

· 商讯 ·

业绩

抢滩医疗
南京新百一季度亏损收窄50%

北京商报讯(记者 吴文治 王维祎)实体业绩持续低沉,零售商为盈利只能另辟蹊径。4月27日,南京新街口百货商店股份有限公司(以下简称“南京新百”)发布的2017年一季度财报显示,期内公司亏损6347.32万元,较前两年同期财务数据相比,亏损收窄50%以上。

财报显示,报告期内南京新百实现营收32.72亿元,同比增长0.36%。而2015年同期营收增幅为263.03%。公司总资产同比增长17.15%,归属于上市公司股东的净资产同比增长103.56%。2017年一季度,南京新百亏损6347.32万元,但2015年、2016年同期该公司分别亏损1.54亿元、1.77亿元,相比之下,2017年一季度南京新百的亏损程度大幅收窄。

尽管南京新百亏损持续,但2015年被南京新百收购的英国House of Fraser百货(以下简称“HOF百货”),取得了五年来首次盈利。据了解,南京新百收购英国HOF百货后,通过推动电子商务、提升单店运营效率、优化自有品牌组合以及引入更多知名品牌等措施,提升运营效率和合理控制成本费用,在2016财年实现了收入和利润的提升,取得了五年来的首次盈利。但由于中国HOF旗舰店——南京东方福来德百货于2016年12月21日开业,前期成本摊销较大,会对HOF百货整体营收及利润造成一定影响。南京新百在财报中提到,由于本年度新增子公司山东省齐鲁干细胞工程有限公司、Sanpower International Healthcare Group Co.LTD、安康控股有限公司三家公司,累计净利润发生大幅变动。

公司 | 净利润扭亏
人人乐撤销退市风险警示

北京商报讯(记者 吴文治 郭白玉)人人乐股票简称即将从“*ST人乐”恢复为“人人乐”。*ST人乐”4月27日发布公告称,公司将于28日起撤销退市风险警示,股票简称由“*ST人乐”变更为“人人乐”,股票代码不变,股票交易日涨跌幅限制由5%变更为10%。

据了解,人人乐2014年度、2015年度连续两个会计年度经审计的净利润为负值,公司股票交易自2016年4月20日被实行退市风险警示,股票简称由“人人乐”变更为“*ST人乐”,股票代码不变,股票交易的日涨跌幅限制为5%。2016年,公司实现营业收入101.57亿元,归属于上市公司股东的净利润约为6048万元,较上年同期增长112.74%,成功扭亏为盈。在2015年和2014年,“*ST人乐”归属于上市公司股东的净利润分别约为-4.75亿元和-4.61亿元。

公司表示,成功实现扭亏为盈,主要来源于改善主营业务经营,强化成本费用管控以及盘活存量资产等措施。与大部分实体企业在电商刺激下尝试的线上线下融合一致,人人乐也通过这一方式来提升系统服务。此外,联营模式利润触天花板的行业现状之下,人人乐也尝试扩大自有品牌、进口商品的开发和采购。消费频次相对较高的生鲜也是人人乐在过去几年间的调整板块,加大自采力度、降低进货成本等。尽管自我革新思路与目前大多数实体零售的思路类似,但从效果来看,还是相对可观。

年亏13亿 难堪的速递易

作为快递业缓解“最后100米”难题的智能快递柜领域,正因盈利模式缺失而挣扎创新。速递易母公司三泰控股2016年亏损达13亿元,比起前一年度的亏损4000余万元而言,下滑了几乎33倍之多。不过智能快递柜的亏损加剧正是行业的普遍难题,这也迫使行业不得不做出更多转型创新。速递易将尝试以“小黄筒”等设施切入寄件业务。但专家认为,就现阶段来看,上述尝试对于扭转亏损而言可谓杯水车薪。

亏损加剧

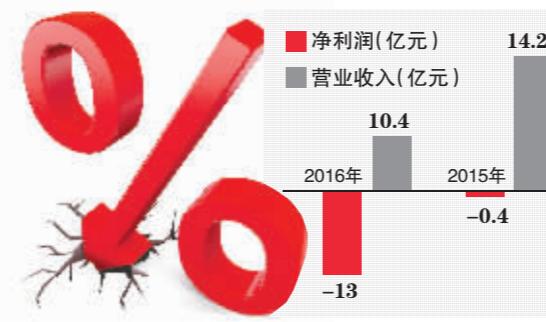
报告显示,三泰控股2016财年营业收入为10.4亿元,同比下降27.12%;营业利润为-12.4亿元,同比下降1428.69%;利润总额为-12.9亿元,同比下降5427.77%;归属于上市公司股东的净利润为-13亿元,同比下降3337.67%,基本每股收益为-0.95元/股,同比下降3066.67%。而相比此前的表现而言,三泰控股2015年实现营收14.26亿元,同比增长13.52%,实现归属于上市公司股东的净利润为-0.4亿元,同比下降140.33%。且2015年三泰控股总资产68.75亿元,同比增长140.84%,净资产44.36亿元,同比增长173.22%。由此可见,2016年三泰控股亏损严重,并将亏损主因归于旗下公司速递易。

不止是速递易,走在行业前列的丰巢快递柜同样处于亏损状态,资料显示,截至2016年9月30日,丰巢科技的资产总额为11.3亿元,负债总额为3.2亿元,净资产为8.1亿元。而这9个月期间的营业收入仅为483.22万元,净利润为-1.6亿元。

快递专家赵小敏介绍,此前业内曾有相关测算,一台智能快件柜在投放进入市场之前的成本大约在7万元左右,每年还有相关的物业费用、电费以及运营管理维修等对应的人工费用。但就实际利用率来看,去年下半年以来一线城市的智能快件柜使用率在提升,但在部分城市及一线城市中的部分区域,闲置率还是非常高。仅靠广告费用实际难以支撑运转。

不过,速递易大规模的亏损也意味着大量的投入。数据显示,速递易已在全国79个城市布放运营智能快递柜5.6万个,合计箱格262万个;而丰巢运营智能快件柜3.5万个,邮政易邮柜、中集e栈等快件柜公司等合计约6万个。目前速递易在市场规模上较为领先。从入柜量方面看,2016年快递入柜量约为11.7亿单,入柜率为3.7%。速递易2014年、2015年、2016年投件量分别为8400万、2.1亿、4.4亿,年均复合增速73%,2016年入柜量占行业总量近40%。

但正是由于线下网点规模较大,整体设备折旧及运营费用增加,导致营业成本和费用较上年同期上升较大,使速递易业务较上年同期亏损扩大。对此,三泰控股对速递易的业务重心进行了调整,将工作重心从之前的网点拓展,转向更加精细化的网点优化运营与盈利模式创新,准备尝试速递易寄件服务。据了解,速递易将于



2017年推出“边柜”、“小黄筒”、“小黄袋”等寄件产品,意在重新定义用户、物业、智能柜、快递员的合作关系,进而优化经营策略。

变现尝试

智能柜自助寄件发展迅速,但也暴露了一些问题:格口资源不足、密度不够、成本太高。速递易通过共享自行车得出灵感,推出“有桩”和“无桩”寄件设备,除传统盈利模式外,还推出智能寄件邮筒——速递易“小黄筒”,想通过小黄筒带来新的盈利方式。根据官方解释,小黄筒是自带电源、GPS通讯设施为用户提供便捷自助寄件服务的“无桩”寄件设备;而边柜是置于速递易智能快件柜旁为用户提供便捷自助寄件服务的“有桩”寄件设备。

三泰控股在年报中提到,保持速递易5.6万套设备保有量,新增1万-3万套寄件边柜,铺设3万-10万套寄件小黄筒,力争全年各类型终端设备保有量合计达15万套。速递易希望通过全新的寄件业务尝试达到盈利目的,不过行业内已经拥有寄件业务的丰巢依然处于亏损状态。

实际上,智能快件柜的盈利模式已成痛点,很多快递柜企业都处于赔钱的状态。丰巢负责人对北京商报记者表示,丰巢在年初融资时设想的方案是通过快件柜业务打造更多社区服务,就目前来说,丰巢通过基础业务以及广告售卖实现营收。

与丰巢盈利模式有所不同的近邻宝主要采取加盟的方式实现营收,其创始人中科富创副总经理宋召卫对北京商报记者表示,除了使用者付费和广告营收外,近邻宝还采取招商加盟的形式实现盈利。宋召卫表示,近邻宝的加盟门槛较低,只需投入相应快递柜以及服务费用便可加盟。

角色尴尬

相比于近邻宝在校园市场的一站式解决方案和背靠快递企业成长的丰巢智能柜,从整个物流流程来看,速递易不参与物流过程,是个不折不扣的第三方角色。三泰控股此前的业务主要为以金融服务外包业务、金融自助设备业务及金融安防业务为主的传统业务。

带着这样的基因,速递易倒是迅速地铺开了网络,但在盈利模式上却主要还是智能快件柜的箱体广告和新媒体广告这种最为常见的盈利方式。而从三泰控股的财报也可以看到,以这种盈利方式来支撑速递易的发展远远不够。

从行业来看,近邻宝主要的校园市场是采取一站式服务,快递企业将校园快递送到快递站后,由近邻宝方面分拨到快递柜,近邻宝向快递企业收取服务费,据近邻宝相关人员介绍,这种模式基本能够覆盖校园市场的成本。也就是说,近邻宝包揽了“最后100米”的工作。而丰巢智能柜由国内多家快递企业联合推出,与快递企业之间拥有天然的联系,自带流量的体质也使得丰巢智能柜在竞争当中处于优势位置。相比之下,第三方角色和单一的盈利模式让速递易在市场竞争中处于尴尬位置。

而希望通过寄件服务来创新盈利模式,目前来看,业内人士表示谨慎乐观。赵小敏告诉北京商报记者,首先,国内快递消费习惯就是门到门的服务,需要自助寻找柜机寄件无疑增加了消费者的消费成本。此外,目前对于禁止寄送产品的监测,主要还是靠快递员在揽件时大概浏览检查。如果自行寄件,相当于这一道检查环节没有了,而如果要在柜机前以视频监测的方式完成这一环节,对柜机的要求和背后的人工成本都是考验,且效果也会大打折扣。这种尝试的方向是对的,但这一功能已与目前快递柜可实现的揽件功能很类似,不过速递易单独推出专门的寄件系统,比此前使用智能快件柜来寄件的操作难度更高。此外,相对于已经开始布局的邮政来说,速递易的优势小之又小,邮政的邮筒、邮局等硬件网点早年作为基础设施已经十分完善了,后期在这些网点基础上进行升级,无论是铺设速度还是流量导入亦或是市场上建立起来的信赖度都比速递易的优势要大得多。

对于未来盈利模式的破冰,赵小敏指出,尽快摆脱“第三方”的尴尬角色是重点,就目前与菜鸟网络的合作探索来说,速递易与物流方的联系还是相对比较松,直接与物流企业建立联系形成利益捆绑机制是方向之一,此外,借助三泰控股此前在金融系统网点建设的优势进行市场拓展也是可以有的方式之一。

而在中国物流快递咨询网首席顾问徐勇看来,智能快件柜培养收费使用的消费习惯是未来的方向之一,目前国内智能快件柜还是免费使用的比较多,但在成熟的日本市场,快递智能柜的使用已经是社区物业服务的一部分:智能柜由社区物业购买,运营公司负责运营,每家每户不论使用频率均要缴纳固定的费用,相当于物业费中的一个项目,这部分费用最终是给负责运营快件智能柜的运营公司。从国外的经验来看,这种模式是能够覆盖智能快件柜的运营维护成本的。

北京商报记者 吴文治 郭白玉 实习记者 陈韵哲/文
代小杰/制表



中国酒业的文化自觉

中国酒业领军人物聚首北京 共同探讨舌尖上的情怀



指导单位
中国酒业协会 中国酒类流通协会 中国商业文化研究会 中国经济报刊协会

主办单位
北商研究院 信文化研究院 声誉研究所

承办单位:北京商报《中国酒业周刊》

时间:6月9日

组委会电话: (010) 64101973

邮箱: zgjyzk09@126.com