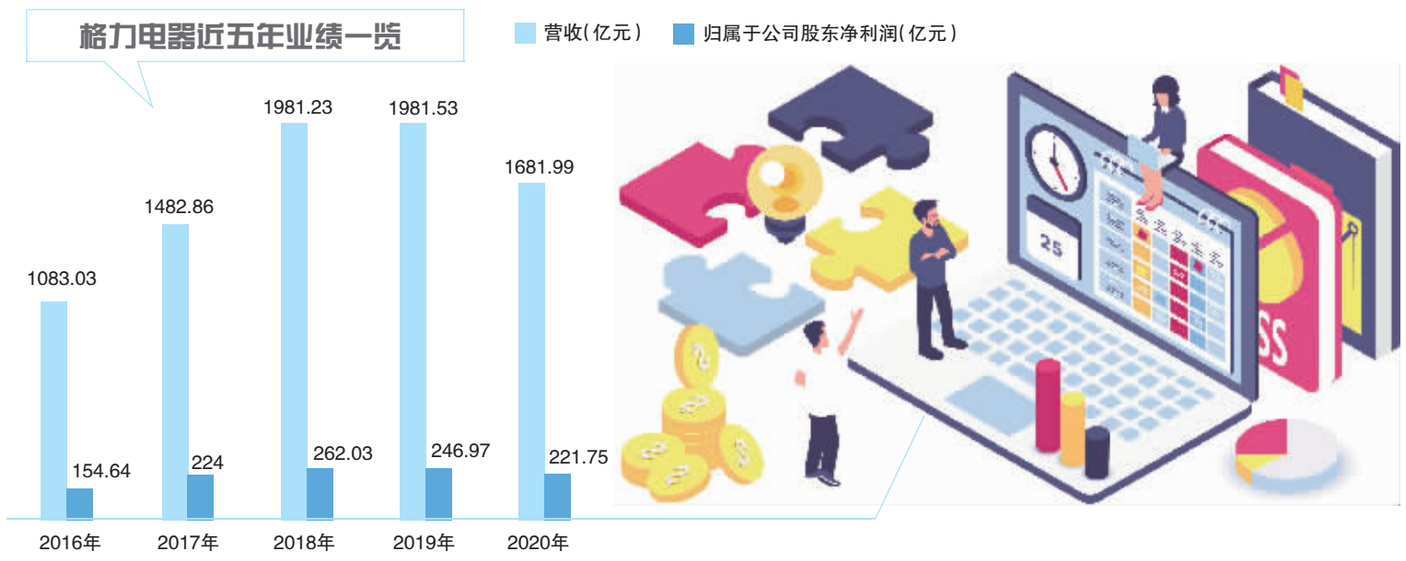
编辑 赵天舒 美编 代小杰 责校 李爽 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

格力30亿持股计划通过 董明珠再谈接班人

6月30日下午,格力电器举办了2020年度股东大会,投票决定此前提出的员工持股议案是否实施,尽管不少中小股东表示自己投了反对票,但影响作用毕竟有限,最终这项议案还是获得了通过。

事实上,不管员工持股计划是否实施、回购价格是否过于低廉,一家企业的股价和市值很大程度上依赖于其业绩表现和成长能力,而格力电器当下的问题在于,这两年颇有走下坡路的趋势,多元化转型成效不够明显,想要获得股民的信任,有效变革不能停。



结果出炉

因工作原因,格力电器董事长董明珠此次并未去到股东大户现场,而是通过线上参与。据悉,很多本来想要参会的股东,因董明珠缺席而放弃了线下参会。

此次股东大会审议通过了全部13项议案,其中最受关注的当属《关于〈珠海格力电器股份有限公司第一期员工持股计划(草案)〉的议案》,该议案最终获得75.7496%的支持票,20.9809%的反对票,3.2695%的弃权票。

在格力电器股吧,股民们对这样的结果褒贬不一。有股民直言:"通过是必然的,支持者用手投票,反对者用脚投票,结果没什么意外。是激励还是毒药,看后面的股价怎么走吧。"还有股民提出:"小股东对投票结果影响是有限的,作为有影响力的公司,不要计较股东们说什么,而是要沉下心来,专注公司的发展,用优秀的业绩回报关心支持企业发展的全体股东。"

其实在大会开始前,市场对于结果还是较为乐观的,当日格力电器股价一改多日来的"跌跌不休",盘中涨幅一度超过2%,下午收盘价为52.1元/股,涨幅为1.82%。

关于这项股东持股计划引发的市场争议,以及后续如何保障散户们的利益,北京商报记者采访了格力电器方面。格力电器相关负责人对记者表示:"公司提出这个激励方案也是想回馈广大员工,设置长期持股也是希望员工和企业共同成长,希望能从更长远的发展角度来让员工获得收益;另外这次我们用于激励的股票是公司从市场回购的,不是增发,长期持股也避免了集中抛售的现象,也是保证了散户利益的。"

董明珠也告诉现场的投资者,不要频繁买卖格力电器,长期持有是最好的选择,公司会给股民最好的分红。大会上,"每10股分30元"的大手笔分红方案获得高票通过,99.42%的股东赞成。

备受争议

从6月20日晚间披露第一期员工持股计划(草案)以来,市场上对格力电器和董明珠的争议就没有中断过。

草案显示,该员工持股计划的资金规模不超过30亿元。此次员工持股计划购买公司回购股份的价格为27.68元/股,等于公司依据第十一届董事会第十次会议审议通过的《关于回购部分社会公众股份方案的议案》所回购股份均价的50%。

彼时,格力电器股吧中几乎是一片"骂声":"提案是管理层提出来的,最大的受益人也是管理层,名曰员工持股计划,实则是管理层持股计划。而连续两年高额现金分红,目的就是引诱高瓴资本同意提案""公司变成了高管的提款机,股东的利益就这样被逐渐掏空了"……

更让散户们不满的是,董明珠拟认购股数上限为3000万股,占本计划的比例为27.68%,拟出资金额上限为8.3亿元。有股民直接指出,董明珠快退休了,方案是为她量身定做的,"拿3000万股吃相太难看了"。

受该消息影响,6月21日,格力电器股价大跌4.79%,以51.55元/股收盘,创下一年来该公司股价新低。

但或许是因为市场反响太大,6天后,格力电器又发布了一则《关于回购部分社会公众股份方案的议案》的公告,称第二期回购由原计划"回购股份将用于员工持股计划或者股权激励"变更为"回购股份用于注销以减少注册资本"。早前,格力电器曾同时公告了三期回购计划,并表示三期回购股份都将用于员工持股计划或股权激励。

产业观察家许意强认为,可以先不要否定员工持股计划积极的价值和意义,其初衷还是希望让员工分享企业发展的红利,同时凝聚核心骨干员工的斗志和积极性。

"当然,先宣布员工持股计划,后调整二期回购用途,这二者之间有一定的关联度。"许意强说,首先,一期员工持股计划发布后引发了外界的争议,特别是中小股东的争议,而二期回购调整用途,正是在某种程度上顺应中小股东的意见;其次,对于格力来说,第一次实施员工持股计划,肯定需要一些适应周期,二期的用途变更并不影响未来的操作,因为还有三期股票的回购。

发展方向

在股东大会上,董明珠还回应了一些有关公司发展方向的问题。

关于高瓴资本持股能够带来哪些资源,董明珠表示,格力对包括高瓴在内的所有股东最好的回应即是把企业做好;关于接班人,董明珠回应称,一直在寻找,"但不是我说你行你就行,是你能行才行";董明珠还大谈自主研发,透露格力在工业装备、智慧工厂等方面所取得的进展。

2020年,格力电器交出一份不太漂亮的财报,实现营业总收入1681.99亿元,同比下滑15.12%;实现归属于上市公司股东的净利润221.75亿元,同比下滑10.21%。这让不少中小股东对该公司未来的发展前景存疑。

一名长期持有格力电器的股民告诉北京商报记者,自己持有格力电器的股票已经十来年了,最开始买的时候股价还不到20元,这些年虽然没能一直不中断地持有,总体上是赚了钱的,"因为以前我对格力电器的发展和业绩是有信心的,但这两年的发展趋势不太乐观,美的、海尔、奥克斯等竞争对手对格力造成了不小的冲击。"

此次在股东大会现场,董明珠主动回应了股东对于格力电器2020年业绩下滑的疑惑。她指出,虽然2020年格力业绩出现了下滑,但格力对渠道进行了梳理,几百亿的库存都得以清理,而前期理顺渠道、物流、安装等通道,后续会给企业发展提供更为顺畅的条件。

在许意强看来,格力电器目前处在发展的新拐点上,一方面,需要强化空调主业的竞争力,探索在细分市场上的增长机会和空间;另一方面,则需积极探索以家庭为场景、以用户为中心的多品类化布局和多品牌化经营,特别是探索套系化、全屋化家电的发展转型。此外,还要基于家电制造业务,向其他精密制造等领域扩张。

其实,今年以来,不只是格力电器,包括海尔智家、海信视像、TCL科技等家电企业都相继推出了员工持股计划或者股权激励,"这些家电企业今年都处在一轮发展变革的新起点上,必须要立足自身的差异化竞争优势,在新旧两条赛道上不断探索规模与利润的新平衡点。"许意强说。

北京商报记者 石飞月

趟过成长期 万科多元化如何转型

6月30日,万科2020年度股东大会暨2021年第一次A股类别股东大会及2021年第一次H股类别股东大会在深圳召开。相较于之前谈及多元化业务成长的"尴尬",此次万科集团总裁、首席执行官祝九胜显然更有底气。管理红利时代下,万科开始向制造业学习。但相比非开发业务,新业务受投入成本大、回报周期长等问题制约,跟投机制能否调动员工的积极性,仍有待进一步观望。

租赁、物流、商业收果实

早在2018年,在喊出"活下去"的同时,万科也提出将所有业务行为"收敛聚焦"。组织架构上,万科提出要重点发展BG(事业集团)和BU(事业单元)两个业务条线,2019年中期业绩报告中,万科首次将集团业务划分为五大BG和六大BU。

多元化转型的道路上,万科有成长也有挫折。租赁住宅业务曾因"万村计划"叫停而一度停摆;商业开发面积近几年大幅增长,但营收能力却并未达到预期;发展近四年时间的冰雪事业部,最后也逃不过被"兼并"的命运。

"兼并"冰雪事业部后,万科旗下的多元化业务经历重新洗牌,BU格局变为印力BU、物流BU、长租公寓BU、海外BU、酒店与度假BU、梅沙教育BU及食品BU。

不同于往年,今年万科在多元化业务方面着墨颇多。祝九胜在谈及时,也给出诸多"惊喜":集中式公寓规模全国第一、商业地产积极探索资产证券化、国内最大的冷库运营商……一扫之前谈及多元化业务成长的"尴尬"。

"在租赁住宅方面,目前公司的集中式公寓规模全国第一。"祝九胜在会上表示,2020年在深圳、天津、北京、珠海、济南、西安、成都、厦门、广州9个重点城市新开业3.3万间长租公寓;年底在33个城市累计开业14.24万间;已开业项目整体出租率大于95%;2020年实现收入25.4亿元,同比增长72.33%。

架构+跟投辅助

多元化业务被视为万科的第三次创业,这方面也被寄予厚望。

2020年上半年,万科首次在年报中披露了多元化业务的营收情况,不过成色欠佳。截至2020年末,在营收贡献中,万科房地产开发业务占比(包含来自长租公寓、物流等业务的营收)为4004.5亿元,占比95.5%;来自物业服务的营业收入为154.3亿元,占比3.7%。

近期,万科刚刚进行了一次大规模的组织架构调整,发力多元化的意图非常明显。为了让商业业务实现突破性发展,王海武"主动"请缨出任印力集团总裁。

除组织架构调整,万科的跟投机制也在近期进行了"更新",将其扩展到非开发业务板块,并同步修改了多项规则。

6月14日晚,万科发布公告称,为加快非开发业务的发展,充分激发非开发业务经营管理层及核心员工的"当家人"意识,稳定和吸引人才,并推动公司内部资源协同,实现"一盘棋"长期稳健发展,更好地回报全体股东,公司拟对非开发业务的跟投机制进行迭代。

同策研究院资深分析师肖云祥表示,跟投机制其实在开发业务中对规模快速增长起到了很好的激励效果,其实跟投机制也是一种利益和责任的捆绑机制,从理论上说跟投机制是针对人的因素,但是对于多元化业务的发展而言不仅仅是人的问题,还有很多外界客观因素的存在。因此跟投机制在推动多元化业务发展中起到了一定的作用。

股价的考验

最近几年,万科一直被市场质疑过于"保守",影响企业盈利水平,如今发力新赛道,也是万科给市场以"改变"的声音。

但"改变"还在路上,万科股价的反映更为"真实"。北京商报记者了解到,万科股价自今年3月开始持续下跌,截至6月30日收盘,万科A股股价已经跌至23.81元/股,公司总市值约为2766.18亿元。

针对近期万科股价持续下跌的情况,万科董事会主席郁亮在会上回应称,万科合伙人是拿着奖金、用真金白银在公开市场上买股票的,这不是持股计划,不是上市公司的激励安排,而是合伙人自愿的购股计划:"前一段时间我们刚刚增持过一次,持股比例到了5%。我们当然也希望股票涨,但目前房地产公司包括万科的股票受到了很大的影响,这其中有行业的因素,但我们在主观上要更努力,用行动去回应股东的关切。"

房地产行业进入下行区间,万科提出的"管理红利时代"也成为新名词。郁亮此前表示,管理红利时代是住房回归居住属性、房地产回归实业属性,已成为明确、清晰的趋势。回归实业属性,意味着行业回报水平将逐渐向社会平均水平靠拢;意味着房地产行业将从开发为主,转向开发与经营并重,开发越来越像耐用消费品,经营像服务业。

中国城市房地产研究院院长谢逸枫指出,管理的红利其实也是要求各类领域通过管理见效益。包括类似跟投等机制,其实都是在现有条件下,充分调动资源,以真正促进企业经营和效应的提高。

北京商报记者 卢扬 王寅浩

ZIPPO签约联想 电子烟开启线下争夺战

北京商报讯(记者 郭秀娟 白杨 实习生 张涵)国家明令禁止线上销售电子烟后,线下渠道成为各电子烟品牌的必争之地。6月30日,ZIPPO旗下电子烟品牌VAZO相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,线下专卖店依然是公司核心布局渠道,公司将进一步提高门店数量,加大全国范围的覆盖程度。

此前,ZIPPO与联想来酷科技合作签约,将借助上百家联想来酷门店进行电子烟子品牌VAZO的销售。

北京商报记者梳理发现,许多电子烟品牌正在线下渠道中寻找新的销售模式。例如,气场电子烟集合店通过自研多品牌电子烟集合智能无人零售柜,以直营+加盟模式在不同场景下铺设电子烟无人零售柜。柚子、铂德、小野等品牌正在开展线下门店建设,宣布2021年将投入补贴开设上千家专卖店。

此外,还有部分品牌选择"抱团取暖",合作开设电子烟集合专卖店,其中包括如雾喜悦与唯它、喜雾、徕米、魔笛合作,布局线下多品牌集合精选门店。在与联想来酷合作前,VAZO于2020年入驻了永辉超市。依托大型零售巨头进行渠道覆盖,是VAZO拓展新型零售模式的一个突破口。

在业内人士看来,从线下品牌专卖店、电子烟集合专卖店、快闪店,到开设渠道货柜、无人零售场景,电子烟企业正在线下搭建多元化销售矩阵,并已经开拓出各不相同的线下渠道布局。但无论在线下如何布局,都需要资金支持,而这势必会淘汰一些实力不足的小品牌。

香颂资本董事沈萌表示,"线下渠道的投入要远比线上大得多,且管理难度也高,所以未来谁占有的线下渠道越多、谁的渠道效率更高,谁就将更拥有竞争优势"。

但在线下渠道的争夺战中,各品牌想要胜出也没有那么简单,如何加强线下渠道监测,保护未成年人免受烟侵害是摆在各电子烟品牌面前的首要课题。

6月18日,国家市场监管总局和国家烟草专卖局联合发布《保护未成年人免受烟侵害"守护成长"专项行动方案》(以下简称《方案》)。《方案》指出,要加大涉烟违法行为查处力度,更加注重预防为主、防治结合、综合治理,有效保护未成年人健康成长。

针对未成年人保护,各品牌也纷纷在线下渠道加强监测。据气场无人零售柜方面介绍:"无人零售场景贴近年轻人的消费方式,货柜会通过人脸识别验证消费者年龄,进行线上支付。通过统一订货系统,货柜运营者可在云端实时监测商品售卖情况。"

中国电子商会电子烟行业委员会秘书长敖伟诺在接受北京商报记者采访时表示,无论是知识产权,还是产业供应链,我国的电子烟行业都具有较大潜力。随着跨界合作展开,其他行业也会结合电子烟行业进行布局,有利于推进销售。科技的改变可以给电子烟更多的可能性,如雾化技术的发展升级或可用于将来的医学保健等领域。