

119亿 物美看上了麦德龙中国什么

上周末商业领域最受关注的事件无疑是麦德龙和物美的“联姻”。据了解,此次物美收购麦德龙中国价格预计在119亿元左右。与此前的家乐福48亿元相比,麦德龙显然更加值钱。但是,在零售新物种的不断涌现和冲击下,实体卖场正处于举步维艰的境地,此时物美却斥巨资来收购麦德龙中国,其意图更引人关注。对此,物美集团创始人张文中表示,这次并购麦德龙,是一个历史性的机会。实际上,在张文中回归后,物美正在不断加快步伐。

德国人继续掌控

麦德龙集团、物美集团和多点Dmall近日联合宣布,物美就收购麦德龙中国控股权已与麦德龙集团签订最终协议。交易完成后,物美集团将在双方设立的合资公司中持有80%股份,麦德龙继续持有20%股份。

对于此次收购,张文中表示,麦德龙是个很好的企业,德国人经营很规范,为行业制定了很高的食品安全标准,而且这个标准坚持了20多年。这次我们正好碰到一个机会,麦德龙由于德国总部的一些问题,要转让麦德龙中国80%股权,并不是因为这个企业经营不善要卖出,而完全是一种战略调整,所以卖方也在认真筛选买家,最后我们幸运地得以胜出。

据了解,此次交易对麦德龙中国的企业总价值估值为19亿欧元。交易双方预计最迟在2020年第二季度完成交割。

未来,麦德龙中国将继续以“麦德龙”品牌保持独立经营,同时新合资公司总部将保留在目前的上海市普陀区。新合资公司将保持目前的门店规模和所有商业运营,同时将实施计划中的新店开发。合资公司除了保留由康德领导的目前管理团队之外,还将

- 2018年9月 麦德龙评估中国业务,包括出售股份和寻找合作伙伴等事宜
- 2018年11月 媒体报道称,麦德龙正在与腾讯洽谈合作事宜
- 2019年2月 媒体报道称,阿里巴巴正与麦德龙展开新一轮谈判,或收购其中国业务的部分股权
- 2019年10月11日 麦德龙集团、物美集团和多点Dmall联合宣布,物美就收购麦德龙中国控股权已与麦德龙集团签订最终协议

保留现有的员工团队。麦德龙集团将在新合资公司七人董事会中获得两席,并将在合资公司治理中持续发挥作用。

价值何在

现如今,本土零售企业不断崛起,外资零售商的日子并不好过,不少外资零售企业纷纷逃离。不久前,苏宁以48亿元的价格将家乐福收入囊中。而此次物美收购麦德龙中国价格预计在15.2亿欧元(约合119亿元人民币)左右,比起家乐福,麦德龙显然要更加值钱。

值得注意的是,尽管麦德龙早已进入中国市场多年。但是在门店数量上却远远落后于家乐福、沃尔玛。数据显示,1996年,麦德龙在上海开设了它在中国的第一家现购自运批发商场。截至目前,麦德龙在中国的59座城市开设了95家商场。

但是如此一家企业,却被物美以过百亿的价格收入囊中。并且此次并购也被张文中称为是一个历史性的机会。那么究竟是什么值得物美斥巨资来收购麦德龙中国?

对此,张文中表示,我们要学习欧洲企业严格的质量把控标准,比如说我们这次组建的新公司,麦德龙虽然只保留20%股份,

但是我们的食品安全委员会主席和控制权,还由德国人来继续掌控。同时,中国的零售企业规模需要扩大。此外,数字化时代,零售企业的重新组合具有重大意义。所以这次并购重组,是一个历史性的机会。

实际上,B端业务一直麦德龙的核心。麦德龙中国总裁康德此前曾表示,麦德龙40%的销售额来自专业B2B的销售。尽管麦德龙中国在2018年的业务整体增长2%,但B端业务在同期依然维持着两位数的增长,可见B端业务的优势和坚挺。

商务部研究院流通与消费研究所副主任关利欣在接受北京商报记者采访时表示,麦德龙作为进入中国市场较早的大型仓储超市,相对本土零售企业和电商企业具有独特的优势。

“首先是麦德龙的全球供应链使其作为跨国公司,以强大的采购能力、低成本的运作为客户提供高质低价的商品,其中不乏符合当前我国居民消费升级需求的高品质进口商品,这也是目前本土零售企业的短板;其次是以批发为主的经营模式,使麦德龙积累了大量中小型零售商、酒店、餐饮业、企事业单位、政府和团体等专业客户资源,这些会员信息也成为本土线上线下企业争夺的重要资源;另外,我国城市化进程推进,使麦

德龙早期购置的城郊地产成为稀缺资源,也成为各类企业的关注点。”关利欣表示。

收购仅仅是开始

错过黄金发展期的物美一直在通过收购来补回失去的时间。早在十余年前,物美就曾通过托管、收购、重组等方式在扩张。随着张文中的回归,物美的扩张步伐也再次按下快进键。麦德龙中国成为2018年至今,物美吞下的第五个重大并购项目。

北商研究院特邀专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为,收购是快速扩张的一个捷径。物美自从张文中回归后,再一次加快了自己的扩张速度。希望通过这个战略,在快消品领域里面能够有突破式的增长。

同时,赖阳也进一步指出,物美如此激进扩张的同时,也要面对一定的风险。在新零售的冲击下,实体卖场一直在走下坡路,如今已成为夕阳业态。外资零售企业的纷纷逃离也说明了这一点。

麦德龙的价值不言而喻,但是物美将其收购后,如何将麦德龙的优势融入物美中,将会是接下来物美所要面临的挑战。

零售业专家胡春才认为,这种极速扩张的模式,对于物美而言,收购仅仅是一个开始,后续除了要面对团队整合、门店改造、系统对接等问题。同时,在文化理念的融合及如何实现规模效应将会是关键。

对于未来实体卖场的发展趋势,赖阳认为,在规模上,传统卖场规模都在8000-10000平方米左右,辐射范围都在5公里左右,就现在的门店密度而言,很容易被其他卖场、超市截流。未来超市卖场应该越来越小型化,面积将会在2000平方米以下,在减少租金和运营上压力的同时,深耕附近的消费者。北京商报记者 闫岩 赵驰

(上接1版)

备战“双11” 快递业涨价暗流涌动

中国物流学会特约研究员杨达卿表示,中通快递调整收费,这一调整并非针对消费者和商家,快递网点在实施方面具有一定灵活性,主要涉及运输、中转等内部成本。此外,本次快递涨价中派费的上涨,还会增加配送员的收入,以便在快递旺季保障用户体验。

杨达卿表示,在快递运输旺季,行业企业都会有价格调整。在过去几年,在春节等旺季期间,快递公司都会按惯例调整快递价格;反之,淡季降价。目前,快递服务产品逐渐细分化,高附加值服务需要对应价格,行业也会逐渐成熟。

涨价潮存变数

赵小敏表示,今年市场“稳定”是各方关注的焦点,相关各方都不希望价格出现大幅波动的情况。这次的调价,存在调价失灵的情况,预期快递网点在“双11”后将会回调价格或价格战更加激烈。

现阶段,快递网点主要关注的是对快递员派费的上涨、中转费的下降、物料价格的下降及总部政策是否更有“弹性”。目前国内主流快递企业都已完成上市,监管成本、人力成本、技术投入、实名收寄甚至环保工作都使得企业运营管理费用上涨。因此,网点的利益有所保证,才能保证末端快递员的利益,从而直接提升服务水平。

今年与往年不同的是,中通发布快递价格上涨通告后,各方关注的舆论完全超乎想象,加之现阶段快递公司对物流高峰期的处理水平有所提升。因此赵小敏认为,部分快递企业原定的涨价通知暂缓或存在夭折的可能;目前,通达系之外的快递企业是否上调快递收费还存在很大的变数。赵小敏预期,10月15日将可确定相关快递企业是否上调服务价格。

北京商报

BEIJING BUSINESS TODAY

bbsnews.com.cn

BBS

态度即价值

观点化·深度化·可视化

■ 订阅价

360元/年

■ 订阅方式



010-84277808

010-84277520

■ 扫码订阅



内容为王 | 全媒共享 | 产品导向 | 新闻可视
传播优先 | 品牌聚合 | 因报之名 | 以融为大

● 国内刊号: CN11-0104

● 国内发行代号: 1-110

● 国外发行代号: D403

● 电话: 010-84277808或010-84277520

● 网址: www.bbtnews.com.cn

● 地址: 北京市朝阳区和平里西街21号北京商报大厦