

步步高预亏超20亿吞噬14年积累

“掌门人”激进扩张尝苦果套现超6亿退场

步步高创始人、董事长王填的商业版图步步高未能如愿。

1995年创业,取名步步高,2023年,王填失去步步高。近30年的商旅生涯,以王填转让控制权套现离场剧终。

记者发现,步步高的日子比较难过。4月14日晚间,公司发布业绩预告下修公告,2022年全年,预计亏损20.50亿元至26.50亿元,涉及资产减值、公允价值下降等。

市场人士称下修业绩预告,存在财务洗澡之嫌。但也有观点认为,步步高的问题,不只是更换实际控制人那么简单,想要恢复造血能力也不是易事,在巨大财务压力之下,求生仍然艰难。

作为民营商超第一股,步步高为何不能步步高?王填全国性跑马圈地式扩张、投资房地产,这些盲目追求规模的异常之举,在新时代商业趋势之下,一败涂地或许不可避免。

步步高,未来该如何走?值得继续关注。

338.93%-473.98%。

三个月前,即今年1月15日,步步高发布业绩预告,公司2022年的净利润为亏损13亿元至19.50亿元、扣非净利润为亏损12亿元至18亿元,同比分别增亏606.01%-959.02%、170.11%-305.16%。

当时,步步高称2022年,公司战略重大调整,除购物中心和百货店外,自四季度开始,通过关停并转从四川市场全面退出,江西市场大幅收缩至新余、萍乡、宜春三地(临近湖南的城市);湖南、广西两省也同步关停并转低效亏损门店。同时,受疫情常态化影响,居民消费复苏缓慢,加之渠道竞争激烈,公司经营内外环境面临较大压力,导致业绩大幅下滑。

时隔三个月,步步高净利润下修7亿元、扣非净利润下修7.50亿元。为何有这么大的变化?

步步高解释,随着会计师事务所对公司年报审计工作的深入,结合评估师事务所评估业务的最新进展,公司对部分会计判断作出调整。结合目前实体零售消费复苏缓慢等外部经济环境的影响,对预期进行了更谨慎性的判断,公司预计目前商誉减值金额超过原预估金额约1.8亿元。公司超市从四川、江西市场退出,收缩后,公司对四川、江西地区的递延所得税资产进行了全部冲销。公司2022年末基于未来规划及经营预期,对母公司及其他子公司的可弥补亏损确认了递延所得税资产。基于更谨慎性的原则,认为应充分考虑目前实体零售面临的外部环境的影响,对部分可弥补亏损金额确认的递延所得税资产进行冲回,调整金额约4.3亿元。此外,预计投资性房地产账面价值与评估机构评估的公允价值存在差异,预计投资性房地产公允价值下降约0.5亿元。

对于步步高大幅下修业绩预告,采取更谨慎性原则,有市场人士认为,步步高是在进行财务洗澡,以便2023年轻装上阵。

今年1月,步步高易主,湘潭产投产兴并购投资合伙企业(有限合伙)(以下简称湘潭产投)成为其控股股东,湖南湘潭市国资委成为其实际控制人。

上述市场人士认为,新主对资产全面清理,给下一步经营创造较好经营环境,属于正常现象。

无论怎么看,步步高不可避免的巨亏,对步步高而言是元气大伤。

2008年,作为民营商超第一股,步步高登陆A股市场。2008年至2021年,14年间,公司实现的净利润累计数为26.30亿元。2022年,公司的净利润预计亏损数的上限为26.50亿元。由此可见,2022年一个年度的亏损,亏掉了过去14年的积累。

流动负债160亿元重压的难题

步步高的无奈易主,是王填留下的烂摊子。如何脱困,面临严峻考验。

在外界看来,步步高大幅亏损、易主,是王填主导之下的经营不善。实际上,用“经营不善”四个字不足以概括,恐怕要加上“盲目、激进”四个字更为全面。

步步高也曾有过辉煌。2008年6月登陆A股市场,2019年公司营业收入达到巅峰时期的197.25亿元,相较于2008年翻了3.79倍。

2019年底,公司总资产243.78亿元,2007年底,上市前一年,总资产为150.6亿元,12年增长151.8倍。

规模大幅增长源于扩张。步步高走出湖南,向江西、四川、重庆等地市场进发,打造全国连锁商超。2013年,公司门店总面积180万平方米,2021年达458万平方米,但门店坪效则从2017年0.59万元持续下跌至2021年的0.43万元。

2012年开始,电商崛起,步步高的商超主业盈

利能力开始下滑。2014年,公司寻找转型,发力线上销售,打造云猴大平台生态系统。但超10亿元投资未见成效。2018年8月,随着子公司湖南云猴数据科技被步步高吸收合并而注销。

此时,王填谋求的还是扩张。2014年、2017年,步步高分别以15.75亿元、2.26亿元收购南城百货100%股权和梅西商业94%股权。收购加剧了经营压力,2021年及2022年上半年,南城百货净利润为-224462万元、571.96万元,2021年,梅西商业亏损914424万元。

王填还热衷投资房地产。2008年-2017年的十年间,步步高累计出资超41亿元投资房地产。粗略统计显示,2018年-2022年上半年,步步高累计投资近68亿元用于自建房地产。

截至2022年三季度末,步步高投资性房地产高达150.71亿元,约占总资产302.98亿元的一半。

商业生态变了,步步高商超主业盈利能力下滑,商业地产承压,在疫情影响之下,步步高的危机被放大,经营变得举步维艰,财务风险凸显。

2020年,步步高净利润为1.12亿元,同比下降35.35%,2021年为亏损1.84亿元。2021年底,公司资产负债率攀升至76.44%。

截至2022年9月底,步步高账面货币资金9.18亿元(含受限),对应的长短期债务为95.66亿元,债务是货币资金的10倍。期末,公司流动负债160.11亿元,远高于299.1亿元流动资产。前九个月,公司的财务费用就达4.45亿元。

经营难以为继,王填夫妇通过协议转让股权、表决权委托等形式,将步步高控制权让渡给湘潭国资,套现5.18亿元。此外,其还通过二级市场减持套现近亿元。截至目前,合计套现超过6亿元。

市场担忧的是,王填上岸了,但步步高仍然处于困境中,步步高该如何走,才能走出困境。

据《长江商报》

电池原材料价格“跌跌不休”

新能源车开启新一轮降价潮

4月14日,特斯拉一天之内在丹麦、新加坡和德国三地下调新车售价。此前4月12日,特斯拉香港宣布将于4月15日调整Model 3和Model Y两款主销车型的售价,下调幅度最高接近15%。更早之前的4月7日,特斯拉在美国本土也进行了降价,整体降幅在2%至6%之间。

在特斯拉这一轮全球降价中,其在中国市场的价格暂时还没有发生变动。不过,更多的本土新能源汽车品牌已经打响了新一轮价格战。

就在特斯拉美国降价的同一天,它的最大竞争对手比亚迪也推出了优惠购车活动,旗下海豹车型综合优惠最高达到3.1万元,优惠后售价下探至20万元以内。这一优惠力度比3月份针对海豹的专项限时营销活动力度更大,彼时该车用户下订即可享88元抵扣8888元购车款,相当于减8800元。

继续“加码”优惠的还有长安旗下的深蓝汽车。4月10日,深蓝汽车开启“深蓝品牌周年庆”活动,不仅提供1.2万元现金补贴,还有金融补贴和保险现金补贴分别6000元和4000元。此前3月份深蓝汽车还推出过至高4.2万元的综合补贴,限量1万辆,截止时间到当月底。

吉利旗下的新能源品牌几何汽车也推出了优惠补贴活动,4月1日至4月30日,几何E、几何G6和几何M6三款车型开启限时回馈补贴活动,其中几何G6和几何M6最高补贴1.3万元,几何E最高补贴1万元。

而吉利旗下的另一大新能源品牌睿蓝汽车则直接进行了官降,睿蓝汽车4月9日发布睿蓝9价格调整说明,该车即日起正式调整官方指导价,至高下调幅度2万元。

此轮降价潮的一个显著特点是,微型电动车也加入到了战局。3月底,奇瑞新能源下调了QQ冰淇淋、小蚂蚁和无界Pro三款微型电动车的官方

指导价,QQ冰淇淋和无界Pro全系分别下降4000元、5000元,而小蚂蚁的下调幅度在5000元到9000元不等。

4月8日,东风纳米宣布旗下车型价格回调,最高降6000元,价格调整后,EX1 PRO售价为4.97万至5.27万元,纳米BOX售价为5.47万至7.47万元。微型电动车头部企业上汽通用五菱则在4月10日推出了福利购车活动,5月31日前购买五菱新能源汽车享至高1万元优惠补贴,宏光MINI旗下各系车型均可享相关优惠。

在这一轮降价中,不少新能源汽车公司都将原因指向了原材料价格的回调。例如奇瑞新能源就在声明中表示,此轮降价是受惠于全球新能源原材料价格回调,以及企业成本管控、供应链管理能力提升。

受供需关系的影响,动力电池的重要原材料碳酸锂价格今年以来一路走低。上海钢联4月14日发布的最新数据显示,电池级碳酸锂下跌2500元/吨,均价报1925万元/吨,这一价格较去年11月的历史高点已下跌接近七成。

碳酸锂价格不断下行减轻了下游整车企业的成本压力,提升了他们的降价空间,因此不排除未来会有更多的新能源汽车公司推动进一步降价或放大权益的可能。

不过需要指出的是,在3月份燃油车和新能源车共同参与的价格战中,部分公司的“惠而不降”行为引发了市场价格混乱,导致消费者观望心态持续加重。虽然3月份乘用车市场零售量环比增长14.3%,但这也是2000年以来最弱的3月环比增速。

乘联会指出,近期的碳酸锂等价格的下跌,有利于厂商推出更具性价比的新款新能源车型,车市关注度也将持续升温。但同时近期新能源汽车公司的降价行为,同样可能引发购买观望。综合

多国反垄断监管力度加强

全球科技巨头皆陷反垄断困局

最近,全球科技巨头遭遇反垄断调查和罚款的消息不时见诸报端,不仅欧美继续积极推进反垄断进程,亚洲国家反垄断的力度也在加强。

韩国4月11日刚刚宣布,对搜索引擎巨头美国谷歌公司处以421亿韩元(约合3200万美元)的罚款,原因是该公司利用其在移动应用市场的影响力排挤当地的竞争对手。4月12日,媒体报道称,因苹果公司在2021年对其应用程序跟踪政策所做的更改引发投诉,法国反垄断监管机构或将很快对苹果公司发起反垄断调查。

再早些日子,印度的一些顶级初创企业呼吁该国的竞争监管机构对谷歌展开调查,谷歌被指涉嫌绕过反垄断指令,对应用内支付服务收取高额服务费。因为被指控滥用在线广告业务的主导地位,谷歌在英国也遭到一起集体诉讼,并被索赔34亿英镑(约合42亿美元)。而美国司法部八个州则起诉谷歌非法垄断数字广告市场,呼吁分拆这家搜索引擎巨头的广告技术业务。

被指控的科技巨头往往凭借其技术、产品、规模、渠道等优势占据巨大的市场份额,以此获得可观的利润,削弱了中小企业的市场竞争力。以谷歌为例,其在欧洲许多国家占据着90%以上的市

场份额。在亚洲,印度国内有6亿安卓用户,居全球之首,韩国移动应用市场约四分之三份额也由谷歌所控制。

目前,从各国反垄断调查的特点来看,其不仅限于对已经发生的垄断行为进行处罚,还开始面向有可能产生的垄断行为进行“早期干预”,以便提前防范垄断带来的不利影响。继谷歌、脸书、亚马逊后,今年3月底,德国竞争监管机构表示正欲就微软是否对整个市场的竞争具有极其重要的意义展开调查,并称一旦得出这样的调查结果,将能够在早期阶段采取行动,禁止可能的反竞争行为。

监管当局和科技巨头之间的博弈始终没有停止过,监管当局也在进行相应调整。去年10月,由于谷歌滥用其安卓生态系统,印度反垄断监管机构“竞争委员会”(CCI)宣布对谷歌处以1.6亿美元的罚款,并提出了10项整改措施,要求谷歌调整其业务模式。谷歌在上诉中认为,CCI的裁决中有50处内容抄袭了欧盟对其提出类似指控时的裁决,但印度国家公司法上诉法庭并没有接受谷歌的理由,认为CCI的裁决具有合法性和合理性。

据《经济参考报》

国产大模型扎堆发布 知乎也“卷”入AI战局

近日,最大的问答类社区知乎宣布与面壁智能共同训练完成的大模型“知海图AI”及首个大模型功能“热榜摘要”开启内测,这意味着知乎正式入局近期火热的大模型赛道,也成为了发布国产大模型的最新案例。

记者注意到,在3月16日百度率先发布语言大模型之后,4月以来包括三六零、商汤科技、昆仑万维、阿里巴等相继扎堆发布国产大模型。小米创始人雷军也在14日晚间公开表示,对于大模型,会全力以赴,坚决拥抱。

在业内看来,未来国产大模型将不再稀缺,应用场景会向着千行百业去发展,在此背景下,高质量的数据有望成为大模型差异化竞争的关键。

“国内大厂扎堆大模型的现象是正常的,但各家资源禀赋包括数据、场景等各不相同,大模型竞争对企业生态发展也有好处,为了竞争,相信这些平台将更加重视系统性、结构性的知识数据内容,同时这有利于我国科技和生产力的发展。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林对记者表示。

知乎大模型已内测

4月14日,清华系AI公司面壁智能宣布,近日完成由知乎领投的数千万元天使轮融资,种子轮融资东智谱AI继续跟投。本次天使轮融资将用于继续打造国产大模型系统,并进一步扩大市场规模和提升企业客户服务能力。

值得一提的是,知乎投资面壁智能的重要背景是布局近期火热的大模型赛道。4月13日,知乎创始人、董事长兼CEO周源宣布,知乎联合面壁智能发布中文大模型“知海图AI”。同时,知乎从政策、产品、商业化等维度发布了优化创作者生态和商业化布局的平台新举措,包括“创者计划50”、新版知乎App 9.0、“灯塔计划”等。

实际上,知乎拥有中文互联网大量问答内容,这也是其入局大模型赛道的一大背景。

周源表示,AI时代,生产力的三要素分别是应用场景、专有数据和基础模型。其中,知乎以问答为基础的讨论场景是天然的应用场景,构成了独一无二的数据。基础模型方面,以GPT为代表的模型在快速发展,性能表现越来越好,成本快速下降。

面壁智能联合创始人、CTO曾国洋表示,“经过测试,在知乎热榜的应用场景下,知乎与面壁合作自研的大模型与GPT-4相比达到了持平的效果”。未来,知乎还将拓展更多AI大模型的应用场景,为创作者赋能。

“知乎的运营模式决定了其积累了大量高质量的内容,在当前国内互联网高质量内容匮乏的情况下,知乎的优势具备构建一个大模型的数据量,知乎很可能通过AI大模型获得一个强力的变现应用端口。不过,近几年知乎内容质量有所下滑,但如果有一个成功AI大模型,在生产需求驱动下,知乎很可能重回知识的内核。”盘和林表示。

业内称数据场景是关键

近期,随着AI的话题成为市场关注焦点,中文国内大模型也迎来了密集发布期。

3月16日,百度率先发布预训练生成式大语言模型“文心一言”。在发布会现场,李彦宏表示,“这类大语言模型还远未到发展完善的阶段,进步空间很大”。

此后,各个大厂也紧随其后,扎堆发布国产大模型并宣布开放内测。4月9日,三六零宣布,基于360GPT大模型开发的人工智能产品矩阵“360智脑”率先落地搜索场景,将面向企业用户开放内测。

4月10日,商汤科技发布“日日新SenseNova”大模型体系,并推出自然语言处理、内容生成、自动化数据标注、自定义模型训练等多种大模型及能力。同日,昆仑万维宣布,其和奇点智源合作自研,真正实现智能涌现的国产大语言模型——“天工”3.5发布在即,并将于17日启动邀请测试。

4月11日,阿里云峰会上,阿里巴巴大语言模型“通义千问”正式亮相。阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示,未来阿里巴巴所有产品都将接入“通义千问”大模型,进行全面改造。

值得一提的是,小米创始人雷军对大模型的态度也颇为积极。4月14日晚间,他在微博发文称,小米在AI领域已经耕耘多年,有AI实验室、小爱同学、自动驾驶等团队。“对于大模型,我们当然会全力以赴,坚决拥抱。我们正在研发一些有趣的技术和产品,等我们打磨好了,再给大家展示。”

在业内看来,大模型“卷”时代已经开启,同时数据和场景等是大模型竞争的关键。

近日,中信建投TMT首席分析师武超则在一场路演中表示,在产业上,大模型的“卷”才刚开始,有点像当年的智能手机,或者前两年的电动车,接下来可能会需要一个比较长的链路,去建立自己的商业模型和行业壁垒。

民生证券近期研报指出,尽管目前表面上大模型百花齐放,但是能够拥有高质量数据场景助力持续迭代,使得性能逐步逼近ChatGPT的大模型预计最终仍是“凤毛麟角”。数据将成为差异化竞争的关键,最终是得数据者得天下。 据《证券时报》