

2020年中国产业“行业压力测试”之零售篇

疫情推动零售行业重塑 数字化变革过程“非常剧烈”

■本报记者 桂小笋

零售行业发展进入了一个新阶段，这是一个最好的时代。

华润万家(控股)有限公司总经理徐辉曾公开表示,最近五年,全国社会消费品零售总额已经快达到40万亿元,复合增长超过了30%。然而,对比大部分零售上市公司的业绩状况却让人困惑:“这种红利我们都不分到,消费者去哪了?”变革迫在眉睫。

在2020年,行业大变革的序曲已响。一方面,疫情的影响之下,直播、到家、数字化改造逐渐成了所有零售企业在2020年的发展“标配”,而下半年一路狂飙的社区团购,引发了消费者、资本力量等层面对这一领域的重新定位和考量。而在变革的过程中,淘汰赛不可避免,数字化摧枯拉朽式地从行业踩过,亲历者坦言,“过程非常剧烈”。

企业全战线网成“标配”

今年一季度,由于多地出行不便,保障民生成了零售企业的共同使命,多点Dmall总裁张峰对《证券日报》记者说,对于零售行业而言,消费者对于“生鲜到家”的消费习惯,数字化变革全面加速。

当时,由于线上业务的突然增长,不少零售企业因员工无法出行,面临着线上业务量增加而人手紧缺的困难,“共享员工”成了当时行业独特的风景线,而这些共享员工,有相当一部分从事的是“无接触配送”的工作。从后来行业发展的轨迹来看,“无接触式配送”的发展模式,其实在某种程度上,承担了打响零售企业今年线上竞争“发令枪”的角色。

“无接触配送”是指要求配送员到达用户地点后,双方可约定将商品放置在某处地点,消费者再自行取用。

受发展“无接触式配送”的影响,不少零售企业因此建立了社区提货点,这在增加了线下门店打通最后一公里能力的同时,又为后来大力开展的社区团购埋下了发展的伏笔。同时,“无接触式配送”也让更多企业的线上线下业务比重出现反超,且消费习惯明显改变,这些现

象又进而影响了企业的发展策略。

物美集团相关人士在接受《证券日报》记者采访时说,疫情期间,北京800多家物美超市门店正常营业,保障米面油肉蛋奶蔬菜等生活必需品不断货、不涨价,实行无接触配送。

上述物美集团人士坦言,今年以来,老百姓的线上需求出现很大增长,零售企业线上线下的一体化发展由此加速。几乎所有年龄段的人都会使用APP下单,目前,物美集团的销售有85%是通过APP实现的。

需求的增长带来了业绩。同花顺数据显示,上市的批发和零售业上市公司中,以商超类业务为主业的企业获取了可观的业绩增幅,永辉超市等零售企业一度大放异彩。在这背后,全行业“触网”功不可没,直播甚至成了零售企业在今年的集体动作。

在中国连锁经营协会会长裴亮看来,直播解决了实体店疫情期间的销售问题,甚至是生存问题。实体零售的直播是通过技术对零售经营资源进行供给侧改革的典型案例,但是,换一个角度看,直播也是对零售企业经营能力的一次考验和促进。

值得注意的是,并不是所有的零售企业在开始直播时都是一路坦途,缺少有带货能力的主播成了行业共性,不过,也有不少企业随后走出了属于自己的直播道路:让员工走上主播岗位。然而,受配套供应链能力的影响,疯涨的直播业务也透支了部分企业的消费者好感度。

张峰认为,对零售企业而言,无论哪种模式,最终都要回归与真正的商业本质,回归到多方共赢的长期价值之中。

社区团购站上“风口”

在“双循环”新发展格局的背景下,零售企业尝试寻找更多的业绩增长点,而社区团购就是在这种背景下,被送上了下半年发展的“风口”上。

11月12日,中国连锁经营协会发布了《连锁超市经营情况报告(2020)》,报告显示,以实体门店为主营业务的超市企业,社区超市成为发展重点。而线上

300多家产业链合作企业复工复产,3月份潍柴就全力冲刺实现满产超产,进入4月份,潍柴旗下国内企业全部进入超产状态,生产车间24小时连轴转,工人加班倒班,机器运转不停。

如此亮眼的2020年成绩单,还和潍柴多年来在细分市场的全面布局有着直接关系。公司销售方面相关负责人对《证券日报》记者介绍,2020年,潍柴重型车动力全年销量超过50万台,稳坐重型商用车动力全球“龙头”位置;轻型车动力全年同比增长134%,行业地位由第六上升至第二;工程机械动力多点开花,全年销量同比增长近25%,特别是在挖掘机行业的战略新市场,各系列机型实现全面配套,“潍柴发动机+林德液压”组合增长迅猛;农装动力全年销量同比增长近50%,在拖拉机和玉米收获机等配套领域,潍柴大马力产品占据绝对主导地位,市占率超过60%,在农机行业叫响了潍柴品牌;在高端大缸径发动机领域,潍柴迅速布局数据中心、矿用应急电源等高端市场,配套量节节攀升,成了企业最亮眼的新增长点,产品结构调整成效显著。

潍柴2020年发动机产销突破100万台大关 成为全球最大柴油机产业集群

■本报记者 王 佳

12月28日上午10时,潍柴在其潍坊总部生产车间举行仪式,正式宣布2020年产销发动机突破100万台,成为全球最大的柴油机产业集群。

《证券日报》记者现场采访获悉,2020年,潍柴集团累计产销各类发动机超过100万台,同比增长33%,发动机总销售量首次跻身全球第一。

细分市场全面开花

产销发动机突破100万台大关,与潍柴在年初积极应对疫情风险,果断实施科学管控,率先复工复产,并带动产业链迅速复苏等系列重大举措,有着直接关系。

“真的是一步领先,才能步步冲在前。”潍柴潍坊总部生产车间一位一线工人对《证券日报》记者说,集团早在入年初三就恢复生产。“后来国内各地陆续为复工复产做准备时,我们已经早早地走在了前面。”

据了解,潍柴自今年2月5日率先打响山东满负荷生产第一枪,迅速拉动

年产销100万台也体现了市场对潍柴的认可。代理商内蒙古中城建设机械设备有限公司负责人高乐告诉《证券日报》记者,他们公司在今年前11个月累计卖出了1100多台工程机械产品,全部配套潍柴发动机,“我们也卖过非潍柴动力品牌产品,结果用户不认,卖不动!”在高乐看来,产品好不好,销量是最直观的答案。

创新与资本共同驱动

此次潍柴产销发动机突破100万台大关,对于潍柴来说是一个新的里程碑。数据显示,20多年来,潍柴创造了销售收入增长520倍、复合增长率33%,利润增长1995倍、复合增长率41%的“潍柴奇迹”。在潍柴人看来,成绩背后最根本的原因还是坚持“科技引领、创新驱动”。

在传统业务领域,潍柴成功构筑起动力总成、整车整机、智能物流等产业板块协同发展的格局。今年9月16日,潍柴发布全球首款突破50%热效率的商业化柴油机,随后11月1日,陕汽重卡德龙X6000正式上市,就搭载了这款柴油机,

长沙市前11个月进出口额同比增长14% 上市公司成外贸主力军

■本报记者 肖 佳

近日,据星沙海关发布统计,今年前11个月,长沙市共计实现进出口额2058.9亿元,同比增长14%,占湖南省外贸总量的47.41%,顶住压力实现稳定增长。其中,以三一重工、中联重科、蓝思科技、安克创新等为代表的湖南上市公司,围绕以高新技术产品为核心的成套设备和以消费电子为核心的机电产品,成为对外贸易主力军。其中,机电产品出口占同期长沙出口总值近一半,高新技术产品出口占同期长沙出口总值两成以上。

长沙海关工作人员向《证券日报》记者介绍:“今年以来,面对进出口巨

大下行压力,长沙市积极做好稳外贸工作,推动外贸高质量发展,外贸结构持续优化升级,外贸新动能持续注入。今年前11个月,长沙市对东盟贸易额435.7亿元,增长53.7%;长沙市对欧盟贸易额216.6亿元,增长7.8%。截至11月底,今年已实现市场采购出口9.45亿美元,同比增长63%;预计全年跨境电商进出口交易额突破22亿美元,增幅70%左右。今年长沙市成套设备、机电产品等高附加值产品成为出口主力军,向世界展示湖南制造的魅力。”

在成套设备的生产制造领域,三一重工积极打造灯塔工厂,推动自主创新产品,成为主力军中当仁不让的核心力

量。12月27日,三一重工旗下的一三一专汽迎来2020年度第3万台商用车下线。该款产品因在工作效率、燃油消耗、驾驶体验、维护维修方面具有优势,现已销售至全国及多个海外市场,今年已为一三一重工创造100多亿元销售收入。三一重工宣传部负责人黄艳向《证券日报》记者表示:“工欲善其事,必先利其器。今年12月份,三一专汽灯塔工厂正式投产,引入智能制造平台、数字化集成和智能化决策系统,全面升级下料、焊接、成型、涂装、装配等5个模块。三一专用底盘以及专用汽车的合格率提升至98%,产能提升50%,制造周期缩短40%,人工成本降低40%,关键技术环节领先全行业5年以上。”

《证券日报》记者了解到,在成套设备出口中,不仅是三一重工屡创佳绩,中联重科、山河智能、星邦智能等企业也斩获颇丰。在消费电子出口领域,安克创新则力拔头筹,凭借着独创的“浅海理论”成为出口海外市场的佼佼者。安克创新董事长阳萌将消费电子市场比喻成大海,将公司战略确定为“浅海”战略。他向《证券日报》记者表示:“‘浅海’战略要求安克创新在选择品类时有两个原则。首先,该品类要处于‘浅海’位置,已经有一定市场需求,市场规模不能太小;其次,该品类虽然身处‘浅海’,但是有衔接‘深海’的进攻位置,有一定成长空间和创新空间。”

董事长面对面

贝瑞基因董事长高扬: 国内外技术同级竞争 提质增效“六字秘诀”

■本报记者 赵学毅 桂小笋

“利用基因检测技术进行肿瘤早筛,从技术发展层面来看,国内外并没有明显的迭代差异,这是一个新生领域,历史负担较少,使得国内外的从业者当前处在同一竞争层级,只是考虑到临床需求的不同,对于不同应用场景而言,基因检测技术有着不同的精准需求,行业竞争要真正解决的是临床应用中的真实需求。”近日,在接受《证券日报》记者专访时,贝瑞基因董事长高扬感叹。

2017年8月份,贝瑞基因在国内A股主板上市,有了资本加码,贝瑞基因三年来更加专注主业,全力创新。作为中国基因测序技术研究及应用领域的专家,这位80后董事长展现出一如既往的严谨、沉着、理性和谦和,“目前形成了三大品牌、九大产品线的业务布局,希望产品能真正解决临床应用的痛点,让一些疾病能够在小苗头状态就得到治疗,从而减轻病患的身体和经济负担。”

肿瘤早筛解决临床痛点

对于任何一家生物医药企业而言,在今年疫情的大背景下,是否受到影响到外界对于企业掌舵者面共同的疑问。

高扬对《证券日报》记者介绍,“贝瑞基因的用户在医疗机构和科研机构这两个行业比较集中,公司的肿瘤早筛业务在具体的临床应用上属于场景比较靠前的产品,全年来看,没有受到负面影响”。

查阅贝瑞基因的公开信息可知,多年来,贝瑞基因以自主研发的创新技术为核心,开发了适用于遗传病和肿瘤的基因测序产品和服务,研发了适合医院自主开展检测服务的测序平台(包括测序仪、配套试剂及分析软件)。同时,利用全面的测序平台,为国内外科研院校、高等院校和医疗机构提供优质的科技服务。贝瑞基因正在积极将业务拓展至包括肿瘤早筛早诊、基因大数据的分析应用以及基因治疗等在内的领域。

为布局未来,高扬对《证券日报》记者介绍,最近三年时间以来,公司强调对肿瘤早筛相关产品的研发投入,“市场的需求也在增加,不过,在这一领域,解决临床问题的能力决定了未来的发展空间”。

高扬举例称,“目前,有一些地方性的疾病也有强烈的基因检测需求,这种办法可以让检测和后期的治疗更加精准。而从临床应用来看,在肿瘤治疗领域,能够越早介入治疗,对于病患的治疗效果及减轻经济压力都会有明显的改善,这些都决定了利用基因技术对肿瘤进行早筛检测,大有可为。”

布局基因检测全产业链

对于未来的业务发展,贝瑞基因称将继续聚焦遗传学和肿瘤学两个发展最快的细分市场,其目标是遗传学疾病完全可控,肿瘤学疾病逐步由晚期检测诊断向早期、极早期筛查领域延伸,继续布局基因检测全产业链。

在高扬看来,基因检测技术在发展过程中,国内外处在同一竞争路径中。“2010年以来,技术本身的发展显示没有明显的差异,只是在一些具体病理的研究上会有不同,例如,美国对肿瘤比较重视的是肺癌、肠癌、乳腺癌;而我国比较重视肺癌、肝癌、妇科癌症。对于不同病理的重视程度,决定了产品研发时的倾注力度。从市场竞争格局来看,仍是为解决临床急需为发展策略,也有企业的策略是研发泛癌种筛查产品,不同产品的研

发周期、资金需求不同。”他说到。据记者了解,贝瑞基因的成员企业福建和瑞加快PreCar项目产品转化及商业落地并于2020年8月16日推出PreCar项目产品“莱思宁(Liver Screening)”。

“莱思宁是目前国内经过超大规模前瞻性随访队列研究验证的临床级别产品,不仅可以辅助肝癌早筛早诊,区分肝结节的良性与恶性人群,还可作为监控肝癌复发,为患者提供精准的术后动态监测,有效延长生存期,实现基因检测技术在肿瘤早筛早诊与肿瘤全程精准诊疗的双向延伸。”谈及产品创新带来的医疗进步,高扬十分激动,“莱思宁产品的成功落地经验也会给其它癌种的临床研究提供有价值的参考,贝瑞基因从肝癌出发,已加速迈向其他多癌种的早筛早诊道路。”

登陆资本市场以来,贝瑞基因的技术优势、产业优势、资金优势得到了很好的发挥,高扬称,产品商业化在提速发展,贝瑞基因陆续会有新产品上市,未来,会形成三大品牌、九大产品线协同发展的局面。另有券商的研报认为,贝瑞基因的基因测序行业具有广阔的市场前景,NIPT、肿瘤早筛及检测服务需求旺盛。近期公司产品两大重磅产品“和全安”和“莱思宁”的上市,证明了贝瑞基因对肿瘤检测及早筛的前瞻性布局获得了阶段性成果。

提质增效“六字秘诀”

作为基因测序领域具有影响力的企业,贝瑞基因在实现基因测序技术向临床应用的全面转化、通过服务模式和产品模式为各级医院、第三方医学实验室等医疗机构提供医学产品及服务,范围覆盖生育健康领域、遗传病检测、肿瘤基因检测及肿瘤早诊早筛等全生命周期临床需求上多有建树。贝瑞基因登陆资本市场后,高扬思考的不止专业领域的突破,更多的还有企业如何提质增效,“公司发展有六字秘诀——主业、战略、团队,这是我们长期思考的一个结果。”他说。

“公司为了提高发展质量,强调的重中之重就是聚焦主业。不搞多元化,也不分心,这样才能在主业赛道把市场做大、做深。”谈到主业,坐在记者对面的高扬目光坚定,“有诱惑的业务是很多的,一旦分心,可能就偏离了我们的初心,所以我非常强调聚焦‘主业’。贝瑞基因所有的产品和服务,对于各大医院或各种不同的临床应用场景来说,还处在相对早期的阶段,我相信公司的产品和服务能极大提升病人的诊疗需求和精准度”。

说到战略布局,高扬同样有着清晰的目标,“在人类基因研究和服务方面,未来很有可能变成一个数据的行业,自身基因的信息有可能带来一些应用,大家是怀着是一个非常感兴趣、有原生动力的想法来做的。因此,从战略上来说,我们是从一点一点的基因入手,一点一点的染色体入手进行研究,希望有朝一日,通过数据的方式为健康人群和亚健康人群进行更精准的服务”。他进一步补充道,在肿瘤早筛方面,贝瑞基因不止要做晚期的涉及肿瘤病人精准治疗的基因检测工作,也会投入更大精力,在满足临床上肿瘤的早期筛查和诊断的需要。

在团队建设方面,高扬称,贝瑞基因是由一个交叉学科的团队组成,对研发到执行都有非常高的要求。“我们花了大量的精力,来精细调整团队组合,希望这个团队能够稳定,在未来相当长一段时间内,持续为公司的战略服务,持续聚焦公司的主业”。



本版主编 于德良 责编 刘斯会 制作 李波
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785