



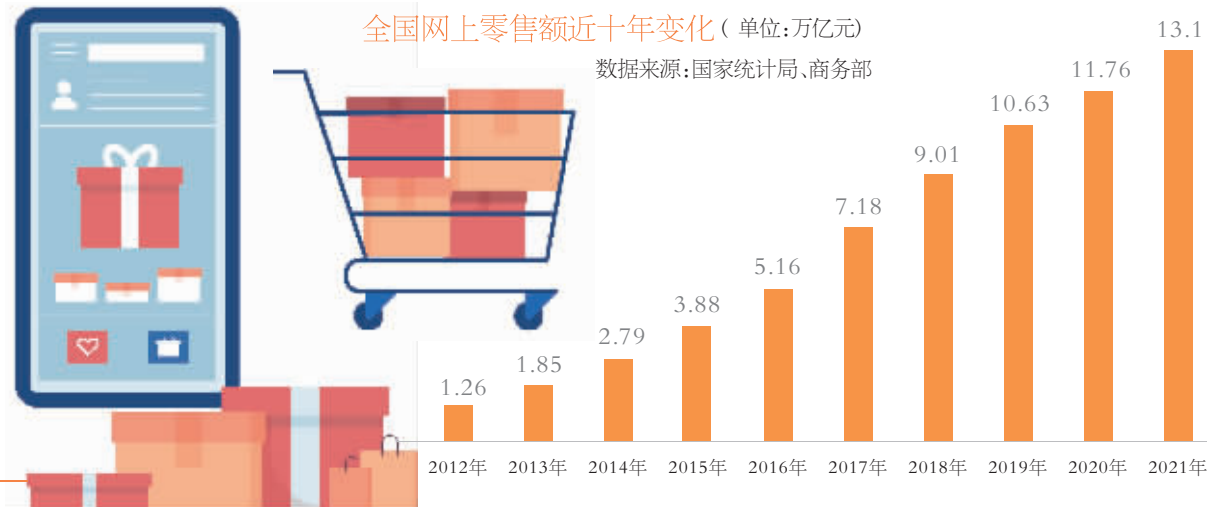
编者按:十年来,北京商业已然华丽蝶变。消费市场日益壮大,居民消费支出增量提质。传统零售革故鼎新,新兴互联网消费引领风骚。在迈向国际消费中心城市的康庄大道上,北京的步子稳而坚定、自信且充满活力。

电商:十年激流勇进

或许,很难找出一个行业能如此跌宕起伏、百转千回。方寸的手机屏幕间,上演着中国电商十年的交响曲。2012—2021年,全国网上零售额从1.26万亿元达到13.1万亿元,猛涨近10倍。

目不暇接的交易数字,以亿为计的投资额度,按秒来算的包裹流转,奔腾向前的电商经济切实改变了居民的日常生活,演化出的各类新兴商业模式也让产业链上的更多人收获了商机。作为超级大都市的北京,更是在十年间成为网络新兴消费的风向标。

然而,流量之上,巨头与独角兽的命运之轮从未停止转动。留下的,在坚守中寻找转机与方向,而离开的,平添更多感叹与遗憾。可以预料,下一个十年,将更为考验破浪者的决心和韧性。



十年涨10倍,一个快速膨胀的行业

“90后”张悦回想网购第一件物品的经历时,仍有种不可思议的恍惚感。2007年我读小学六年级,在淘宝买的第一件东西是瘦身霜,那时还没有银行卡支付,我是在旺旺上给商家发汇款单的信息,然后去中国邮政的网点取的包裹。”她说道。

2013年,读大一的张悦开始教室友们第一次网购:教她们如何用银行卡U盾支付、如何判断评论的真假、如何在“双11”抢购等等。那时候主要用电脑网购,还没法看到物流信息,只能等快递公司发的取件短信。”张悦笑着说:“以至于每天室友都在念叨‘包裹会到吗’啥时候能到’,终于拿到包裹后,整个人开心得不得了。”

曾经网购的种种不便是放在今天,几乎难以想象。十年间,电商支付、物流等各环节瞬息万变,构建起一张迥异于传统零售的交易图景。

2012—2021年,全国网上零售额从1.26万亿元达到13.1万亿元,猛涨近10倍,几乎改变了“80后”至“00后”近三代人的消费生活。

2012年算是中国电商发展的第一个分水岭。8848、易趣网等老一批电商完成了市场启蒙,却也被后起之秀迅速超越。彼时,阿里与京东已经能扛起大旗,前者操盘“双11”风生水起,后者与家电渠道商打得不可开交;团购网站上演“千团大战”,垂直电商如蘑菇街、唯品会、返利网、小红书也快速壮大。

中国电商企业在中国市场中崭露头角,一跃成名。自2009年阿里以5200万元的交易额开启第一届“双11”,2012年的“双11”共有京

东、苏宁易购、国美网上商城、1号店等9个新玩家加入。直到2022年“双11”6·18”这些电商企业制造的营销盛典,依旧能产生社会效益和经济效益。

行业从冰河时期跃升至百花齐放的盛况,至少让从业者与旁观者都坚信:至少这一轮的十年,中国电子商务是最适合创业的土壤,滚滚涌入的资本鞭策着新生代电商创始人尽快完成原始积累,将“跑得快”和“跑得远”强挂钩。

受益于电商红利,快递物流业快速成型。国家邮政局数据显示,在2013—2015年,全国快递量增速稳在50%上下。按一位资深快递从业者的感受来说:“2015年以前,快递网点都是躺着赚钱,根本不需要怎么运营,光是派件就能赚得盆满钵满”。

立足电商又着眼他处,当局者总是贪多

1995年,北京中关村南大街上的一块广告牌上写着:“中国离信息高速公路还有多远?向北1500米。”广告牌往北1500米是中国第一家互联网公司瀛海威。2022年,中国互联网企业多到一抓一大把,再也不用向北1500米才能找到。这也不过十年、二十年。

繁荣的电商消费中,北京市场表现尤为突出。数据显示,2016年,北京网上零售额突破了2000亿元,近五年年均增速达到48.9%,占社会消费品零售总额的比重从2011年的4%提高到2016年的18.6%。

只不过,电商互联网,当年是一片待开垦的荒地,现在更适合精雕细琢的精细化运作。更为迫切的是,耕耘十余载的头部电商已快掘尽市场的流量红利。数据显示,2021年,“双11”成交额增速仅为8.45%,而前一年的数字为26%。在2022年二季度,阿里、拼多多首次未公布月活数据。

一面是用户增幅趋缓、流量分食严重、消费意愿波动将会成为长期状态;另一面,在直播热潮之后,是否有更新颖的消费玩法和商业模式将其替代,都是未知数。下沉到乡镇,或是着眼于海外,电商的竞合与探索仍在继续。

2014年,进入互联网的杨林仅仅是一名网站编辑,他所在的什么值得买提供简单的信息导购,数码、家电、服饰这些偏功能性的品类主要基于创始人隋国栋的喜好而设立。今天再看跟着互联网浪潮共进的什么值得买,屈指可数的类目数量现已扩张到100多个。简而言之,平台打造的细分场景服务若是单拉出来,能做成一个独立的App。”

这仅仅是一家垂直电商的自我修养,放眼第一梯队的阿里、京东、拼多多等综合类电商,都有电商之外的主业和副业。京东把自己归为新型实体企业,将技术视为第三条增长曲线,在物流基础设施建设、大健康、云计算等诸多领域开花。阿里在国内零售之外,沿着“一带一路”拓展海外市场,虚拟的云计算和大数据业务也可圈可点。拼多多则对技术农业颇为痴迷,又寄希望于社区商业。

无论如何,十年间,为了吸引用户下单、缩短决策链路,电商不仅将各类营销策略玩到极致,还对用户浏览路径做了更为精细的切分来挖掘潜在细分客群,无形之中也反推、重塑着生产端的供应链应对能力。互联网企业带动的供应链创新,正在通过以需定产影响上游,推进供给侧改革,其影响力从产业领域,扩展到经济、社会等诸多领域。

当然,互联网行业仍旧需要更为规范地发展。2021年起,电商行业“二选一”“大数据杀熟”、滥用市场支配地位等违法行为被明令禁止。国家市场监管总局发布的《中国反垄断执法年度报告(2021)》显示,2021年,合计对98起互联网领域案件公开作出行政处罚。不仅如此,近年来涉及直播领域等监管法规政策也密集出台,剑指刷单炒信、虚假宣传等行业弊病。

为创新鼓劲,为前路定锚。如今,电商这艘巨轮正驶入深水区,成为中国乃至世界经济不可忽视的力量。然而,与此同时,国际经济局势和疫情环境仍处于不稳定中,广阔的海面之下仍涌动暗流。要想在下一个十年活下去,无疑更需要选手们的耐力和决心。勇立潮头,未来方可期。

北京商报记者 赵述评 何倩

成功者偏爱创新,模式迭代再迭代

“眼见万丈高楼平地起,又见无限江山物是人非”。黄金十年,电商新老接替应接不暇。电商将生意颗粒度越做越细,现实残酷的一面也悄然显露出来。

短短几年间,综合电商逐步做到流量“千人千面”,无形中也抹去了垂类电商的优势。后者曾经抢跑出的时间窗口似乎也仅停留在那几年。从苏宁卖身,到今年国美动荡、每日优鲜一地鸡毛,易趣网关停,再辉煌的过往终究也难以成为未来的免死金牌。

激烈竞争迫使电商着眼于更远的未来。2016年10月,马云在云栖大会上断言“未来没有电子商务一说,只有新零售一说”。转年,刘强东的“无界零售”理论开始刷屏;下一个10年到20年,零售业将迎来第四次零售革命”。

在此之后,电商与线下实体在技术、管理、投资等诸多方面有意融合。传统商场纳入电商麾下,O2O、无人便利店、无人超市等新业态孕育而出。围绕零售大做文章的电商巨头们,无非寄希望于打破天花板,进一步牢固既有的市场份额。

毕竟,谁能料到半路会杀出个拼多多?靠着社交裂变和低价交易,2015年拼多多从五环外撕开了一个大口子,一路挺进了阿里与京东的腹地,以肉眼可见的交易额爆发式增长一路狂揽下沉市场。

2018年7月,拼多多创始人黄峥口中“3岁的孩子”敲响登陆纳斯达克钟声,电商巨头们向来忽视的新市场成就了拼多多;“Costco”和“迪士尼”结合似乎也行得通。即便黄峥承认

“拼多多身上有很多显而易见的问题,眼前充斥着可见的危险与挑战”,但也不妨碍其改写电商格局:从双雄争霸变为三分天下。

就算再费心折腾,头部电商仍难以忽略后生可畏的事实。拼多多之后,抖音、快手由短视频转战电商,以直播等新模式猛烈冲击着传统电商的流量城墙,甚至分食着后者引以为傲的“双11”6·18”战绩。主播带货的能力不亚于一场小型的电商促销,既能牢牢抓住晚8点后的消费人群,更是以常态化的促销将集中的流量节点分散化。

历史总是如此相似,何曾料想眼下抖音也能让淘宝头疼不已。互联网风起云涌,同样也大浪淘沙,立于不败者要生逢其时,更要有过硬的招数。

酒业、医药为何盛产牛股

“1万变15万,股民忘记账户15年获50倍收益”冲上了微博热搜榜,一时间也引发了市场对股市的关注。北京商报记者统计发现,就近15年来看,A股有不少个股股价涨幅已经超50倍,这也意味着长期持有这些个股的股民获益不少。经东方财富Choice统计,以后复权形式统计,近15年以来,山西汾酒(600809)、紫光国微、片仔癀、长春高新、古井贡酒、通策医疗6股区间累计涨幅超5000%。

在上述6股中,医药、酒业脱颖而出,股价大涨背后,上述个股盈利能力也出现较大增长,其中山西汾酒盈利能力最强,2021年实现归属净利润约为53.14亿元,较2008年的2.45亿元净利增长近22倍。而长春高新盈利能力增幅更大,2008年、2021年实现归属净利润分别约为0.2亿元、37.57亿元,增长近188倍。业内人士指出,在当下A股市场,投资者要秉承价值投资,从中长期把握机会。

此外,片仔癀、长春高新也属于同行业公司,均是医药制造业,其中片仔癀以“片仔癀”为主产品,拥有錠剂及胶囊剂两种剂型,长春高新主营业务则为生物制药及中成药的研发、生产和销售,医药产品覆盖创新基因工程

制药、新型疫苗、现代中药等多个医药细分领域,是公司业绩的主要来源。

紫光国微则是国内主要的综合性集成电路上市公司之一,以智能安全芯片、特种集成电路为两大主业,属于计算机、通信和其他电子设备制造业;通策医疗则属于口腔医疗行业。

从上述6股的实际控制方来看,除了通策医疗之外,均为非自然人持股,其中紫光国微实际控制人为清华控股有限公司,实控人性质为中央国资管理机构,由教育部100%持股;而山西汾酒、片仔癀、长春高新、古井贡酒4股实控人背后则均为国资委,分别是山西省国有资产监督管理委员会、漳州市国有资产监督管理委员会、长春新区国有资产监督管理委员会、亳州市人民政府国有资产监督管理委员会。

另外,近15年也有不少区间累计涨幅超10倍个股。经东方财富Choice统计,融捷股份、法拉电子、振华科技、歌尔股份、三安光电、恒力石化、科大讯飞、士兰微、恒生电子、赤峰黄金等69股区间累计涨幅超1000%。

在6只涨幅超50倍个股中,就分别有2只

医药股、2只酒业个股。而纵观涨幅超10倍个股名单,也有不少医药、酒业个股的身影。

经东方财富Choice统计,累计涨幅超10倍个股中,还有普洛药业、京新药业、达安基因、恩华药业、恒瑞医药5股属于医药制造业,涨幅分别为11倍、10倍、17倍、13倍、11倍。

中国食品产业分析师朱丹蓬对北京商报记者表示,进入21世纪以来,我国白酒行业发展大体可分为三个阶段。2012年前受益于宏观经济快速发展、城乡居民收入快步增长及白酒需求量的不断上升,白酒产销持续高速增长,白酒行业呈现出供需两旺的发展情况。在这一时期,全国性白酒品牌和地方区域性名酒企业均获得了快速发展。在白酒市场量价齐升的背景下,白酒企业的销售收入及利润总额获得了快速增长。

“2012年下半年至2016年,受宏观经济影响,白酒价格承压严重,我国白酒行业进入深度调整期。2016年下半年起白酒行业开始复苏,终端用户白酒消费需求上升,带动白酒行业整体收入和利润的增长。”朱丹蓬如是说。

某不愿具名的酒业人士也指出,未来,受益于消费升级与消费观念的改变,次高端白

酒的提升是白酒行业发展的主要推动力。白酒企业需要充分把握大众消费升级的黄金机遇,通过品质提升、市场细分和产品创新等手段,更好地满足大众市场的消费需求,推动产品结构的转型与升级。

股价大涨背后,公司业绩也提供了支撑力,其中长春高新2021年净利较2008年翻188倍。

经统计,山西汾酒、紫光国微、片仔癀等6股的经营业绩均较此前出现大幅增长。以最新整年度来看,山西汾酒2021年实现营业收入、归属净利润分别约为199.71亿元、53.14亿元;而在2008年,公司实现营业收入、归属净利润分别约为15.85亿元、2.45亿元。经计算,山西汾酒2021年营收、归属净利润分别是2008年的12.6倍、21.69倍。

相比之下,长春高新表现最佳,公司2008年实现营业收入、归属净利润分别约为8.04亿元、0.2亿元;而2021年公司实现营业收入、归属净利润分别约为107.47亿元、37.57亿元。经计算,长春高新2021年营收、归属净利润分别是2008年的13.37倍、187.85倍。

紫光国微、片仔癀、古井贡酒、通策医疗4

股2021年实现营收分别约为53.42亿元、80.22亿元、132.7亿元、27.81亿元;对应实现归属净利润分别约为19.54亿元、24.31亿元、22.98亿元、7.03亿元,营收分别是2008年的19.84倍、12.35倍、19.62倍、20倍,归属净利润分别是2008年63.96倍、17.26倍、66.46倍、45.63倍。

另外,就今年上半年业绩来看,除通策医疗外,山西汾酒、紫光国微、片仔癀、长春高新、古井贡酒实现营收、净利也均出现同比增长状态。医改专家魏子柠对北京商报记者表示,随着我国人口老龄化加剧、人民保健意识增强和居民收入水平提高,中国医药制造行业收入和利润规模再持续增长,业绩增势强劲的医药股也成为了市场的优质标的。

而通策医疗今年上半年实现营收、归属净利润分别约为13.18亿元、2.96亿元,分别同比下降0.05%、15.73%。针对相关问题,北京商报记者致电通策医疗董秘办公室进行采访,不过对方电话未有人接听。

值得一提的是,10月14日,A股医药医疗板块迎来大爆发,板块内掀起涨停潮,通策医疗、长春高新当日股价均收于涨停。

北京商报记者 马换换