

马云刘强东“回归” 电商大佬焦虑了?!

马云也“出山”?

6月19日,据《晚点 LatePost》报道,5月下旬,仍处在退休状态的马云开了一场小范围内的沟通会。马云在沟通会上为淘天集团指出了三个方向:回归淘宝、回归用户、回归互联网。基于大环境的变化,马云判断,接下来是淘宝而不是天猫的机会,阿里电商应该“回归淘宝”。

会上,马云表示,阿里过去那些赖以成功的方法论可能都不适用了,应该迅速改掉。此外,马云认为淘天在组织上应该进一步扁平化。报道称,一些员工预计,“6·18”结束后,集团将迎来多项管理制度的改革。

截至北京商报记者发稿,阿里相关负责人未向记者回应此事的真实性。但是,淘天集团未来的重心将会转向淘宝,并非没有预兆。据了解,今年“6·18”,淘宝天猫专门开启了针对中小商家的大促“淘宝好价节”,阿里妈妈负责人刘博在6月18日接受媒体群访时称,今年帮助中小商家开单是他们重要的考核指标。阿里妈妈数据显示,今年“6·18”期间,中小商家参与率同比提升超170%。

事实上,对于大部分中小商家来说,相比品牌聚集效应更强的天猫,淘宝才是他们的主阵地。根据淘天集团公布的最新数据,截至6月18日0点,超过256万名中小商家今年“6·18”的成交额超过去年同期。还有118万名中小商家达成了“1万元成交”的小突破,其中6.8万名商家加入淘宝还不到3个月。



阿里

今年“6·18”期间
中小商家参与率
同比提升超170%

京东

公布“35711”梦想蓝图

未来将聚焦“极致低价”和“丰富供给侧”发力

退居幕后的电商巨头创始人又重回“一线”了。近日刘强东露脸京东集团总部后,6月19日,据《晚点 LatePost》报道,5月下旬,仍处在退休状态的马云与高管们开了一场小范围的沟通会,并指出淘天集团要回归淘宝、回归用户、回归互联网。面对消费环境疲软以及抖音、拼多多的强势竞争,阿里与京东两大巨头将重心纷纷转向低价策略就能挽回局势吗?

无独有偶,在马云“出山”的消息不胫而走之前,据部分网友在社交平台发图称,20周年庆典活动时,刘强东还出现在了京东总部。尽管京东相关负责人未向北京商报记者回应刘强东现身一事,但从会上京东集团新CEO许冉亮相详解“35711”,格力电器董事长兼总裁董明珠站台,再到京东20年历史回顾,会上的种种细节或多或少都浸染着刘强东本人的影子。

重建低价“护城河”

作为中国电商领域中元老级的人物,马云和刘强东的“坐不住”,或多或少也反映出了传统电商平台的焦虑。去年四季度,阿里多年来首次对外隐去了“双11”的具体销售数字,而京东在今年“6·18”也未公布销售总额。当老一代头部电商的领军人物频繁地在

台前露面的同时,新一任的CEO也试图在激烈的市场竞争中找到自身的发力锚点。

5月刚刚走马上任京东集团CEO的许冉,在京东“6·18”活动现场详细解释了京东“35711”的梦想蓝图,并明确指出京东将聚焦“极致低价”和“丰富供给侧”发力。而作为淘天集团首席执行官的戴珊也在淘宝天猫“6·18”商家大会上明确指出淘宝将以远超前者的投入推进全面内容化,并表示在今年的“6·

18”中,淘宝将会打出“价格力”的招牌。

虽然提起的方式不一样,但是不难看出,聚焦低价,是近几年头部电商平台的一个显著战略调整。船头的调转与当前其面临的竞争环境有分不开的关系。一方面,拼多多的崛起,让此前打着品牌力和品质消费旗号的传统电商,不得不面临大量低消费用户流失。另一方面,抖音等兴趣电商发力货架模式,也进一步稀释了传统电商平台的用户活跃度。根据抖音电商总裁魏雯雯披露的数据,近一年平台GMV增幅超30%。快手方面,2023年Q1财报显示,今年一季度,快手电商GMV同比增长28.4%。

“战略方向的调整,其实是一个成熟的企业在进入一定阶段之后所必须经历的过程。”电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营解释称,当前的头部电商,新用户的增长普遍进入了瓶颈期,拉新面临巨大阻力,“另一边,拼多多的崛起以及私域流量营销玩法的火热,让传统头部电商用户活跃度下降和客单价走低,已经成为了很难改变的局势”。

而百亿补贴之所以成为电商平台的“万金油”,也与平台用户心智有紧密的关系。“从当前来看,价格敏感仍然是电商用户最为显著的特点,所以百亿补贴就成了头部平台最为有效的狙击工具,也是其构筑自身‘护城河’的砖瓦。”赵振营认为,随着电商平台用户活跃度的下降,单个用户的潜在价值也在不断摊薄,“用户价值是电商平台生存的根本,因此在今后的相当长时间内,回归用户,尽力提升用户活跃度将会成为平台一切行为的出发点”。北京商报记者 何倩 乔心怡

单挑BBA 理想汽车要讲新故事

喊出“有信心在2024年总销量超过BBA(奔驰、宝马、奥迪)”后,理想汽车CEO李想带来了“杀手锏”。在理想汽车家庭科技日上,理想汽车展示了包括5C电池、通勤NOA在内的多种最新研发成果,同时宣布首款电动车上线时间表。随着新车和多项成果落地,理想汽车也将开启下半场竞争,对垒BBA等竞争对手。

6月19日,港股开盘后,理想汽车股价涨幅一度达3.71%。截至北京商报记者发稿,理想汽车总市值为2855.87亿港元。股价上涨的背后,理想汽车刚刚交出L7单一车系日销首次超1000辆以及40万辆下线等成绩单,但令投资者和资本市场更关心的则是理想汽车带来的新故事。

城市NOA将上线

2019年11月,第1辆下线;2021年10月,第10万辆下线;2022年8月,第20万辆下线;如今,第40万辆下线……理想汽车用时不到四年。随着第40万辆下线,如何再提销量成绩?理想汽车给出了更智能化的答案。

在科技日上,理想汽车展示了其城市NOA(导航辅助驾驶)和通勤NOA功能。其中,在城市NOA方面,理想汽车采用不依赖高精地图的技术路线。据了解,理想汽车引入Neural Prior Net(NPN,神经先验网络),通过云端大模型对复杂的路口特征进行提取,在车辆经过路口时与车端的实时BEV特征融合,增强车端的实时感知。随着NPN特征在云端大模型持续自动化生成,城市NOA的可用范围也将不断扩展。理想汽车相关人士表示:“理想汽车通过大量学习人类司机在真实路口应对信号灯变化的行为,训练TIN并摆脱对地图规则的依赖,以应对全国各地各类形态的信号灯样式。”

此外,理想汽车推出通勤NOA功能。据理想汽车方面估测,通勤NOA将覆盖用户95%以上的通勤场景。据悉,今年3月开始,理想汽车已在城市NOA的测试车辆上开始运行NPN网络,提取和存储NPN特征。同时,通过城市NPN覆盖的研发平台,可以查看现在NPN的覆盖情况。“理想汽车即将在本月向北京和上海的内测用户交付不依赖高精地图的城市NOA功能。”上述理想汽车相关人士表示,今年下半年城市NOA开放区域将逐步增加,通勤NOA功能也将开放给“早鸟”用户。

随着智能辅助驾驶由高速场景向城市场景落地,越来越多车企正切入该赛道。不过,从自动驾驶进化来看,城市道路场景最为复杂,是自动驾驶发展的重要节点之一,也是自动驾驶技术必须啃下的一块“硬骨头”。《2022年汽车行业报告:城市NOA重新定义智能汽车》显示,2023年搭载NOA的汽车总量或为70万辆,2025年可能达到348万辆。其中,支持城市NOA功能的车型占比将从2023年的17%升至70%。

据悉,小鹏汽车、华为均已发布相应的城市NOA产品。其中,在理想展示NOA前,小鹏汽车宣布城市NGP在北京正式开放。这意味着,理想汽车将与小鹏汽车等在这一赛道上正面交锋。中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示,在高速公路辅助驾驶逐步普及、城市辅助驾驶加快落地情况下,市场竞争也从功能普及切换到交互和用户体验上。

纯电来迟?

“L系列是Mac,纯电则是iPhone。”城市NOA之外,李想心中的理想“iPhone”也要来了。

理想科技日上,李想公布首款纯电车型的命名——超级旗舰理想MEGA,并表示该车型将在今年底正式发布,2024年推向市场。对于首款电动车型,理想汽车寄予厚望。“我们有信心成为50万元以上所有乘用车车型的销冠。”理想汽车商业副总裁刘杰表示。根据理想汽车双能战略规划,到2025年,计划形成“1款旗舰车型+5款增程电动车型+5款高压纯电车型”的产品布局,面向20万元

以上的市场,全面满足家庭用户的需求。

不过,在如今的新能源汽车市场,造车新势力、自主小号、合资品牌纷纷提速电动化产品布局,此时才推出纯电动车型的理想,让外界产生新车是否入局太晚的担忧。也许是基于对市场的判断,理想汽车并未选择纯电动SUV或轿车入局,而是选择纯电动MPV这一蓝海为切入点,并将价格直接打到50万元级别。

根据艾瑞咨询发布的《中国家用MPV市场洞察报告》显示,虽然家用MPV具有功能多、空间大和安全性高的优点,但同时也存在不少亟待解决的使用痛点,具体包括油耗偏高、不易操控等。艾瑞咨询方面表示,现阶段家用MPV产品仍有可改善之处,目前正朝着智能化、网联化、节能化、年轻化的方向改进升级。

面对增量市场,近两年来,多家车企均推出电动MPV车型,包括腾势D9、岚图梦想家、荣威iMAX8 EV、极氪009等,此外小鹏汽车也将纯电MPV提上日程。“理想汽车从理想ONE到L系列,在消费者心中已树立一定品牌形象,此时推出电动产品消费者也比较容易接受。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,不过在理想汽车产品入局前,多家品牌已布局新品,理想纯电产品也将与其他竞品在这一细分领域展开争夺。

值得一提的是,纯电动车型落地前,理想汽车也开始在补能上提前铺路。在“电能”方面,理想汽车通过自研的800V高压纯电平台和5C电池,可实现充电9分30秒,续航400公里。理想汽车动力驱动负责人刘强表示:“理想800V高压纯电平台将充电速度由2G带入5G时代,有望实现对燃油车的大规模替代。”

同时,理想汽车开始布局相应的5C超级充电网络。“今年底,理想超级充电站的数量将超过300个。”理想汽车相关人士表示,到2025年,高速沿途理想超级充电站的平均间隔将小于100公里,每个站每小时可以服务9-20辆车。到2024年底,超过300个城市枢纽站也将在城市核心环线陆续建成,完成以6公里为间隔的双向覆盖,满足城市环线及高速和城市连接路段的补能需求。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

朗姿股份再投3800万“磕”医美

女装业务增长困境难破,朗姿股份“重投”医美。6月19日,朗姿股份发布公告称,公司拟以3800万元,作为有限合伙人出资设立医美创业投资基金——芜湖博恒二号创业投资合伙企业(有限合伙),出资比例46.91%。该基金主要通过股权投资的形式,投资于医疗美容领域及其相关产业的未上市公司股权,基金规模为8100万元。

朗姿股份在公告中称:“公司为抓住行业发展的良好机遇,加快医美业务的战略布局,进一步推进构建泛时尚产业生态圈的战略部署。”

事实上,关于在医美赛道的布局,朗姿股份颇为看重。前不久,朗姿股份就因高溢价收购医美企业而引发业界关注。

此前朗姿股份发布公告称:“公司全资子公司北京朗姿医疗管理有限公司拟以现金方式收购武汉五洲整形外科医院有限公司(以下简称“武汉五洲”)90%的股权和武汉韩辰医疗美容医院有限公司(以下简称“武汉韩辰”)70%股权。”

根据公开数据,武汉五洲和武汉韩辰2023年一季度末净资产分别为-7081.24万元及-3822.33万元。随后,朗姿股份因斥资收购净资产引发了深交所关注。

在朗姿股份发布收购公告后不久,深交所下发问询函,要求朗姿股份说明武汉五洲和武汉韩辰净资产为负的原因及合理性;武汉五洲和武汉韩辰是否存在因资不抵债被债权人申请破产的风险;武汉五洲和武汉韩辰在净资产为负的情况下评估增值较高的主要原因。

朗姿股份成立于2006年成立,起步之初主要业务为女装销售,是国内老牌上市的女装公司之一,旗下运营有朗姿、莱茵、莫佐、子苞米、吉高等多个中高端女装品牌。随着女装业务的发展,到2014年,朗姿股份通过收购韩国知名童装上市公司阿卡邦正式涉足婴幼儿服装及用品,拓展企业业务种类。而在2016,朗姿股份再次拓展业务,大举收购医疗美容公司,跨界医美业务。当时朗姿股份先后收购了“韩国梦想集团”“米兰柏羽”“晶肤医美”“高一生”等医美企业及品牌。

随着朗姿股份在医美业务的不断布局,该业务逐渐成为主营业务。财报数据显示,2022年,朗姿股份女装、医美、婴童板块的收入分别为15.3亿元、14.1亿元及8.8亿元,其占总收入比重分别为39.6%、36.3%及22.6%。而在2023年一季度,率先复苏的医美板块反超女装板块,成为朗姿股份的第一大业务板块,占总营收比例达40%。

与医美业务蓬勃发展不同的是,朗姿股份起家的女装业务却陷入增长困境。财报数据显示,2022年,女装业务成为朗姿股份唯一收入下滑的板块。与此同时,朗姿股份女装业务的存货周转天数也从上一年低位的333天攀升至455天,童装存货周转天数为323天。

朗姿股份在财报中解释称:“女装受需求萎缩影响,1-2年内的旧库存上涨。但这已经远超2022年品牌服饰上市公司普遍不及200天的存货周转天数水平。”

而在2023年一季度,朗姿股份女装业务营收占比退居第二,低于医美业务,占比下滑至38%。

从朗姿股份频繁布局医美业务的表象来看,该业务正在成为朗姿股份寄希望的增长业务。

事实上,朗姿股份在前述交易公告中表示,此次交易是该公司在内生+外延的双重驱动下加快泛时尚产业布局速度,提升医美业务的规模化和行业竞争力水平,加快推动朗姿医疗美容业务的全国布局并力争成为行业领先者的重要举措。

不过,在鞋服行业品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄看来,朗姿股份处于医美行业的中游阶段,整个行业的人行门槛并不高,随着市场的扩大,很多资本雄厚的企业涌入,朗姿股份可发挥的空间并不大。同时,医美行业前期设备研发的投入会相当大,当后期产出效果不达预期,很难助推企业实现自身的转型或者进阶。

就布局医美业务相关问题,北京商报记者致电朗姿股份,截至发稿电话未接通。

北京商报记者 郭秀娟 张君花