

2023年2月1日

星期三

第1770期/共1770期

【参考信息】

浦发银行张江科技支行探索新市民暖心服务新模式.....p2

京东出海转向：收缩电商，发力物流.....p3

钢企去年净利润大幅下滑，2023年仍将承压.....p5

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电话：021-51313680 4000092877

传真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

浦发银行张江科技支行探索新市民暖心服务新模式



日前，浦发银行张江科技支行正式加入张江新就业群体党建联盟。未来，该行将在发挥自身金融服务优势的基础上，坚持党建引领，借助联盟平台优势携手区域内企事业单位共同点亮张江地区新就业群体的“微心愿”，为新市民真正融入城市生活贡献力量。

据悉，张江新就业群体党建联盟是由张江镇社区党群服务中心发起成立，旨在联合区域内企事业单位共同打造体系化的新就业群体党建品牌，引领新就业群体共同参与社会治理。正在积极创建第七届全国文明单位的浦发银行张江科技支行获悉该倡议后，行内党员主动响应，支行党支部迅速完成加入联盟手续。近年来，该行通过主动开展党建共建，打造党建生态圈，联合各方共同服务区域经济社会发展。截至目前该行已与区域内近 20 家单位签署了党建共建协议。

近期，联盟发布了点亮“微心愿”活动，旨在为弱势群体提供实际帮助。张江科技支行党员们在活动中积极认领心愿，第一时间为服务城市生活的快递、外卖员们筹措一批防疫、防寒物资，在这个寒冷的冬天把温暖送到他们的手中和心里，送上新年的祝福。

浦发银行一直致力于提升新市民群体金融服务获得感。该行张江科技支行更是不断加大对新市民安居乐业的金融支持力度，为新市民创新创业小微企业提供信贷融资、结算、现金管理、理财和个人财富管理的综合服务方案。通过上门送服务等方式，2022 年该行为农民工激活工资卡超过 5000 张，让他们切身感受到这座城市的关爱与温度。支行还注重培育提升新市民金融素养，保护金融消费者合法权益，联合人民银行、上海审计署进社区开展普法教育，连续堵截风险开卡、假借疫情名义解控卡片申请、非法集资诈骗，守护新市民的钱袋子。此外，该行依托网点优势，建立红色加油站，夏日为周边环卫工人、网约车司机、快递外卖小哥送清凉，冬日为张江区域环卫工人送温暖。

张江科技支行的这一尝试是浦发银行贯彻落实关于加强新市民金融服务工作要求的具体实践。该行将持续聚焦重点人群，通过不断优化产品和服务，适度降低服务门槛，全力满足这一群体的金融服务需求。

【参考信息】

京东出海转向：收缩电商，发力物流



在阿里巴巴、拼多多等互联网大厂积极拓宽自己的出海之路时，另一巨头京东却不得不面临业务受阻的困境。近期，有消息称京东将关闭其泰国和印尼站，1月30日，京东在印度尼西亚、泰国的电商官网发布公告，表示将于2月15日起停止接受订单，3月3日起停止在泰国的服务，同月底停止在印度尼西亚的服务。

京东将关停泰国和印尼站，主要原因系：一是泰国和印尼站点的市场业绩不及预期，在激烈的竞争中并没有在市场中站稳脚跟。二是本地化进程不彻底。京东印尼虽聘请了大量的本土员工，但很多决策依旧沿用国内的市场经验，与当地市场环境不符。三是成本压力较大。长期居高不下的成本和京东增长放缓给京东带来了盈利压力。

海外电商业务推进八年仍未成气候，京东回应称：在收缩东南亚本地电商业务的同时，近段时间也在持续加码在东南亚、欧洲及北美等地的物流仓储布局，其中仅在印尼就已经运营了20座智能物流园区。

在发布2022年第三季度财报后，京东CFO许冉在电话会议上表示，“我们也对国际业务策略进行了调整，以提升运营效率。”早在2015年就开启海外征程的京东，在业务亏损不断之下，终于决定调整方向。在竞争日益激烈的海外市场，京东还有胜算吗？

竞争大，盈利难

“成为一家国际化的公司，在海外再造一个京东。”2020年，创始人刘强东曾在京东内部提出口号，海外业务一度被看作发展的重点业务。然而彼时的雄心壮志在如今看来只剩唏嘘。该业务起步虽早，却一直未探索出一条合适的发展路径，京东国际的业绩数据甚至从未在财报中单独披露，这与京东在海外业务上的高投入有直接关系。

在海外市场，京东选择发挥自己在国内的优势，即自建本地仓储物流体系，将国内模式直接复制到海外。这套重资产模式无疑耗费了京东巨大的财力，有消息称，过去几年，京东国际整体投入已超过100亿元。投入高如果能获得相应的产出，业务也可有持续的动力，遗憾的是，京东在市场竞争上也屡屡错过先机。

2015年，京东上线了joybuy俄文站，而与此同时，阿里旗下的速卖通已经是俄罗斯市场的跨境主力之一，数据显示，速卖通在俄跨境市场中占有35%以上的市场份额。打不下有着互联网高渗透率的俄罗斯，在另一边的新兴市场东南亚，京东也胜算寥寥。彼时，阿里收购的Lazada和腾讯投资的Shopee已经在众多电商平台中脱颖而出，开始了该市场的争夺战，晚入局的京东面临重重挑战。

东南亚市场虽是企业出海的首选市场，但东南亚电商市场目前竞争较为激烈，除shopee、Lazada作为两大龙头企业占据着一定的市场份额外，以及像Tokopedia、Bukalapak、Flipkart、Zalora等玩家外，还有像字节跳动旗下TikTok Shop、唯品会等也在东南亚市场纷纷布局，面对如此的竞争格局，电商企业要想脱颖而出并不容易。就连京东重投的仓储物流体系，也在Shopee和Lazada推出自建物流服务后丧失了优势。在消费水平仍然较低的东南亚国家，京东的高质量服务也未能收获同国内相似的效果。

京东在东南亚市场基本复制国内的模式，其实东南亚电商发展目前还处于初级阶段，无论是电商认知、价格、体验，还是物流都跟国内有巨大的区别。京东在东南亚市场‘烧钱’特别厉害，目前看不到更好发展做出这样的调整也是合情合理。

“烧钱”模式在整体经营状况良好时才有着尝试的可能性。京东集团CEO徐雷在2022年第三季度财报公布后的财报会议中承认，目前利润的来源主要靠降本，之后将更多依靠增效。去年10月，京东国际传出大规模裁员的消息。

网经社电子商务研究中心特约研究员王与剑表示，由于在过去八年中在印度尼西亚和泰国的扩张耗资1.39亿美元，并一直处于亏损状态，这次京东国际裁撤了泰国、印尼等东南亚地区部分业务，与其经营战略高度相关，通过收缩业务降本增效。

未来以供应链建设为核心

值得注意的是，出海并不一定都要做平台，竞争激烈的海外市场对于京东来说也并非没有一点机会。京东的供应链仍旧是它的核心优势，业内普遍认为，京东出海依然任重道远，未来应以供应链建设为核心，服务出海商家及海外本地客户。

对于收缩海外业务，京东方面也做出了类似的回应。京东称，始终坚定以供应链为基础的核心战略，将供应链基础设施作为国际化的支点，为了进一步聚焦京东在全球供应链基础设施和数字能力的建设，将集中资源投入到包括东南亚在内的跨境供应链基础设施。

京东还表示，在收缩东南亚本地电商业务的同时，京东近段时间以来也在持续加码在东南亚、欧洲及北美等地的物流仓储布局，其中仅在印尼就已经运营了 20 座智能物流园区，其海外布局呈现出从零售向供应链基础设施“一收一放”的调整。

京东未来的出海战略，会以自己擅长的供应链基础建设为核心，在东南亚等国家和地区继续投入跨境电商供应链基础建设，物流建设。由此来看，关闭了泰国、印尼站并不意味着京东放弃和退出东南亚市场，京东在东南亚更多布局跨境物流园、跨境物流等基础建设，或许更凸显京东的投资战略价值。

收缩电商业务，调整以往盲目扩展的策略，发展跨境物流业务，显然是明智的。因为布局海外仓储投资成本不高，见效快，确定性高，不仅仅可以直接应用京东成熟的物流技术，又可以服务于京东全球供应链。事实上，京东在跨境供应链基础设施上的布局已经在不断完善。数据显示，截至 2022 年 6 月 30 日，京东物流在全球拥有近 90 个保税仓库、直邮仓库和海外仓库，总管理面积近 90 万平方米，跨境网络总仓储面积同比增长超 70%。

目前的东南亚电商市场竞争激烈，京东国际在海外屡战屡败，关闭亏损的站点，专注全球供应链，直接应用京东成熟的仓储物流技术沉淀，不失为一条更佳的海外扩张之路。

【参考信息】

钢企去年净利润大幅下滑，2023 年仍将承压



供需两端同步挤压，钢铁上市公司披露了惨淡的 2022 年业绩预告。从目前披露的财报预告来看，钢企净利润大幅下滑成为普遍的现象，更有不少钢企直接出现数亿元的净亏损，行业严峻程度可见一斑。

2022 年，国内钢铁行业运行呈现“高开低走”态势，供需双弱格局导致钢材价格明显回落，大宗原材料价格虽有下滑，但整体仍处于历史高位，供销两端市场价差持续收窄，钢铁行业的利润空间受到持续挤压。钢铁行业所面临的调整阵痛将是长期的，压力也将来自多方面，钢企要做好应对竞争和产业升级的准备。

头部钢企净利润大幅下滑

1 月 30 日晚间，鞍钢股份（000898.SZ）公布业绩预告，预计 2022 年实现归母净利润 1.56 亿元，对比去年同期的 69.65 亿元，大幅下滑 97.76%。业绩预告指出，2022 年二季度以来，受到全球经济形势、市场供需变化以及疫情等因素的叠加影响，钢材市场呈现出需求不足、钢材价格大幅下跌、钢铁行业亏损面不断扩大的弱周期低景气度市场行情。

鞍钢股份表示，公司通过加大销售拓展、提质增效等措施，实现 2022 年归母净利润约 1.56 亿元，但较 2021 年的高景气度周期仍将较大降幅。不少头部钢企表示，为应对行业变化，公司已经采取了各类降本增效措施，但在行业大趋势面前，净利润大幅下滑仍无法避免。

新钢股份（600782.SH）预计 2022 年实现归母净利润 10.2 亿元至 12.3 亿元，同比下滑 71.58% 至 76.42%。新钢股份表示，去年钢铁行业整体景气度回落，对公司主营业务产生较大影响，下游需求减弱导致产品毛利贡献减少，但厂房设备折旧、摊销费用相对固定，且持续投入产品研发等费用未减少，导致公司盈利空间收窄。

方大特钢（600507.SH）预计 2022 年实现归母净利润 9 亿元至 9.7 亿元，同比减少 64.49% 至 67.06%。方大特钢在财报预告中表示，2022 年受到炼焦煤价格大幅上涨、铁矿石价格高位运行等因素影响，公司生产成本上升，下游地产及商用车市场需求减弱，钢材价格水平下跌，成本高企与钢价下滑共同导致公司盈利能力下降。

太钢不锈（000825.SZ）预计，2022 年实现归母净利润为 1.3 亿元至 1.65 亿元，同比降幅达 97.39% 至 97.94%；基本每股收益为 0.023 元至 0.029 元，去年同期为 1.108 元/股。太钢不锈表示，公司为应对市场形势变化，采取了一系列降本增效措施，但主要原料镍合金、燃料煤等价格较上年同期涨幅较高，导致公司产品利润率下降，进而导致 2022 年业绩大幅下滑。有些钢企则未能顶住行业的剧烈变化，直接出现了大幅亏损。

2023 年仍将面临压力

2022 年，国内钢铁行业圆满完成产量压减任务，但需求疲软和原材料成本的双重压力一直存在。展望新的一年，钢企预计仍将面临较大的经营压力。国家统计局公布的数据显示，2020 年中国粗钢产量 10.13 亿吨，同比下降 2.1%。由于国际钢材市场价格较高，中国钢材在国际市场仍有竞争力，因而 2022 年国内钢材出口仍维持小幅增长。海关总署数据显示，2022 年国内累计出口钢材 6732.3 万吨，同比增长 0.9%。

2022 年钢铁市场呈现需求减弱、钢铁产量同比下降、钢材出口保持平稳、进口明显下降、钢材价格波动幅度相对平稳，以及钢企经济效益下降等特点。在各项经济政策的推动下，2023 年国内钢材需求将加快恢复，但由于全球经济面临衰退风险，国内的钢材出口将面临较大压力。

此外，2022 年钢铁行业面临铁矿石、煤炭、废钢等价格高位震荡的问题，这些成本后续难以大幅下降，超低排放改造和双碳工作也将增加企业的运行成本，在资源能源环境的多重制约下，企业将面临较大的经营压力。当前钢铁行业的竞争是前所未有的，市场面临的严峻形势与 2014 年相比有两个方面的不同。

首先，2014 年的钢铁行业的低迷在两年后基本过去，2016 年钢企就开始盈利；本轮的行业低迷将是长期的，是通过市场淘汰过剩产能的过程。其次，经过 2014 年的低谷之后，2016 年钢铁市场迎来前所未有的活跃，2017 年-2021 年这 5 年，钢企挣得盆满钵满，而如今的低迷，等待大家的可能是长时间的残酷竞争。

近两年，国内钢铁行业合并重组的步伐进一步加快，先后出现鞍钢本钢合并，宝武筹划重组山钢、鞍钢筹划重组凌钢，以及宝武重组中钢集团等事件。在市场竞争加剧、行业低迷的情况下，企业之间的盈利水平、负债率和抗风险能力将出现分化，在此背景下，企业兼并重组的步伐将不断加快，行业集中度有望进一步提升。去年和前年钢企间的重组以国有企业和行政性为主，后期市场化的钢企兼并重组可能会进一步加快。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

