务商,网点下沉接近用户。不过,目前汽车新零售平台还看不到成功案例,大部分平台只起到引流作用,并没有真正打通新零售全环节。一位车企内部人士对北京商报记者表示,汽车是大宗消费产品,很难在新零售上有所突破。同时,汽车作为耐用商品,有售后服务的需求。汽车新零售平台无法真正完成商业闭环,因此依旧离不开线下的支持。

事实上,目前车企新零售的最佳案例便是特斯拉,该品牌采用直营店模式,而非传统4S代理模式,客户可以在网上下单并在线下交付。尽管如此,特斯拉依旧在华大量铺设线

下渠道,一位特斯拉体验店工作人员表示,很多车主还是喜欢到店进行咨询和沟通,或者下单。

“特斯拉从进入中国市场就采用新零售模式,在模式上给消费者养成了一定习惯,同时其品牌车型也对消费者产生吸引力,因此能够促使新零售的形成,但对于DS品牌来说,在品牌和产品处于边缘化的情况下很难通过新零售突破,很难在线上吸引到消费者。”颜景辉表示。

数据显示,2019年4S店渠道占有汽车销售的87%,电商与新零售平台只占到汽车总销量的6%。DS品牌的新零售更多是集中在提升客户体验,提供一个跟消费者直接沟通的渠道,更加轻量化,与现有经销商也是互相补充和支持。”DS品牌相关负责人对北京商报记者表示,DS品牌之后也有拓展经销商网络的计划。

尽管在上述负责人看来,DS品牌并不会仅押宝新零售模式,但是建立线下展厅和售后渠道均需投入重金,在DS品牌经历过大面积退网后,能否再找到经销商加入也是难题。

同时,市场也没给DS留出足够的布局时间。据统计,今年5月排名第10位的豪华汽车品牌英菲尼迪,前5个月销量也超过6000辆,远超过DS品牌2019年全年销量。

今年成都车展,各豪华品牌均密集抢发新车型发力下半年。崔东树认为,为争夺市场份额,各品牌均发力新品,市场竞争进一步加剧,这对渠道和产品尚未完善的DS品牌都将形成挤压。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦