

黄峥“早退”图什么

当老师、当科学家……家财万贯的互联网大佬们似乎很热衷将儿时用来回答老师提问的答案变成现实。3月17日,比拼多多年报更让人津津乐道的是创始人黄峥交出董事长一职。不过,1:10的超级投票权将失效、投票权将委托拼多多董事会也绝不会影响拼多多姓“黄”,改名改姓的风险并不存在。至于此时卸任CEO后再卸任董事长的时机是否合适,外界的声音更多是肯定的,或者是讨论“何时才正当时”。此外,从轻变重,黄峥乃至拼多多需要一个时间点,搭建更广泛的朋友圈。

拼多多还姓“黄”

黄峥与拼多多的爱恨情仇,远高于财报带给行业的刺激感。黄峥发布了2021年度致股东信,宣布卸任拼多多董事长,由现任CEO陈磊接任。黄峥表示,在不再担任董事长和拼多多管理职位后,自己1:10的超级投票权也将失效。个人名下股份的投票权将委托拼多多董事会以投票的方式进行决策。他承诺,个人名下的股票在未来3年内继续锁定,不出售。

从卸任CEO到卸任董事长,并不会改变拼多多姓“黄”这一事实。投资人何南野向北京商报记者解释称,超级投票权就是AB股,黄峥持有的B股可以在投票时当A股的10票,这样持股比例低也能控制公司。现在1:10的超级投票权失效,就是不执行B股权利了。

至于将投票权委托拼多多董事会投票也不会撼动黄峥在拼多多的领导权。“委托给董事会,如果董事会做得不好,黄峥也能随时收回委托权,整体影响不大。”何南野分析称,投票权

委托给董事会行使,本身没问题,但一般人不会那么做,还是希望自己能随时做公司的决策。”

事实也的确如此。拼多多2019年年报公布了其余股东的信息,腾讯持股比例为16.5%,拥有3.4%的投票权;高榕资本持股比例为7.7%,拥有1.6%的投票权;红杉资本持股比例7%,拥有1.4%投票权;沈南鹏个人持股比例为4%,投票权为0.8%。

2020年7月黄峥在卸任CEO时对股权和投票权进行了“下放”。黄峥将2.37%的股份捐赠成立繁星慈善基金;将此前与天使投资人共同持有的拼多多股份全部划转至投资人名下,占公司股份的3.77%;以及将其名下7.74%的股份给到拼多多合伙人集体,用以完善公司合伙人制度。

彼时调整结束后,黄峥持股拼多多股份比例从43.3%降到29.4%,投票权从88.4%落到80.7%。无论是机构还是其他个人,黄峥本人的持股权和投票权均为第一。即便是将投票权委托给拼多多董事会,也是交给“众人”,而非单一个人。2019年变更后,拼多多董事会5人名单中,陆奇、沈南鹏、杨荣文为独立董

事;黄峥、林海峰为董事,以遵循“半数以上”的要求。

“但即便黄峥1:10的超级投票权将失效,他仍是拼多多的第一大股东。”另一位投资人肯定地表示,黄峥还是拼多多的绝对控制者,事关拼多多未来发展的战略调整仍旧不会跳过其本人做决定,而且黄峥可随时收回且不受阻碍。

或许正当时

黄峥解释了自己转身幕后的两个原因:一是为了确保拼多多10年后高速高质量发展,作为创始人,黄峥希望跳脱出来摸一摸10年后的路;二是为了抹去个人色彩,黄峥希望逐步让更多的后浪起来塑造属于他们的拼多多。

黄峥的诗和远方还是让拼多多股价感到了震荡。财报前拼多多盘前股价涨近6%,消息一出股价急速下跌,跌幅一度达到9%。虽然无人敢说股价跳水是财报所致还是黄峥所致,但各方争论就此喋喋不休。

对于黄峥交出CEO再交出董事长一事,虽然当事人郑重其事发了致股东信讲述其中原委,但业界并不想止步于信中的内容,而是各种猜想。业界的声音分成了两个阵营,一方说黄峥是激流勇退、退位让贤,另一方则认为黄峥是嗅到了信息,需要适可而止。但任何一方的声音都没那么言之凿凿,也不愿站出来说出个丑寅卯。

一位长期研究公司策略的投资者向北京商报记者坦言:无论是功成名就还是适可而

止,当下都是正确的时机,或许算不上合适的气口;但是谁又能说何时才正当时”。从目前资本市场对拼多多的反应来看,资本多少有些摇摆,需要拼多多一直保持增长且是高速增长才能持续获得市场的青睐。

“故事有,但是新故事还有吗?”上述投资者认为拼多多打开市场后,需要更为坚实的基础才可以成为一家有持续活力的大企业,就比如拼多多下沉市场中强调的农业,围绕农业的各项配套基础设施还需进一步搭建。

在致股东信中,黄峥表达出了对拼多多在农业领域“再加工”的想法。他认为,过去几年里拼多多对农业领域的贡献主要还是在流通领域……但流通效率的提升毕竟不能从质上提升农产品的附加值,也不能大幅提升身体健康水平。于是,马铃薯、番薯、西红柿以及植物蛋白和动物蛋白摄入出现在信中。

浙江工商大学教授杨轶清表示,黄峥是“彻底”离开了拼多多,从巅峰的“退位”远好于“不能继续胜任”,是对公司未来负责。“黄峥还是善于把控企业发展节奏、把握事件节点。”

需要一个“泛朋友圈”

至此,拼多多董事长与CEO双职位,在不到一年的时间里,都交到了黄峥同僚乃至战友陈磊手中。这一年里,拼多多在新掌门人的带领下,财报呈现的数据虽有瑕疵,但整体向好。

财报显示,截至2020年底,拼多多活跃买家数达7.884亿。当年四季度,拼多多App

平均月活跃用户数达7.199亿,单季新增7650万。截至2020年底,拼多多多年成交额(GMV)为16676亿元,同比增长66%。同四季度,拼多多营收增长146%至265.477亿元,2020年全年营收增长97%至594.919亿元。

中国人民大学助理教授王鹏认为,黄峥的身价赶超马云、刘强东。从2016、2017年以来,以社交电商、社交拼购为核心的电商模式异军突起,随着拼多多影响力和盈利能力的增加,加之拼多多的上市,其影响力渗透向众多领域。不过,从长线角度来说,拼多多不能保证发展质量,维稳现金流和估值,还要打上一个问号。”

从大佬隐居幕后的众多事件中,终究还是要扣上弱化个人色彩一词。黄峥也在信中坦言:而今虽然只过了3年,拼多多却已像是正进入青春期的少年……希望今天我退董事长会有助于这位少年独立成人。”

“说黄峥年轻以及拼多多年轻,是相较于已经在互联网大浪里熬出头的大佬和巨头企业。时至今日,黄峥似有似无的卸任,也是拼多多需要走向圈外的表现。”上文提及的投资分析师认为,此事不耽误黄峥一边做科学家助理,一边搞投资;黄峥和拼多多都需要一个更广泛的圈子才可以,更多的资本朋友不为过。”

的确,上市以来的拼多多越做越重,从一家单纯的撮合电商”,逐渐涉足仓储、物流及农货源头。拼多多的朋友圈里不再只有腾讯,还多了类似极兔这样新入局的伙伴。从轻重,拼多多需要更广泛的朋友圈。

北京商报记者 赵述评 王维伟

昔日店王公主坟翠微将闭店调整

调改期预计6个月

作为京西的标志,公主坟翠微不能仅仅是曾经的辉煌,还应是当下的引领者。或许,时至今日,翠微的确到了需要改头换面的时刻。北京商报记者走访调查发现,公主坟翠微A座4层部分特卖区、儿童区域,以及5层的餐饮区域大面积空置。根据5层餐饮区域的公告显示,翠微百货A座5层餐饮商户租赁合同已于2021年2月28日终止,翠微收回场地。

“A座商户将在3月底前全部清空,该区域进入闭店改造期,预计在今年11月前重新开业。”商场1层门店的一位销售透露了上述信息。有关商户是否继续经营的问题,另一位销售向北京商报记者表示,A座内大部分的化妆品及品牌专柜会搬至B座继续经营,还有一些品牌会将货品返厂或合并到其他门店,再做下一步打算。

北京商报记者收到商户统一发送的短信,其内容对公主坟翠微的改造升级也有所提醒:翠微百货于3月底开始升级改造,预计为期6个月。”

与此同时,北京商报记者在商场张贴的宣传海报上发现了更多的信息:翠微希望消费者能拍照打卡;合影留念——23载情深,你我相约调后见”,时间显示为2021年2月26日-3月20日。海报还提醒消费者打开照片需要定位设置为翠微百货(翠微店)。此外,商场会员回馈狂扫季”活动的截止时间指向了3月28日。种种迹象表明,公主坟翠微即将进入调改期。

目前,公主坟翠微百货(翠微店)分为A、B座两大区域。此次关闭调整的为A座区域,也就是多数消费者所说的“翠微百货”。此前,B座被称为翠微广场,为购物中心业态。

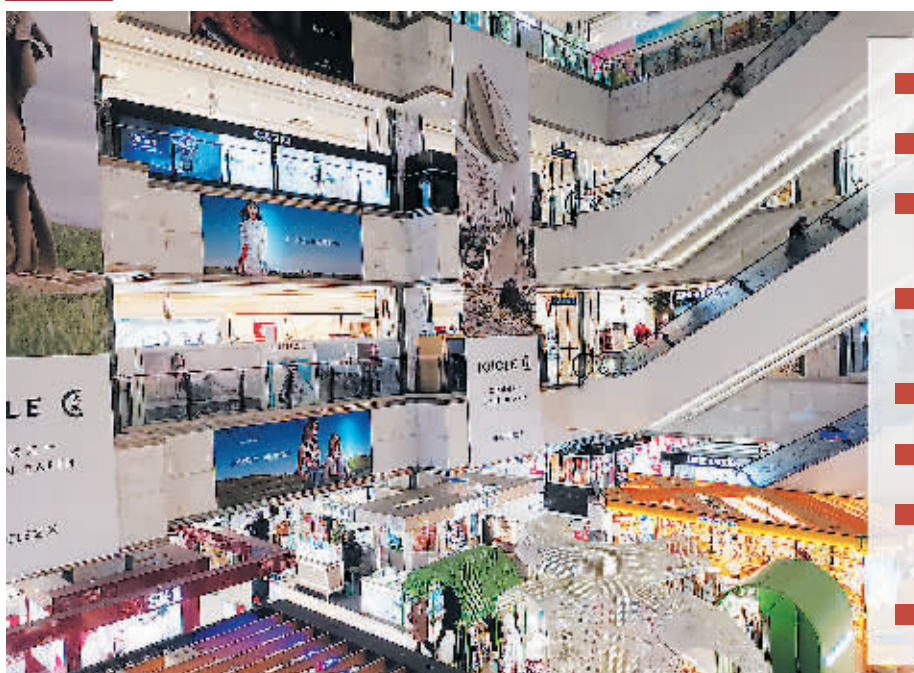
将增强体验感

对于未来A座的调整方向,北京商报记者将采访提纲发给了翠微相关负责人,截至发稿并未收到回复。

不过,A座南门口处的图片展示了调改后的效果图。未来该区域在首层空间上迎客通道将更通透开阔,中庭区域的灯光也会增强整体的设计感。在楼层布局上,2层以女性消费为主,设计上会增加曲线光带;4层将以儿童娱乐和潮流消费为主。同时,商场中会增加

历经风雨23载,翠微一代店王的风采已成为过去,重拾昔日辉煌成了不少北京人的期望,这也是业界对京城老百货前路的期许。3月16日,北京商报记者走访翠微百货公主坟店(以下简称“公主坟翠微”)获悉,A座将于3月底进行闭店改造,新面貌会在今年下半年前亮相。

尽管改造后的定位尚未公布,但从规划上来看,“新翠微”会对环境进行大幅度调整。“翠微应该定位时尚生活中心,而非零售中心、百货中心”似乎是众人的心声。有分析指出,老牌百货在转型时应“降低”自己的定位,缩小辐射范围,可将目光落在周围的社区;但是百货业态仍应该以“货”为主,体验为辅,这样才能够提升利润空间。



目前,翠微百货公主坟店A座中庭位置为化妆品业态。

翠微百货公主坟店时间轴

- 1997年 翠微大厦开业
- 1998年 翠微首创“店庆”营销模式
- 2010年 翠微13周年庆创单店在全国大型商场日最高销售额纪录
- 2011年 翠微14周年庆单店单日再次创造全国大型商场最高单日销售纪录
- 2012年 翠微股份A股上市
- 2014年 当代商城与甘家口大厦通过资产重组进入翠微股份
- 2019年 翠微百货公主坟店成为北京市首批“一店一策”试点企业
- 2021年 翠微百货公主坟店A座进入闭店调整

加一些体验区域,如引入“翠微未来公园”。在会员服务上,改造后的区域也会为会员建立相应的体验空间。

根据翠微公开的信息显示,公主坟翠微随着环境设计的推进,未来将以中庭中央区域为核心,紧密联系各楼层回游空间,围绕时尚、科技、艺术、绿色、健康诸多元素,为消费者呈现年轻、舒适的体验空间。

“就以翠微为例,改造时应该把定位更加精准到周边客群,满足小范围的消费需求会比以前高端奢侈百货定位更容易带动消费。”中国百货商业协会秘书长杨青松在对百货业调整举例时就提到了翠微。

想要在业绩上再创新高,就要重新定位。杨青松向北京商报记者指出,百货业曾经是商业的最前沿,可以吸引大范围的客群,但随着商品极大丰富、业态分化、渠道多元化、市场消费主力变更等因素,曾经的经营模式很难适应当下的消费需求。

“调整后的公主坟翠微应体现科技、艺术、人文元素,在消费者随意闲逛的同时还能够感受到消费活力。”北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳对调改后重新亮相的翠微还是有诸多的期待。

在赖阳看来,在翠微项目与公主坟商圈一同调整的背景下,翠微就应该充当整个商圈龙头作用,通过个体的调整来改变公主坟商圈的商业生态。就项目而言,翠微应该定位时尚生活中心,而非零售中心、百货中心。”

业态规划谋新

翠微一直被誉为京城百货业态的代表,其整改升级自然被视为百货业态未来的方向。对于传统百货调整的根本方向,赖阳指出,百货业态就应该跳出“百货或是购物中心思维框架”,不再纠结商场的运营模式是联营、自营还是出租方式,最重要的是考虑业态

配比、招商品牌、空间组合设计如何与现代消费人群融合。

相反,杨青松认为,百货无论如何调整,最核心的仍应该是强化商品能力,以“货”为主。虽然当下很多调整趋势剑指娱乐体验,但不能引入大部分的餐饮、茶饮等业态而缩小商品占比。“其实很多网红餐饮、茶饮对于商场业态而言并不赚钱,甚至在引入的时候商场方还会给品牌免租、减租。”杨青松透露。

实际上,无论是商圈还是百货,规划容易,实施起来却很难。杨青松认为,传统百货在建筑硬件、商场设施条件上改造起来十分困难,同时传统企业制度灵活性不足、人员结构老化也限制了传统百货的升级。

同时,公主坟商圈的消费潜力还有待挖掘,该区域辐射的范围里面拥有大量收入水平高、追求生活品质的人群,同时,年轻人群体比重也比较高,海淀的科技精英人才在该区域居住的比例也相对可观。而公主坟以西

并没有很多可以与之竞争的商业项目,只要该区域项目定位跟现代人的生活方式契合度高,发展前景还是比较看好的。

商圈联动难题待解

翠微的改造正有序推进,但想要快速回笼客流,仅靠一己之力或许还要从长计议。翠微所处的公主坟商圈,大多项目以传统百货业态和社区购物中心为主,如城乡购物中心、城乡华懋、凯德晶品等商业项目。就以距离最近的城乡华懋来看,曾以手机卖场为特色而被众人所熟知,但随着特色被弱化,其“城乡结合”的定位也难以满足当下消费者的需求。

同时,翠微、城乡、凯德晶品等项目均位于公主坟桥的西北角方位,也是长安街沿线位置,该区域多为单车道,消费者想要逛遍该商圈只能依靠步行。但几大项目之间的距离“不远不近”,北京商报记者走访发现,从商圈最西端的城乡购物中心步行至最东端的凯德晶品,需要10-15分钟左右。由此看来,商圈内项目想要实现联动较为困难。

为了解决难以联动的难题,公主坟商圈将打造休闲街区贯穿各大项目。公主坟商圈的改造方案显示,翠微大厦和城乡商厦北侧步行街将打造成为夜间消费聚集区,南侧将打造成品质休闲街区,使艺术与文化交流,形成多样化业态组合。

未来,公主坟商圈将打造“一主一辅多中心”的整体商业布局。“一主”是将城乡、翠微、凯德晶品西长安街沿线打造成为一条具有亮丽形象的商业大道。“一辅”是在翠微、城乡北侧构建一条现代时尚步行商业街区。“多中心”就是形成翠微国际时尚中心、城乡主题淘趣中心、凯德晶品现代生活购物中心、印象城家庭生活购物中心、新兴宾馆商旅服务中心、小巷街区社区生活新空间等多个具有商业定位差异化、特性化的消费区域。

对此,赖阳指出,公主坟商圈所处的北京西部拥有很多年轻客群资源,规划中的街区需要增强年轻色彩。通过增加更多体验性的店铺,吸引年轻消费群体前来。此外,公主坟商圈应成为聚集西部地区大量消费人群的时尚、艺术、文化、科技体验地。只有贴近该区域消费人群特点,增加一些科技展览、艺术画廊,才能进一步增加留客时长。

北京商报不等式调查组